

Firefox verliert Zielgruppe – Fuchsjagd

Zwar ist der Internet Explorer weltweit immer noch der führende Browser, in Webentwicklerkreisen gilt jedoch seit vielen Jahren eine andere Formel: Dort regierte Mozillas Firefox und es schien unmöglich, dass sich daran auf absehbare Zeit etwas ändern würde. Doch genau das passiert anscheinend gerade und wir stellen uns die Frage: Wiederholt sich die Geschichte?

Früher konnten Sie sich zwischen dem Starten des Rechners und dem Anmelden am Betriebssystem noch gemütlich eine Stulle schmieren und einen Kaffee holen gehen. Heute gilt diese Regel immer noch, wenn Sie Firefox starten. Natürlich ist das reichlich überspitzt dargestellt und hängt von der Hardware und den installierten Erweiterungen sowie anderem (visuellen) Schnickschnack rund um Add-Ons, Themes und Konsorten ab. Dennoch bleibt ein schaler Beigeschmack beim Starten und Ausführen von Firefox, ein Gefühl, dass der Browser früher schneller war. In Zahlen belegen lässt sich das leider nicht, denn was messbar ist, ist das Ausführen der ersten Zeile Code, nicht aber, wann der Browser zum ersten Mal Eingaben akzeptiert.

Starke Herausforderer

Neben den eigenen Schwächen sind es vor allem die Stärken der Konkurrenz, die Firefox derzeit zuweilen etwas blass aussehen lassen. Im Bereich der Webstandards – immerhin einst die Domäne des Mozilla-Browsers – gilt gegenwärtig der ACID3-Test als wesentliches Kriterium. Hier sind Safari, Chrome und auch Opera dem einstigen Vorzeige-Browser längst enteilt. Das gilt auch für andere Benchmarks, allen voran der JavaScript-Bereich, der inzwischen eine wesentliche Rolle im Internetalltag einnimmt. Gerade die Verlagerung von Anwendungen in die Onlinewelt wie beispielsweise Google Docs oder Services wie Facebook verlangen von Browsern heute weitaus mehr Leistungsfähigkeit bei der Ausführung der verschiedenen Aufgaben. Und das bei stetig steigenden Sicherheitsanforderungen.

Neben dem bereits erwähnten ACID-Test, der von verschiedenen Fachleuten, wie Eric Meyer, wegen seiner anderen Testverfahren mangelnden Praxisrelevanz kritisiert wird, spielen weitere Benchmarks zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit eine wesentliche Rolle. Mit Peacekeeper und SunSpider haben sich zwei Testverfahren etabliert, die anhand unterschiedlicher Kriterien einen Leistungsindex für Browser bereitstellen. Während Peacemaker das Rendering von JavaScript prüft und damit mehr auf die Praxisrelevanz setzt, widmet sich der Sun-Spider-Benchmark der Leistungsfähigkeit der JavaScript-Engine und ist eher ein theoretischer Wert. Daneben existieren weitere und zum Teil herstellerspezifische Verfahren, die nur ein Ziel verfolgen: Den Browser in der Vermarktung besser aussehen zu lassen. Mozilla hat dazu den SunSpider-Test aufgemotzt und nennt ihn „The Kraken“.

Das Kraken-Orakel: Doch auch „The Kraken“ bestätigt nur, was bereits die anderen Testverfahren zeigen: Chrome ist einfach der schnellste Browser, dicht gefolgt von Safari und Opera. Abgeschlagen präsentiert sich vor allem der Internet Explorer in der Version 8 und auch Firefox hat in der Version 3.6 den Anschluss verloren.

Zwar kann Firefox 4.0 in der Beta-Version ein wenig verlorenen Boden gut-machen, aber das war es dann auch schon wieder. Kein großer Schritt nach vorne, keine bahnbrechenden Innovationen – dafür geschicktes Mozilla-Projekt „Test Pilot“: gutes Marketing und omnipräsentes Marketing mit Aktionen wie „Spread Firefox“ oder der „Army of Awesome“. Ein wenig mutet es jedoch so an, als ob Mozilla an zu vielen Ecken zündelte. Ein Blick auf die Produktliste der Mozilla Foundation zeigt, dass aus dem Browserhersteller ein IT-Unternehmen mit vielschichtigen Softwareangeboten geworden ist. Dies umso mehr, da die meisten Produkte weitere Unterprojekte mit sich führen, die in den Mozilla-Labs entwickelt werden. Test Pilot ist eines dieser Projekte und sammelt als Erweiterung Daten von Firefox-Nutzern und unterstützt auf diese Weise die Weiterentwicklung des Mozilla-Browsers.

Gut ist nicht gut genug

Trotz diverser Verbesserungen verliert Mozilla Firefox derzeit Marktanteile. Vor allem im wichtigsten Segment: bei Webworkern. Jener Gruppe also, die Firefox dabei geholfen hat, dem Internet Explorer eine ernst zu nehmende Alternative entgegenzusetzen und das Web ein Stück besser zu machen. Was aber, wenn sich diese Zielgruppe von Firefox abwendet und andere Browser unterstützt? Bei einer Umfrage des Webstandards-Magazins auf Twitter zeigte sich, dass die Wechselbereitschaft unter Webdesignern und Webentwicklern durchaus hoch ist. Vielfach hat sich bereits Chrome als „Browser zum täglichen Surfen“ etabliert, wohingegen einige nur noch aufgrund der Erweiterung FireBug dem Mozilla-Browser die Stange halten. Aber eher widerwillig. Inzwischen gibt es erste Ansätze für vergleichbare Erweiterungen in Chrome und auch die mitgelieferten Bordmittel bieten durchaus leistungsfähige Werkzeuge für Webworker. Gut ist manchmal eben nicht gut genug. Gerade dann, wenn die Ansprüche der Zielgruppe wachsen, weil sie durch verschiedene Umstände dazu gezwungen wird, sich mit den Produkten der Konkurrenz auseinanderzusetzen. Würden alle Webseiten in allen Browsern gleich aus-sehen, gäbe es vermutlich weniger Vielfalt auf dem Browsermarkt und somit auch weniger Wissen in der Zielgruppe um die Vor- und Nachteile der einzelnen Browser.

Die Konkurrenz hat von Mozilla gelernt. Dabei geht das Erlernte inzwischen weit über reines Kopieren hinaus. Waren es anfangs nur Features wie Tabbed Browsing oder die Integration eines Suchfeldes neben der URL-Zeile, integrierten Opera und Co. zunehmend eigene Ideen. Gerade der norwegische Browserhersteller belebt den Markt mit immer neuen Ideen – ohne selbst auf dem Desktop jemals über die Fünf-Prozent-Hürde zu schauen. Dafür locken die Norweger mit dem anspruchsvollsten Interface-Design vor allem visuell anspruchsvolle Surfer an. Und in puncto Geschwindigkeit galt Opera lange Zeit als Nonplusultra der Browserzene, vergleichbar mit Safari für Mac. Während Safari jedoch, ähnlich wie Opera, ein Nischendasein fristet und selbst unter Macnutzern nicht unumstritten ist, hat sich Chrome inzwischen als Alternative zu Mozilla und Internet Explorer im Markt positioniert und etabliert.

Chromglanz

Es ist nicht alles Chrome, was glänzt. Dennoch macht Google vieles besser als der Firefox. Beispiele gibt es zur Genüge, beginnend mit den Update-Zyklen. Während Chrome in regelmäßigen Abständen aktualisiert wird (wovon der Benutzer dankens-werterweise nichts mitbekommt), wartet der Nutzer bei Firefox stets auf ein umfassendes Release – ganz gleich, ob es sich um neue Features oder Bugfixes handelt. Hier hat Chrome eindeutig die Nase vorn. Das gilt auch für die Benutzbarkeit des Browsers. Chrome hat dem Browser allen unnötigen Ballast genommen und das Interface auf die wesentlichen Elemente reduziert. Die URL-Zeile wanderte erstmals unter die Tab-Leiste – wo sie sinnvollerweise hingehört. Und wo wir gerade bei Tabs sind: Jeder einzelne Reiter bei Chrome ist ein eigener Prozess. Stürzt ein Tab ab, reißt es nicht gleich den ganzen Browser mit sich. Fensterinhalte mögen verloren gehen, nicht ganze Surf-Sessions. Das ist sowohl praxistauglicher als auch ressourcenschonender.

Haben Sie Firefox schon einmal einige Zeit alleine bei mehreren geöffneten Tabs laufen lassen – sagen wir eine ganze Nacht? Wenn nicht, sollten Sie es auf jeden Fall einmal ausprobieren. Firefox entpuppt sich als wahrer Speicherfresser und nimmt nicht selten 400 MB im Speicher ein, wenn es länger läuft. Das Öffnen von Firefox wird anschließend zur Geduldprobe, da es mit-unter Minuten dauert und der Lüfter auf Hochtouren läuft, bis sich ein einzelner Tab wieder öffnen lässt. Wer zahlreiche Add-Ons nutzt, zieht die Leistung seines Systems zusätzlich in den Keller.

Spannend dürften die neuen Versionen der Browserhersteller im kommenden Jahr werden. Nahezu alle Browser werden mit einer neuen Version an den Start gehen. Vor allem Microsoft hofft mit der neunten Generation des Internet Explorers auf eine Rückeroberung von Marktanteilen, die an Firefox verloren gingen. Während Microsoft diese Ambitionen klar und deutlich kommuniziert, lauert die wirkliche Gefahr für Mozillas Firefox jedoch in einer anderen Ecke. Google beobachtet den Browsermarkt sehr sorgfältig und hat aus den Erfolgen, aber auch aus den Fehlern von Mozilla gelernt.

Hinweis

Aktuelle Browser

Diese Browser wetteifern um die Gunst der Kunden – vor allem aber um die Gunst der Webworker. Das Erscheinen des IE 9 wird die Karten sicher noch einmal neu mischen.

- Google Chrome v8 (ab Dezember)
- Mozilla Firefox v4 (ab Anfang 2011)
- Internet Explorer 9 (ab Anfang 2011)
- Safari 6 (Mitte 2011)
- Opera 11 (ab Anfang 2011)

Mozilla in der Microsoft-Falle?

Ähnlich wie Firefox lässt sich Chrome erweitern. Allerdings gibt es einen wesentlichen Unterschied: Erweiterungen in Chrome bestehen im Wesentlichen aus HTML, CSS und JavaScript. Ein Neu-start des Browsers ist nach der Installation nicht erforderlich. Inkompatibilitäten bei Updates sind kaum zu befürchten. Firefox-Nutzer sind hier leidgeprüft: Wer musste nach einem Browser-Update nicht schon auf eine der zahlreichen Lieblingserweiterungen verzichten? Erweiterungen sind der Schlüssel zum Herzen der Webentwickler. Gute Werkzeuge, die dabei helfen, bestimmte Aufgaben schneller und effizienter zu lösen, ohne den Browser zu verlangsamen oder gar zum Absturz zu bringen. Diese einfache Formel hat Google verinnerlicht und damit zahlreiche neue Freunde unter den Webentwicklern gefunden. Zu den Erfolgen von Chrome, das im vergangenen Jahr rund 4% Nutzerzuwachs verzeichnen konnte, kommt eine hausgemachte Misere von Mozilla: Erwartungen der Zielgruppe und Sicherung der Abwärtskompatibilität. Kommt Ihnen das bekannt vor? Microsoft kennt diese Probleme und ist ihrer bis heute nicht gänzlich Herr geworden. Noch immer hält sich der Internet Explorer 6 in öffentlichen Einrichtungen und Firmennetzwerken und bremst das Internet von morgen aus. Droht Mozilla ein ähnliches Schicksal?

Vier gewinnt: Die Hoffnungen bei Mozilla ruhen auf der vierten Version, um den Abwärtstrend zu stoppen. Nach Jahren des Wachstums verzeichnet Firefox erstmals sinkende Benutzerzahlen, während Chrome und Safari hinzugewinnen. Umfragen und aufmerksames Bloglesen zeigen, dass Chrome vor allem die Zielgruppe der Webworker für sich gewinnt und damit gleich zwei Fliegen mit einer Klappe schlägt: Auf der einen Seite moderne Webanwendungen, die optimal auf Chrome abgestimmt sind wie das unlängst veröffentlichte „The Wilderness Downtown“, ein beeindruckendes HTML5-Experiment, das in Zusammenarbeit zwischen Google, der Musikband Arcade Fire und dem Regisseur Chris Milk entwickelt wurde und unter Webentwicklern und darüber hinaus für Aufsehen sorgte. Auf der anderen Seite Publicity, nicht zuletzt mit ebensolchen Projekten, aber eben auch durch überzeugende Leistung.

Angst vorm Schwarzen Mann: Was aber ist mit der Angst vor der Datensammelwut von Google? Anscheinend haben weitaus weniger Web-Professionals Angst um ihre Daten, als dies in der Blogosphäre kolportiert wird. Zudem gibt es mit Chromium ein Open-Source-Projekt, das die gleiche technische Basis teilt, allerdings von einigen Google-Services nicht profitiert. Vielleicht ist dies die einzige echte Hoffnung, an die sich Mozilla derzeit klammert: Google mit seinem globalen Datenkraken-Image. Einen Abgesang auf Firefox müssen wir freilich noch nicht anstimmen, denn unter den Webworkern ist Firefox nach wie vor für gewisse Aufgaben sehr beliebt. Das neue Interface der vierten Generation sowie die zu erwartende Performance-Steigerung dürften zahlreiche wechselwillige Nutzer bei der Stange halten und sicher auch einige zurückholen. Unsere Prognose ist jedoch aus Sicht von Firefox nicht sehr freundlich: Google Chrome wird weiter neue Nutzer gewinnen, gerade durch Sicherheitsprobleme anderer Browserhersteller und die konsequente Fokussierung auf einen Kern: das Surfen angenehmer, sicherer und vor allem schneller zu machen. Letzteres ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Während einige Sekunden Wartezeit bisher vernachlässigt werden konnten, haben hohe Bandbreiten dazu geführt, dass Nutzer ungeduldiger werden. Zudem benötigen Webanwendungen vom

Schlage Gmail oder Google Docs mehr JavaScript-Performance. Auch das Laden von PDF-Dateien oder die Verarbeitung von Flash-Inhalten spielen eine wesentliche Rolle. Hier punktet Chrome auf ganzer Linie und macht das Surfen und Arbeiten im Internet zur wahren Freude. In einer Welt voller Informationen und schnelllebiger Inhalte sind es eben doch Wimpernschläge, die über Erfolge oder Misserfolge entscheiden.

Text: Ansgar Hein, bis Ende 2013 Mitinhaber von anatom5. (Erschienen im Webstandards Magazin Nr. 8)