

Nadellas Plan für Microsoft

Windows nervt. Microsoft strauchelt. Mit einem geschickten Manöver will CEO Satya Nadella den Software-Riesen retten. Und setzt dabei auf eher ungewöhnliche Helfer

VON BENJAMIN HARTLMAIER

In der Microsoft-Zentrale in Redmond ist in diesen Tagen einiges los: So erreicht uns kurz vor Redaktionsschluss die Meldung, dass der Software-Riese das weltweit führende Karrierenetzwerk LinkedIn übernimmt – für die stolze Summe von 26,2 Milliarden US-Dollar.

Außerdem steht das Ende des Gratis-Zeitraums für das Windows-10-Upgrade an. Anfang Mai war aus Redmond zu hören, dass mehr als 300 Millionen Geräte

mit Windows 10 liefern. Doch das reicht Microsoft offenbar nicht: Das selbstgesteckte Ziel liegt bei einer Milliarde Nutzern in den ersten zwei bis drei Jahren.

Bei den Nutzern sorgt das Upgrade allerdings zunehmend für Unmut: Von Drückermethoden und Windows 10 als Ransomware ist bereits die Rede. Doch dahinter steckt kein finsterner Plan: Gratis-Windows und Zwangsupgrade sind wie auch die LinkedIn-Übernahme viel-

mehr die ersten Zeichen eines tiefgreifenden Wandels, den der angegraute IT-Riese gerade durchmacht.

Doch wo soll die Reise für Microsoft hingehen? Wie kann sich der Konzern gegen Silicon-Valley-Giganten wie Google und Facebook durchsetzen, die in den wichtigen Geschäftsbereichen Web, Mobile und Social Media scheinbar uneinholbar die Nase vorne haben? Solche Fragen beantwortet in Redmond seit fast zweieinhalb Jahren der Microsoft-CEO Satya Nadella. Und der hat eine klare Vision. Sollte er sie umsetzen können, bedeutet das das Ende von Microsoft, wie wir es bislang gekannt haben. Sie erhöht jedoch die Chance, dass der Konzern nach seiner Metamorphose wieder auf Augenhöhe mit Google und Co. steht.

Die Smartphone-Apokalypse

Wie sehr Microsoft mit dem Rücken zur Wand steht, zeigen zwei Zahlen: Zum einen sind die weltweiten PC-Verkäufe seit 2011 um über 20 Prozent eingebrochen – und damit auch das Umsatzpotenzial von Windows. Zum anderen wurden im ersten Quartal 2016 weltweit nur noch

Fotos: Brian Smale/Microsoft (Aufm. u. Porträt); NASA/Bill Stafford (HoloLens)



„Windows ist eine Plattform für kommerzielle Partner“

Terry Myerson

Executive Vice President der Windows-Sparte bei Microsoft

knapp 2,4 Millionen Windows Phones verkauft: Damit ist Microsofts Marktanteil an mobilen Betriebssystemen bei nur 0,7 Prozent angelangt. Zum Vergleich: Der Android-Marktanteil liegt bei 84 Prozent. Für ein Unternehmen wie Microsoft, dessen Kerngeschäft im Verkauf von Betriebssystemen liegt, sind das apokalyptische Zahlen.

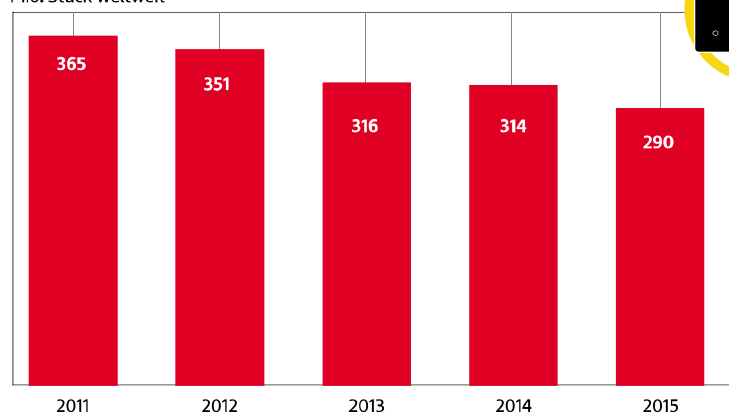
Der Grund für den Erfolg von Android liegt jedoch nicht nur darin, dass Google mit seinem mobilen OS bereits zwei Jahre vor Windows Phone auf den Markt kam. Das eigentliche Erfolgsgeheimnis ist, dass Google sein Betriebssystem den Hardwareherstellern gratis zur Verfügung stellt. Damit hat Google die wirtschaftlichen Spielregeln im Softwaregeschäft geändert: Mit einem Betriebssystem wird heute kein Geld mehr verdient. Es ist lediglich die Plattform für andere Erlösquellen. Und unter diesen neuen wirtschaftlichen Spielregeln, die Google qua Erfolg auch seinen Mitbewerbern wie Microsoft diktiert, gilt eine eiserne Regel: Reichweite ist alles.

Das Gratis-Upgrade auf Windows 10 ist Microsofts bislang sichtbarste Reaktion auf diese veränderten Umstände. Dass es mit allen erdenklichen Mitteln auf die Rechner der User gespielt werden soll, zeigt, wie sehr Microsofts zukünftiger Erfolg von dessen Reichweite abhängt. Nur mit einer möglichst breiten Nutzerbasis kann es dem Konzern gelingen, genug Menschen in die eigentlichen Erlösquellen zu treiben, zu denen ganz nach Google-Vorbild unter anderem die Anzeige von Werbung und Provisionen aus Windows-Store-Verkäufen gehören.

PC-Verkäufe gehen zurück

Weltweit sind seit 2011 die Absatzzahlen von PCs und Laptops um 75 Millionen Stück eingebrochen. Für Microsoft heißt das: 20 Prozent weniger Rechner, auf denen Windows laufen könnte

Mio. Stück weltweit



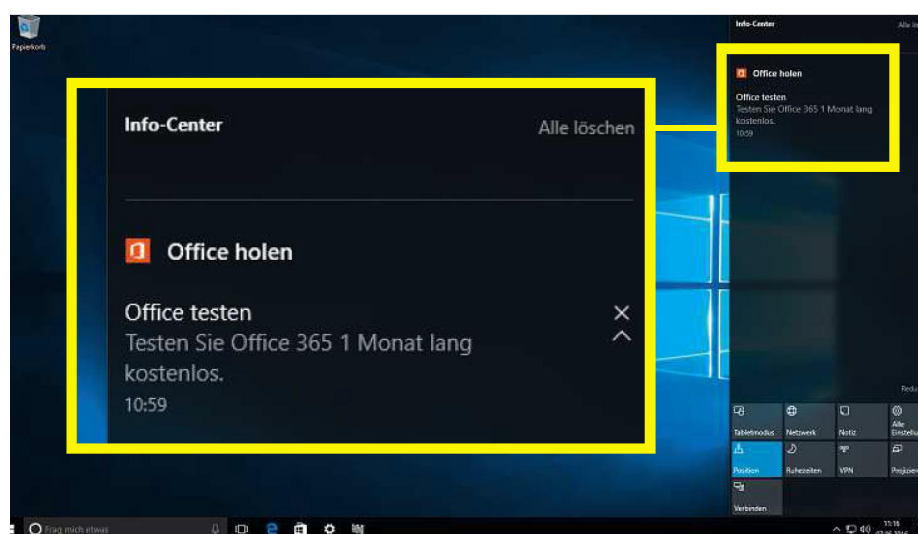
So soll es mit dem Redstone-Update mehr Werbeflächen in Windows 10 geben – Administratoren der Pro-Version von Win10 dürfen bereits jetzt den App Store nicht mehr sperren. Dieses Privileg gewährt Microsoft ausschließlich in der kostenpflichtigen Enterprise-Version.

Windows 10 wird Werbeplattform

In der Vision, die Microsoft auf seiner diesjährigen Build-Konferenz präsentierte, ist Windows nicht einfach nur ein Betriebssystem für Endanwender. Laut Terry Myerson, dem Executive Vice President der Windows-Sparte, ist es vielmehr „eine Plattform, die für kommerzielle Partner und Entwickler entworfen wurde, um darüber Konsumenten zu erreichen.“ Neben neuen Windows-10-Apps von Uber, Starbucks, Disney und anderen

Konzernen ist Myerson besonders stolz auf eine Partnerschaft mit Facebook. So wird es nicht nur bald eine App des sozialen Netzwerks für Windows geben, die Instagram, den Messenger und Facebook selbst in einer Anwendung vereint. Die Partnerschaft geht viel weiter: Facebook wird sein sogenanntes Audience Network über eine Schnittstelle für Windows-Entwickler freigeben. Das heißt nichts anderes, als dass künftig die etwa drei Millionen Unternehmen, die auf Facebook Werbung schalten, auch auf User von Windows-10-Apps losgelassen werden.

Weitaus wichtiger als Werbung und Windows-Store sind für Microsofts Umsätze Services wie Cortana und Office 365. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass Windows 10 bald nach dem Upgrade mit Pop-ups für einen Gratis-Monat des



Nach dem Pop-up ist vor dem Pop-up: Für Microsoft ist Windows 10 die Basis für kostenpflichtige Dienste wie Office 365. Nach dem Upgrade wird kräftig dafür geworben

Office-Abos wirbt, das für Privatanwender nach Ablauf der 30-Tages-Frist zwischen 70 und 100 Euro pro Jahr kostet. Der Wandel von Office als Paket-Software für einzelne Rechner hin zu einem Cloud-Dienst ist jedoch erst der Anfang gewesen. Da Microsoft unter Nadella offenbar eingesehen hat, dass es mit dem Erfolg von Windows Mobile nichts mehr wird, lautet der Plan für Microsoft-Services wie Office: Diversifikation – also Apps für so viele Endgeräte wie möglich. So gibt es Anwendungen wie OneNote und Outlook nicht nur für Windows Phones, sondern auch für iOS- und Android-Geräte, einschließlich der Apple-Watch und Android-Wear-Geräten. So bekam im Zuge der Android-Offensive zuletzt Outlook für Smartwatches ein schickes neues Ziffernblatt spendiert, das neben der Uhrzeit auch anstehende Termine sowie neue E-Mails anzeigt.

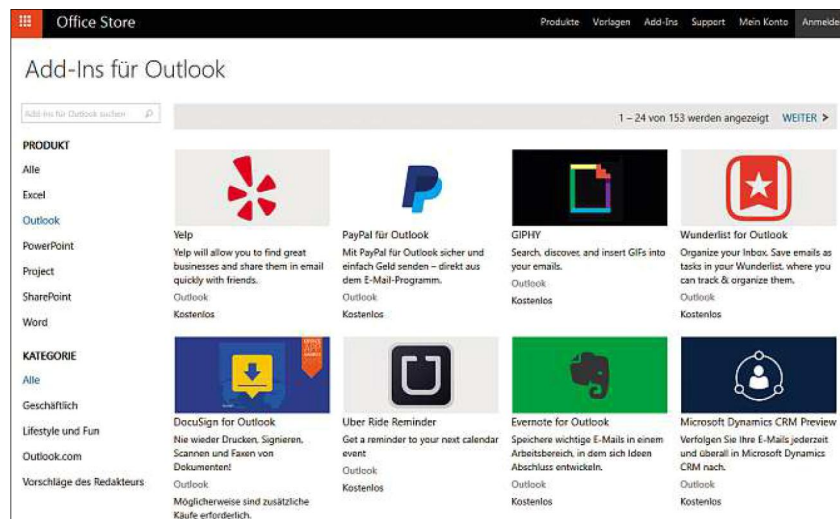
Big Data für Office

Neben Apps beinhaltet die Zukunftsvision für Office noch eine zweite Säule: Big Data. In einer Strategie, die Microsoft „Office as a platform“ nennt, sollen Entwickler in großen Firmen und Institutionen zukünftig auf alle Daten zugreifen können, die deren Angestellte mit Office-Programmen generieren – also Kontakte, Termine und Dateien. Über die Schnittstelle Microsoft Graph sollen sie diese Daten in ihre eigenen Apps integrieren können. Zudem soll sich Office ähnlich wie Windows auch für Unternehmen öffnen:

Über Add-ins (ähnlich den Erweiterungen in Webbrowsern) sollen Firmen ihren Kunden direkt in Word oder Outlook begegnen. Wie das aussehen kann, zeigt das geplante Outlook-Add-in der Café-Kette Starbucks, mit dem man Gutscheine direkt an seine Kontakte schicken kann.

Big Data ist für Microsoft jedoch nur die Basis für eine weitere Entwicklung, die in Zukunft verstärkt in seine Produkte einfließen soll: Künstliche Intelligenz. Die von Apples Siri und Google Now inspirierte digitale Assistentin Cortana ist dabei nur die eine Hälfte. Sie soll im Idealfall immer da sein, wo auch der Nutzer ist, und für ihn beispielsweise Termine in Outlook eintragen und daran erinnern. Entsprechend der Diversifikationsstrategie gibt es Cortana auch für Android und iOS – vorerst aber nur in einer englischen, chinesischen und japanischen Fassung.

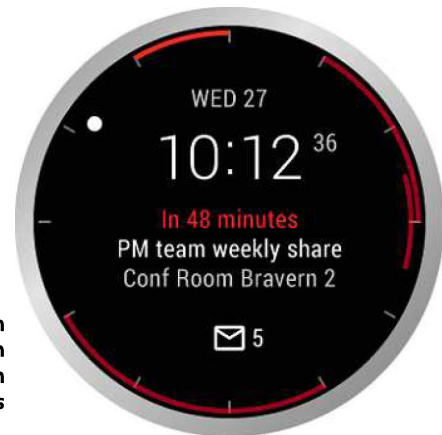
Die andere Hälfte der KI-Offensive bei Microsoft sind Bots. Anders als Cor-



Hintertür für Unternehmen

Über Add-ins gibt Microsoft Unternehmen die Möglichkeit, Konsumenten direkt in Office-Programmen wie Outlook zu begegnen. Zu PayPal und Evernote wird sich demnächst auch Starbucks gesellen

Dienste wie Outlook sollen auf möglichst vielen Geräten präsent sein, wie etwa auch auf Android-Smartwatches



tana sind sie jedoch keine universellen Begleiter, sondern kleine spezialisierte Chat-Roboter, über die die User einer Chat-App wie Skype in Zukunft etwa Hotelzimmer reservieren, Kinotickets kaufen und Taxis bestellen sollen. Und das alles in Form von Unterhaltungen und nicht – wie bislang – über Menüs in Apps oder auf Webseiten.

Chat-Bots: Ein Trend aus Asien

In Asien sind solche Bots bereits Realität. In China bestellen Nutzer beispielsweise über die Chat-App WeChat Lebensmittel, bezahlen darüber ihre Stromrechnungen oder vereinbaren Arzttermine. Wurden die Bestellungen anfangs noch von Menschen gelesen und beantwortet, werden diese jetzt zunehmend durch automatische Sprachprogramme ersetzt. Für Microsoft-Boss Nadella sind solche Bots dank natürlicher Sprachbedienung klassischen Apps deutlich überlegen. So würde die in Shanghai lebende 80-jährige Mutter eines Microsoft-Managers über die Chat-Bots einkaufen und Taxis bestellen – Webseiten und Apps hingegen nutze sie kaum, wie Nadella erzählt.

Geht es nach ihm, betreibt in Zukunft jedes Unternehmen – vom Bäcker um die Ecke bis hin zum Großkonzern – einen Chat-Bot. Eine Pizzabestellung über Skype sähe dann beispielsweise so aus: Zunächst teilt man Cortana – die per Update bald in alle Skype-Versionen integriert werden soll – mit, dass man Hunger auf Pizza hat. Daraufhin kontaktiert Cortana (mit Erlaubnis des Nutzers) den Bot eines nahegelegenen Lieferservices, der sich wie ein menschlicher Kontakt in die Konversation einschaltet und nach Anzahl, Größe und gewünschtem Belag der Pizzen fragt. Cortana soll dann auch gleich die Lieferadresse an den Bot übermitteln, sofern der User zustimmt.

Diese neuartige Form der Interaktion zwischen Mensch und Computer nennt Nadella „conversation-as-a-platform“. Wie die Windows- und Office-Plattformen soll auch die Konversationsplattform wie im Beispiel der Pizzabestellung dazu dienen, Unternehmen mit Konsumenten zusammenzuführen. Zwar hat sich Microsoft nicht dazu geäußert wie sich diese Plattform finanzieren soll, doch es ist sehr wahrscheinlich, dass pro Bestellung



Gescheitertes Experiment: Weil Microsofts Chat-Bot Tay auf Twitter verbal Amok lief, wurde die KI bereits nach 24 Stunden wieder abgeschaltet

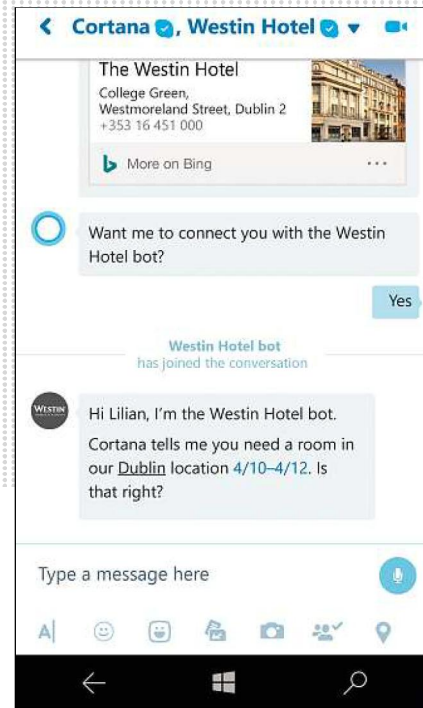
ein gewisser Anteil des Umsatzes beim Software-Unternehmen bleibt.

Nadellas Plan geht freilich nur auf, wenn demnächst überall die Bots zu sprießen beginnen wie Pilze im Wald. Die entsprechende Entwicklungsumgebung für Unternehmen – das Microsoft Bot Framework – existiert jedenfalls bereits.

Allerdings muss Microsoft in Sachen künstlicher Intelligenz noch ein paar Hausaufgaben machen, wie das Debakel um den Twitter-Bot Tay zeigt: Die KI war so angelegt worden, dass sie von den Tweets der User lernen sollte, wie junge Leute heute so kommunizieren. Einer kleinen Gruppe von Twitterern gelang es nun in kürzester Zeit, Tay zu rassistischen und antifeministischen Aussagen zu bewegen, woraufhin Microsoft den Bot bereits nach 24 Stunden wieder aus der Öffentlichkeit zurückzog.

Tschüss, Web. Hallo, Bot!
In Microsofts Vision bestellt man ein Hotelzimmer nicht mehr per Webseite, sondern im Skype-Chat bei einem Hotel-Bot

Nadella musste daraufhin eingestehen, dass man sich wohl zu sehr auf die technischen und zu wenig auf die sozialen Aspekte der KI konzentriert habe und bei der Entwicklung jetzt wieder von vorne anfangen müsse. Was trotz aller anfänglichen Rückschläge dennoch für einen baldigen Boom der Bots spricht: Der Microsoft-Chef ist mit seiner Idee nicht allein. Facebook bietet ebenfalls bereits eine Entwicklerumgebung für Messenger-Bots an und auch Google setzt in seiner neuen Chat-App Allo auf einen intelligenten Assistenz-Bot. Doch Microsoft – und das ist neu – hat seine eigene



Bot-Strategie noch vor den beiden bisherigen Silicon-Valley-Trendsettern Google und Facebook präsentiert.

Damit steht der IT-Riese zumindest in Sachen Technik-Trends wieder auf Augenhöhe mit seinen Wettbewerbern. Ein Erfolg, den Nadella nach gerade einmal zweieinhalb Jahren an der Spitze für sich verbuchen kann. Ob seine Strategie aufgeht, hängt jedoch auch davon ab, wie weit die Redmonder den Marktanteil von Windows 10 bis Ende Juli nach oben treiben können – und ob sie es sich dabei nicht zu sehr mit den Usern verscherzen.

trend@chip.de ■

HoloLens: Nur für Profis?

Anfangs sah es noch so aus, als wolle Microsoft mit seiner HoloLens-Brille ein Gegenstück zu Facebooks VR-Brille Oculus Rift auf den Markt bringen. Doch mittlerweile scheint Microsoft das Headset, das Hologramme in die physische Umgebung projiziert, eher im Business-Umfeld zu positionieren. Dafür spricht einerseits der hohe Preis von 3.000 US-Dollar, den Microsoft für die erste Entwicklerversion aufruft – immerhin das Zehnfache der ersten Oculus-Rift-Version. Andererseits kommen die meisten Partner, mit denen Microsoft derzeit das Potenzial der Brille auslotet, aus dem industriellen

Umfeld. Dazu gehören die Autobauer Audi, Volkswagen und Volvo. Letztere wollen die HoloLens zum einen in der Fertigung und zum anderen in der Vermarktung einsetzen. Daneben soll das Headset in Forschung und Lehre zum Einsatz kommen: Sowohl die NASA als auch die Case Western Reserve University sind an HoloLens-Pilotprojekten beteiligt. Ob die Brille jemals als Endkundenprodukt auf den Markt kommt, ist daher fraglich.

HoloLens-Test auf einem Parabelflug.
Mittlerweile setzt die NASA die Mixed-Reality-Brille auf der ISS ein

