

Das Morgen-Land

Internet Im Silicon Valley formt sich eine neue Elite, die nicht nur bestimmen will, was wir konsumieren, sondern wie wir leben. Sie will die Welt verändern und keine Vorschriften akzeptieren. Müssen wir sie stoppen? *Von Thomas Schulz*

Nach allem, was man hört, ist Travis Kalanick, Gründer und Chef von Uber, ein Arschloch. Er beschimpft seine Konkurrenten öffentlich und macht sich auf Twitter über seine Kunden lustig. Politiker hält er für unfähig. Sein enger Vertrauter schlägt vor, Journalisten zu bespitzeln. Kalanick lässt durchblicken, dass es für ihn so leicht sei, Frauen ins Bett zu

kriegen, wie für andere, ein Taxi zu rufen. Proteste seiner Fahrer über schlechte Bezahlung beantwortet er mit der Prognose, dass sie in Zukunft ohnehin durch Computer ersetzt würden.

Seit einigen Wochen ist Uber rund 41 Milliarden Dollar wert, kaum weniger als die Deutsche Bank. Fünf Jahre nur hat Uber benötigt, um sich von San Francisco

aus in über 50 Länder und über 260 Städte auszubreiten. Jeden Monat kommen ein paar Länder und ein halbes Dutzend Städte hinzu.

Uber ist ein gutes Produkt, nein, ein herausragendes: ein höchst simpler Service – die Mitfahrgelegenheit auf Knopfdruck –, aber technisch perfekt umgesetzt und einfach zu bedienen. Uber ist in den meisten



Regionen der Welt nicht nur billiger, sondern schlicht besser als jeder Taxidienst. Jeden Monat fangen bei Uber nach eigenen Angaben 50 000 neue Fahrer an.

Eigentlich könnte es nun egal sein, wenn der Boss kein netter Kerl ist, aber ganz so einfach ist es in diesem Fall nicht, denn das Unternehmen ist ein Spiegelbild seines Gründers: aggressiv, rücksichtslos und überambitioniert.

Als vor wenigen Wochen die Stadt Portland im US-Bundesstaat Oregon den Betrieb untersagte, weil Uber gegen geltende Gesetze verstoße, legte Kalanick trotzdem los. Der Chef der Verkehrsbehörde von Portland war fassungslos: „Die glauben, die können hier einfach ankommen und ganz offen das Gesetz brechen. Das ist un-

glaublich. Anscheinend halten die sich für Götter.“

Ähnlichen Widerstand gibt es in vielen Städten, auch in Deutschland, wo Uber Gerichtsentscheidungen ignorierte. Für Kalanick indes sind das nur Scharmützel in einem viel größeren Eroberungskrieg. Seine „Vision“, wie er sagt, sieht so aus: Uber soll zu einer Art Welt-Transportservice werden, der es zumindest den Bewohnern von Großstädten möglich macht, auf das eigene Auto zu verzichten. Ein Mobilitätsriese, der nicht nur Menschen, sondern auch Waren überallhin transportiert, ganz einfach mit einem Klick und zu geringen Preisen. Im besten Fall in einem Roboterauto ohne menschlichen Fahrer.

Uber ist nicht das einzige Unternehmen mit solchen Welteroberungsplänen. So denken sie alle: Google und Facebook, Apple und Airbnb, all jene digitalen Giganten und Tausende kleinere Firmen in deren Fahrwasser.

Ihr Ziel ist nie die Nische, sondern immer die ganze Welt. Sie folgen dabei keineswegs Wahnfantasien, sondern haben durchaus realistische Ziele im Blick. Möglich macht das Ganze ein dynamisches Duo, in seiner Durchschlagskraft nahezu einmalig in der Wirtschaftsgeschichte: Globalisierung gepaart mit Digitalisierung.

Der technologische Fortschritt im vergangenen Jahrzehnt war atemberaubend, aber trotzdem wohl erst der Anfang. Denn es geht nicht geradlinig, sondern exponen-



tiell voran. Der Fortschritt wird schneller und größer werden, wie eine Lawine, die ganz oben als kleiner Schneeball anfängt und dann immer gewaltiger den Berg hinabdonnert.

Das iPhone existiert erst seit sieben Jahren, aber heute scheint fast vergessen, wie die Welt vorher war. Selbstfahrende Autos galten eben noch als verrückt, aber heute wundert sich kaum einer mehr. Das Wissen der Welt in einer digitalen Karte konzentriert und abrufbar? Normal. Dass Algorithmen in den USA 70 Prozent des Aktienhandels steuern? Wahnsinn zwar, aber alltäglicher Wahnsinn.

Dutzende Unternehmen arbeiten daran, Drohnen kommerziell zu nutzen, sei es für Lieferdienste, sei es, um Daten zu sammeln – wer weiß? Ganze Horden von Ingenieuren rennen der Künstlichen Intelligenz hinterher. Und die Wissenschaftler machen Fortschritte. Lernende Maschinen, kluge Roboter: alles keine Science-Fiction mehr.

Aber noch immer wird missverstanden, was das bedeutet, vor allem von der Politik. Vor allem von denen, die sich Gedanken darüber machen müssten, ob sie die Zukunft politisch noch mitgestalten – oder lediglich als Zuschauer danebenstehen wollen, während andere eine globale Revolution veranstalten.

Denn was gerade geschieht, ist viel mehr als der Siegeszug einer neuen Technologie, viel mehr als ein Wirtschaftsphänomen. Es geht nicht nur um „das Internet“ oder „die sozialen Netzwerke“, auch nicht um Geheimdienste und Edward Snowden und die Frage, was Google mit den Daten macht. Nicht darum, dass Zeitungen reihenweise dichtmachen und Jobs durch Software ersetzt werden. Dass ein Messaging-Dienst 19 Milliarden Dollar wert ist und 20-Jährige ganze Industrien aufrollen.

Im Gange ist ein gesellschaftlicher Wandel, dem sich am Ende niemand wird entziehen können. Es ist eine Umwälzung, lediglich vergleichbar mit der Industrialisierung des 19. Jahrhunderts – nur dass alles viel schneller geht. Wie der Wechsel von der Handarbeit zur maschinellen Produktion vor über hundert Jahren mehr hat entstehen lassen als bloß Fabriken, so verändert die Digitalisierung nicht bloß Branchen, sondern die Art, wie wir denken und wie wir leben. Nur dass der Wandel dieses Mal zentral gesteuert wird – von nur wenigen Hundert Köpfen.

Zwar sind auch mächtige Eliten an sich nichts Neues. Fabrikanten und Ölbarone

haben das 19. Jahrhundert dominiert. Später waren es die Banker und Hedgefonds-Manager, die sich berufen sahen, die Geschichte der Welt zu bestimmen, die sich selbst und ohne Ironie zu Masters of the Universe ernannten. Doch deren Ära tauzelt gerade dem Ende entgegen.

Die neue Weltregierung hat ihr Hauptquartier nicht mehr an der Wall Street, sondern im Silicon Valley: dem rund 80 Kilometer langen Tal südlich von San Francisco, Ursprung der Chipindustrie und der Computerrevolution, in dem sich die Anführer der digitalen Revolution versammelt haben. Sie sind Gründer und Unternehmenschefs wie Sergey Brin (Google), Tim Cook (Apple) und Mark Zuckerberg (Facebook), Aufsteiger wie Travis Kalanick von Uber und Joe Gebbia von Airbnb. Die Wagniskapitalgeber, die ihre Milliarden verteilen. Die zahllosen Programmierer, Computergenies und Ingenieure, die versuchen, jeden Tag ein neues Produkt zu erfinden, das eine alte Idee ersetzt.

Die neuen Masters of the Universe unterscheiden sich grundlegend von ihren Vorgängern: Es geht ihnen nicht in erster Linie ums Geld. Macht durch Reichtum genügt ihnen nicht. Sie wollen nicht bloß bestimmen, was wir konsumieren, sondern wie wir konsumieren und wie wir leben.

Sie wollen nicht nur eine Branche erobern, sondern alle. Sie stolpern nicht in die Zukunft, sondern sie sind Ideologen mit einer klaren Agenda. Und das ist es, was sie über alle schwindelerregenden Erfolgsgeschichten hinaus tatsächlich einzigartig macht. Die Religion der Wall-Street-Herren war das Geld. Der Glaube der neuen Herrscher geht viel tiefer. Er ist inhaltlich getrieben. Es ist der Glaube an eine Botschaft.

Die Weltveränderer aus dem Valley wollen, dass die Menschheit an ihrer Hightech-Heilslehre genesen soll. Sie glauben an eine bessere Zukunft durch Technologie wie ein überzeugter Hindu an die Wiedergeburt. Sie sind überzeugt, dass ihre Arbeit zum Wohl der Menschheit sein wird, dass sie die Zivilisation in großen Schritten vorwärtsbringen. Doch sie wollen nicht, dass ihnen dabei jemand reinredet. Sie verabscheuen die Politik und halten Regulierung nicht nur für ein Hindernis, sondern für einen Anachronismus. Wenn der schönen, neuen Welt gesellschaftliche Werte wie Privatsphäre und Datenschutz im Weg stehen – dann müssen eben neue Werte her.

Die Wurzeln ihres Menschheitsbeglückungswerks sehen sie in der antistaat-

lichen Gegenkultur der Sechzigerjahre, von der schon Steve Jobs geprägt wurde. Ihr Weltbild ist bestimmt vom Libertarismus in der Tradition radikaler Denker wie Noam Chomsky, Ayn Rand und Friedrich Hayek. Zusammengenommen entsteht daraus eine politische Philosophie, die ihr Handeln treibt: eine eigenartige Mischung aus esoterischem Hippie-Denken und knallhartem Kapitalismus.

Die Valley-Vordenker machen keinen Hehl aus ihren Plänen. Sie sagen ganz offen: Wir wollen nach unseren Ideen die Welt gestalten. Und sie sind überzeugt, dass die Umwälzungen der vergangenen Jahre kaum mehr als eine Overture waren.

Müssen wir uns diesen neuen Welt Eroberern entgegenwerfen? Oder ist es genauso albern, sich gegen Uber zu stellen, wie es vor hundert Jahren lächerlich war, die Pferdedroschken vor der Autoindustrie schützen zu wollen? Ist das jetzt der Zeitpunkt für Regulierung, bevor die Welt endgültig von digitalen Monopolen beherrscht wird? Die Zeit, in der sich demokratische Gesellschaften wehren müssen? Oder sollen wir das Hightech-Heil einfach nur dankbar annehmen? Müssen wir uns ängstigen vor einem völlig technologisierten Morgen-Land oder es herbeisehnen als Weg zu mehr Wohlstand?

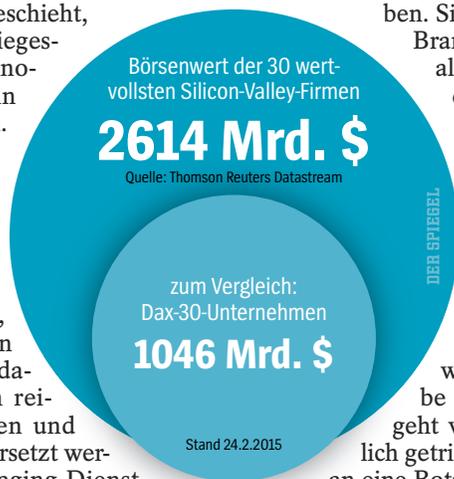
Hinzu kommt: Das Silicon Valley ist eine Männerwelt. Weibliche Führungskräfte wie die Yahoo-Chefin Marissa Mayer sind selten, manche Start-ups stellen gar keine Frauen ein, weibliche Gründerinnen kommen viel schwerer an Wagniskapital. Können globale Visionen einseitig sein?

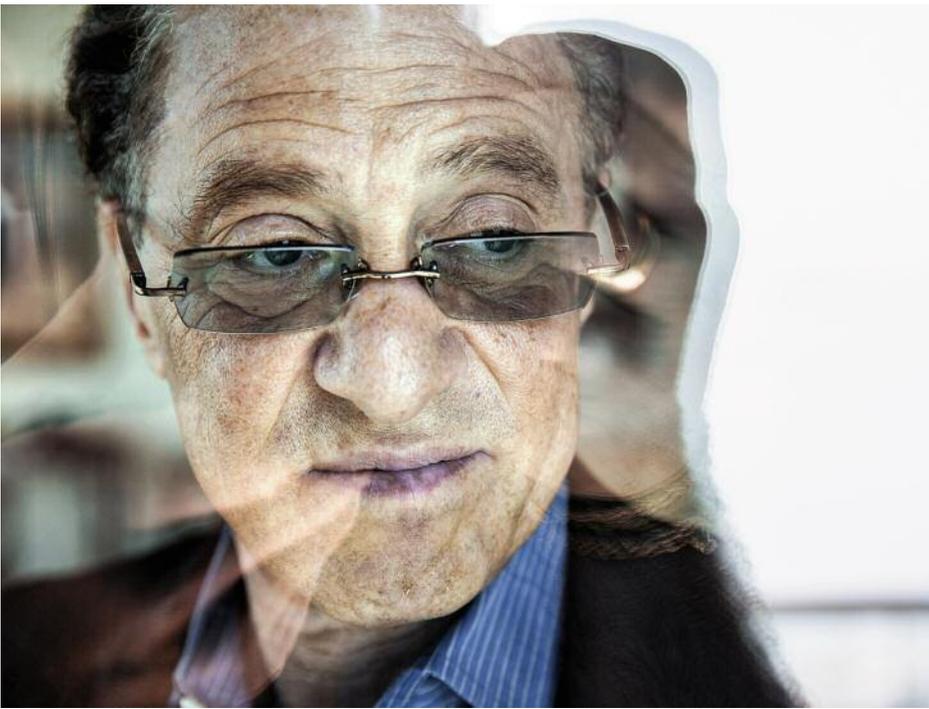
So viel ist sicher: In den kommenden Jahren wird rund um die Welt gestritten werden, wie ein Regelwerk für die digitale Welt aussehen muss. Wer diese Zukunft mitgestalten will, sollte das Silicon Valley und seine Anführer verstehen, der sollte wissen, wie sie dort denken und was sie wollen. Einen Einblick in diese Welt geben vier Begegnungen mit prominenten Vordenkern, Prototypen der Tech-Elite, und ihrer Agenda.

Ray Kurzweil: der Prophet

Ray Kurzweil ist weithin anerkannt als Genie. Er ist Chefingenieur von Google, hat 19 Ehrendoktorwürden erhalten, den Flachbett-Scanner erfunden und den ersten Sprach-Synthesizer, hält Dutzende weiterer Patente. Kurzweil hat es zu seiner Lebensaufgabe gemacht, über Technologie nachzudenken, und vor einigen Jahren ist er dabei zu einem Entschluss gekommen: Im Jahr 2029 werden Computer alles können, was auch Menschen können – nur besser.

Kurzweil ist 67 Jahre alt, aber so agil und energiegeladener wie ein 35-Jähriger, ein schmaler Mann mit lichtigem Haar und eckiger Brille, der an Woody Allen erinnert. Jeden Tag wirft sich Kurzweil 150 Pil-





„Der technologische Wandel wird so schnell sein, dass das menschliche Leben unwiderrufbar verwandelt wird.“ Ray Kurzweil

len ein, Vitamine, Mineralien, Enzyme, und spritzt sich dubiose Zusatzstoffe. Sein Ziel ist es, lange genug durchzuhalten, bis die Technologie so weit ist, das menschliche Leben zu verlängern. Er ist überzeugt: Die Zeiten sind nicht mehr fern. Schließlich arbeiten Google und ein Dutzend anderer bereits mit Hochdruck daran, das Altern zu stoppen, den Krebs zu besiegen.

Radikale Fortschrittsgläubigkeit ist schon immer der prägende Wesenszug des Silicon Valley gewesen, seit Ingenieure vor 50 Jahren begannen, hier die ersten Mikrochips zu fabrizieren, seit Steve Jobs und Steve Wozniak ihren ersten Apple-PC in einer Garage zusammenschraubten.

Kurzweil hat diesen Tech-Optimismus vor gut einem Jahrzehnt zementiert und konzentriert in einem einzigen Begriff: Singularität.

Das Wort beschreibt den einen Moment in der Zukunft, an dem sich Mensch und Maschine so weit annähern, dass die Menschheit mit einem Knall in die nächste Zivilisationsstufe katapultiert wird. Es ist eine Art Kettenreaktion, ausgelöst durch sich gegenseitig beschleunigende Technologien, die mit einem Schlag alles möglich machen, was bis dahin nur in Science-Fiction-Romanen existierte: denkende Maschinen, verlängertes Leben, dreidimensionale Hologramme. Eine Art neuer, digitaler Urknall, nach dem die Welt sich nicht nur verändert hat, sondern eine komplett andere ist. „Der technologische Wandel wird so schnell sein, dass das menschliche Leben unwiderrufbar verwandelt wird“, so schreibt Kurzweil in seinem Buch „Menschheit 2.0“.

Das mag nach Fantasien klingen, die sich Zwölfjährige ausmalen, nachdem sie zu viel

„Star Trek“ gesehen haben. Nur: In der einen oder anderen Form glauben im Silicon Valley alle daran, selbst die nüchternsten Wissenschaftler und die härtesten Geschäftsmacher. Davon handelt der unsichtbare Gesellschaftsvertrag, den jeder hier unterschreibt: der Glaube an die grenzenlosen Möglichkeiten der Technologie, daran, dass wir auf dem Weg sind zu immer neuen Durchbrüchen mit immer größeren Sprüngen in immer kleineren Abständen.

Die Singularity-Idee liefert den nötigen Überbau, die Überhöhung: Die Menschheit in eine bessere Zukunft zu führen, das ist das Ziel. So wird der Tech-Optimismus zur Erlöserfantasie.

Kurzweil gibt schon lange Prognosen über die Zukunft der Technologie ab, und oft, wenn auch längst nicht immer, lag er dabei richtig. 1990 sagte er voraus, dass in acht Jahren Computer den Menschen beim Schachspielen schlagen würden. 1997 war es so weit. Er bestand darauf, dass das Internet die Welt verändern würde, als es gerade mal von einigen Hundert Akademikern genutzt wurde. Er sprach von „Cyber-Chauffeuren, die in der Lage sein werden, Autos zu fahren“. Das selbstfahrende Auto ist nun Realität.

Immer wieder ist Kurzweil für seine Ideen als Fantast verlacht worden. Auch heute noch, allerdings nicht mehr lauthals, sondern sehr viel leiser. Er sagt: „Meine Ideen sind nicht mehr radikal.“ Kurzweil spricht dabei mit weicher Stimme, er ist kein Missionar, kein flammender Prophet, sondern zuckt mit den Achseln: schön, wenn meine Sicht der Welt von immer mehr Menschen geteilt wird.

Die Idee der Singularität wirkt immer weniger verrückt, je mehr sich die Digita-

lisierung durchsetzt. Die Rechenkraft und die Fähigkeiten von Maschinen nehmen sprunghaft zu. Zum einen dank des Mooreschen Gesetzes, wonach sich etwa alle zwei Jahre die Leistungsfähigkeit von Computerchips verdoppelt. Ein Prozessor aus dem Jahr 2014 besitzt 32 Millionen Mal mehr Rechenleistung als der erste Intel-Chip aus dem Jahr 1971. Zum anderen sind schnellere und bessere Computer jedoch nur die Nährbasis für viele weitere Technologien, die in diesen Tagen geradezu explodieren: Netzwerke, Robotik, Medizin, Materialwissenschaften, Biotech.

All diese Bereiche wiederum beeinflussen sich gegenseitig. Die Folgen sind bislang nur schemenhaft zu erkennen. Was etwa bedeutet es für die Medizin, wenn ein menschliches Genom inzwischen in wenigen Stunden für nur 1000 Dollar sequenziert werden kann?

Es ist eine Entwicklung, die schwer zu verstehen ist in ihrer Größe und Radikalität. Der Grund dafür, so sagen Psychologen und Soziologen, liegt in der menschlichen Entwicklung: Die vergangenen 100 000 Jahre Geschichte verliefen lokal und scheinbar linear. Nun auf einmal verläuft die Entwicklung der Zivilisation global und exponentiell.

Kurzweil hat dafür ein Beispiel: Wer 30 lineare Schritte macht, legt 30 Meter zurück. Wer 30 exponentielle Schritte macht, legt eine Milliarde Meter zurück. Wer kommt da schon noch mit? Zeitweilig selbst die digitale Vorhut nicht. Spricht man in diesen Tagen mit Informatikern und Ingenieuren bei den Hightech-Giganten, haben sie nicht selten ein irres Grinsen im Gesicht, euphorisch und zugleich erschrocken darüber, wie schnell es vorangeht.

Gut 20 Jahre hat es gedauert vom ersten marktauglichen mobilen Computer zum iPhone. Auch Smartphones werden in immer schnellerer Folge verbessert. In weiteren 25 Jahren, sagen die Erfinder im Valley, werden wir gar keine Geräte mehr mit uns herumtragen. Sie werden abgelöst, so viel sei absehbar, durch molekulare Computer und biometrische Sensoren, verwoben mit der Welt um uns herum.

Vor sechs Jahren hat Kurzweil zusammen mit einer Handvoll Partnern und einer Finanzspritze von Google die Singularity University gegründet, die Managern und Gründern beibringen soll, nicht mehr linear zu denken.

Das Ziel, das die Teilnehmer der mehrmonatigen Kurse eingebläut bekommen: ein Unternehmen zu bauen, das innerhalb von zehn Jahren eine Milliarde Menschen erreicht. Die Frage, die sich alle stellen sollen: Wie kann ich etwas mit Einfluss auf die ganze Menschheit tun?

Geschäftsführer der Singularity University ist Peter Diamandis, Arzt und Raketeningenieur. Er sagt: „Früher musste man

Coca-Cola sein, um in Afrika eine Milliarde Menschen zu erreichen. Nun haben bald eine Milliarde Menschen auf dem Kontinent ein Handy.“ Das ist die Philosophie der Digitalisierung: Jeder, der vernetzt ist, wird zum potenziellen Käufer, Kunden, Konsumenten, aber auch Ideenlieferanten. Jeder wird zum potenziellen Anhänger des Glaubens an eine bessere Welt.

„In den nächsten Jahren werden Milliarden mehr Menschen online sein“, sagt Diamandis. „Was sie kaufen, was sie erfinden, wird die Welt verändern.“ Diamandis ist überzeugt: „In zehn Jahren werden 40 Prozent der heute 500 größten Unternehmen der Welt keine Rolle mehr spielen.“

Sebastian Thrun: der Ingenieur

Kein anderes Unternehmen hat in den vergangenen Jahren so viele Projekte entwickelt, die Sinnbild sind für die Chancen und Gefahren dieser neuen Science-Fiction-Welt, wie Google: das selbst fahrende Auto, die Datenbrille Google Glass, eine Kontaktlinse, die den Blutzucker misst.

All diese Erfindungen stammen aus einem einzigen Forschungslabor, genannt Google X, dessen Gründer ein deutscher Informatiker ist: Sebastian Thrun, kalifornisch braun gebrannt und groß, das sich lichtende dunkelblonde Haar kurz geschoren, geboren in Solingen, promoviert in Bonn, enger Vertrauter von Google-Chef Larry Page.

Er sagt: „Die Singularität ist schon hier. Sie passiert nicht einfach nächsten Dienstagmorgen um 9.40 Uhr, sie ist ein Prozess und passiert jetzt gerade.“ Er glaubt nicht, dass Maschinen alle Menschen ersetzen werden, aber viele. Genügend, um neu darüber nachdenken zu müssen, wie wir lernen, arbeiten und sogar wie wir unsere Regierungen organisieren: „Ein Mensch mit dem richtigen System ist so effizient wie vor Kurzem noch hundert Menschen zusammen.“ Sorgen mache ihm, was das für die Arbeitswelt bedeute. Immer mehr Jobs würden verschwinden, ersetzt durch Software, ein Prozess, der nicht mehr zu stoppen sei.

Thrun interessiert sich seit Jugendjahren für das Gehirn und die menschliche Intelligenz. Deswegen ist er Robotikspezialist geworden: „Wer versucht, einen Roboter klug zu machen, entwickelt viel Respekt für die Größe der menschlichen Intelligenz.“ Die Stanford University machte ihn zum Leiter des Fachbereichs für Künstliche Intelligenz. Er ist eine Autorität im Silicon Valley, Vorbild für all die Ingenieure und Programmierer, die in Garagen schufteten und davon träumen, noch intelligentere Maschinen zu bauen.

Der 47-Jährige hat den vielleicht besten Roboter der Welt gebaut: Googles selbstfahrendes Auto, das inzwischen so problemlos durch dichtesten Stadtverkehr



„Wer sagt, dass wir nicht tausend Jahre leben können, dass Autos nicht fliegen können?“ Sebastian Thrun

manövriert, dass es von Fahrzeugen mit Menschen am Steuer nicht zu unterscheiden ist.

Die meiste Zeit verbringt Thrun in diesen Tagen nicht bei Google oder in Stanford, sondern bei seiner eigenen Firma. In einer rumpeligen Büroetage in einem nichtssagenden Industriepark hat Thrun 120 Leute versammelt, um die Bildung zu revolutionieren. Udacity heißt die Firma, und sie bietet Online-Ausbildungsprogramme und -abschlüsse in großem Stil an, sogenannte Massive Open Online Courses.

Warum ausgerechnet Bildung, ein Feld, das scheinbar nichts mit Robotik und Technologie zu tun hat? „Ich möchte gern die Gesellschaft bewegen, und ich habe mich gefragt, wie kann ich meinen positiven Einfluss auf die Welt maximieren?“, sagt Thrun. Er hat, schon vor Langem, eine Liste angelegt: 20 Bereiche um die Welt zu verändern. In ruhigen Stunden nimmt Thrun die Liste und überlegt, was er dafür erfinden muss.

Ganz oben auf der Liste stand: den Verkehr sicherer machen. „Denn jedes Jahr kommen 1,2 Millionen Menschenleben durch Fahrfehler ums Leben.“ Das Ziel ist für ihn abgehakt mit dem selbstfahrenden Auto. Bleiben 19 weitere Bereiche.

Auch Bildung steht ganz oben auf der Liste. Schließlich wird die Ungleichheit immer größer auf der Welt, gerade durch die technologischen Veränderungen – und Thrun ist überzeugt, dass die Gesellschaft sich entwickeln müsse hin zu lebenslangem Lernen, kostengünstig und für alle zugänglich.

Bildung ist ein schwer reformierbares, langsames Arbeitsfeld, aber genau das ist das Umfeld, das Thrun erst richtig an-

spornt: „Je mehr Widerstand, umso besser. Ich liebe es, Sachen zu machen, von denen es heißt: Das ist unmöglich.“ Am Ende sei die Silicon-Valley-Formel ganz einfach: „Jeder hier will die Welt mit Technologie verändern und hat keine Angst zu scheitern, etwas falsch zu machen.“

Thrun ist überzeugt, die Welt wäre viel weiter, wenn überall so gedacht würde. Vor allem für Deutschland sieht er das so, „das Land mit dem größten unausgeschöpften Potenzial“. Vor einiger Zeit war Thrun als Festredner bei Bundespräsident Joachim Gauck eingeladen. Er stellte seine Vision der Welt von morgen vor, wie Google Glass das menschliche Gehirn unterstützen könnte als ständiger Begleiter, die Maschinenintelligenz, die immer zuhört.

Nach dem Essen in Schloss Bellevue kam Gauck zu ihm und sagte: „Herr Thrun, Sie machen mir Angst.“ Thrun versteht die Sichtweise und ihren geschichtlichen Hintergrund, aber er wünscht sich, es würde mehr über Möglichkeiten statt über Ängste debattiert, denn aufhalten lasse sich der technologische Fortschritt nun einmal nicht. „Nicht die Neinsager, sondern wer optimistisch denkt, verändert die Welt“, sagt er. „Und die Konsequenz ist, dass diese Menschen auch mehr Reichtum und Macht anhäufen.“

Ist also alles bloß eine Frage der Einstellung? Sicherlich, sagt Thrun, und die lasse sich erlernen. Am besten natürlich im Valley: „Wir haben hier eine Gruppe von großen Denkern, die in der Lage sind, nach grundsätzlichen Prinzipien zu denken. Wer sagt, dass wir nicht tausend Jahre leben können, dass Autos nicht fliegen können?“

Thrun weiß, wie das wirkt, er sagt, die Leute im Valley seien gleichzeitig arrogant

und bescheiden. Arrogant, „weil wir sagen, wir können die Welt verändern“. Bescheiden, „weil wir dabei eingestehen, dass wir nicht genau wissen, wie, sondern einfach probieren und probieren“.

Bei Google X gibt es seit einiger Zeit eine Gruppe, die sich vorgenommen hat, den Krebs zu besiegen; ein scheinbar aussichtsloses Unterfangen. Aber irgendwann sind die Google-Wissenschaftler darauf gekommen, dass es ausschließlich wichtig ist, den Krebs sehr früh zu erkennen, denn dann ist er sehr viel einfacher zu operieren. Deswegen experimentieren sie nun mit Früherkennungssystemen, etwa einer Kamera in der Dusche, die jeden Tag nach Hautkrebsanzeichen sucht, oder Nanopartikel im Blut, die Krebszellen erkennen.

„Ich glaube nicht an Pläne, an genaue Vorhersagen, wie sich etwas zu entwickeln hat“, sagt Thrun. „Ich glaube an ambitionierte Ziele, an Missionen.“ Udacity, seine Bildungsfirma, strebt 1000 Absolventen am Tag an. „Ich weiß nicht, wann wir dort hinkommen, und auch nicht, wie wir dort hinkommen, aber wir können versuchen, jeden Tag so hart und schnell, wie es nur geht, zu arbeiten.“ Für Thrun ist klar: Künf-

tig überleben nur die Unternehmen, die ständig in Bewegung sind und nie aufhören zu experimentieren. Wer dagegen an alten Geschäftsmodellen festhält, stirbt schnell.

Die Politik ist in dieser Weltsicht der große Feind, denn sie verlangsamt den Fortschritt. Thrun ist sich sicher: „Regeln werden gemacht, um existierende Strukturen zu zementieren. Wir versuchen, sie zu umgehen.“

Über sei das beste Beispiel, wie es neuen Ideen schwer gemacht werde. Travis Kalanick sei zum Glück sehr schnell vorgegangen, und wäre er „auch nur ein bisschen langsamer, er hätte keine Chance gehabt, wegen der ganzen Gesetze, die er bricht“.

Kennt er Kalanick? „Natürlich“, sagt Thrun. „Wir kennen uns alle gut.“ Unabhängig, ob sie Konkurrenten sind oder ob sich ihre Geschäftsmodelle überhaupt nicht berühren: Die Valley-Vordenker sind eng miteinander vernetzt, vereint durch ein Weltbild, das sie zusammen entwickeln, durch eine gemeinsame Agenda, die sie vorantreiben.

So wie Thrun es erzählt, klingt der Kampf um die Welt von morgen wie ein Schwank aus dem Ohnsorg-Theater: Die

Politiker machen ständig neue Gesetze, aber sie sind immer zu langsam, ihre Regeln haben Löcher und ergeben keinen Sinn, und die Innovatoren im Valley sind stets klüger und schneller und tricksen sie aus. Er sagt: „Alles findet global statt, aber alle Gesetze sind lokal. Das passt nicht mehr.“

So sehen es viele im Silicon Valley: Die Politiker handeln noch immer wie im 20. Jahrhundert, weil sie das 21. Jahrhundert nicht verstanden haben.

Ist der Staat, die Verwaltung, am Ende auch ein System, das sie neu erfinden wollen? „Natürlich“, sagt Thrun. Irgendwann müsse man sich hinsetzen und überlegen, wie effizienter und wirklich demokratisch regiert werden könne.

Peter Thiel: der Ideologe

In der politischen Landschaft der USA sind Libertaristen eher seltsame Vögel. Viele von ihnen sind stramme Rechtsaußen, so wie Ron Paul etwa, ehemals Präsidentschaftskandidat, der einst die amerikanische Notenbank abschaffen wollte.

Im Silicon Valley aber, betont Peter Thiel, ist der Libertarismus „eine ziemlich große Strömung“. Man könnte auch sagen:



Google-Rechenzentrum in Georgia: Denkende Maschinen, verlängertes Leben, dreidimensionale Hologramme

die dominierende. Thiel ist ihr prominenter Vertreter, er ist eine der zentralen Figuren der digitalen Welt, klug und kontrovers, Vordenker und Chefideologe, eine Ausnahmeerscheinung selbst in der kleinen Spitzengruppe der milliardenschweren Tech-Größen.

Ende der Neunzigerjahre hat Thiel zusammen mit anderen PayPal gegründet, den Online-Bezahlservice, eine der wenigen Erfolgsgeschichten der New Economy. Er wurde reich, zum ersten Mal. Er gründete eine Investmentfirma, wettete sein Geld gegen den Strom, die Millionen flossen ein zweites Mal. Später war Thiel der Erste, der Mark Zuckerberg Geld für sein gerade gegründetes Unternehmen gab, 500 000 Dollar für zehn Prozent von Facebook. Thiel wurde zum dritten Mal reich.

Nun verteilt er Hunderte Millionen Dollar an neue, junge Unternehmen, er ist einer der einflussreichsten Wagniskapitalgeber, sein Geld ist genauso begehrt wie sein Rat.

Spricht man mit Thiel über Libertarianismus, dann wird schnell klar, dass es nicht um Tagespolitik geht, nicht um Einflussnahme auf den politischen Prozess. Im Gegenteil, wie so viele andere im Valley will er nichts mit Washington oder Brüssel zu tun haben.

Die Tech-Elite hat sich vielmehr eine Weltsicht, eine politische Philosophie geschaffen, die mit ihren Zielen übereinstimmt. Und die geht so: Wohlstand und Zufriedenheit für alle durch so viel Autonomie wie möglich und so wenig Staat wie möglich. Jegliche Autorität ist skeptisch zu betrachten. Regulierung und staatliche Vorgaben haben in dieser Welt nichts verloren.

Thiel hat vor einigen Jahren eine Stiftung gegründet, die jedes Jahr jeweils 100 000 Dollar an 20 junge Unternehmensgründer vergibt. Mit der Vorgabe, dafür das College für mindestens zwei Jahre sausen zu lassen. Das staatliche Bildungssystem, findet Thiel, sei aufgeblasen, oft ein Hindernis für den Fortschritt. Wer kluge Ideen hat, solle sie umsetzen, sich nicht von oben vorschreiben lassen, wo es langgeht.

2009 hat Thiel einen Essay veröffentlicht, „The Education of a Libertarian“. Darin schreibt er: „Wir befinden uns in einem Wettrennen auf Leben und Tod zwischen Politik und Technologie.“ Das Schicksal der Welt könne am Ende von einer Person abhängen, die eine „Maschinerie der Freiheit“ baut, um die Welt für den Kapitalismus zu sichern.

Thiel stammt aus Deutschland, geboren in Sprendlingen nahe Frankfurt am Main, aber schon als Einjähriger verließ er das Land. Sein Vater, ein Chemieingenieur, zog mit der Familie durch die Welt, Südafrika, Namibia, schließlich landeten sie in einer Kleinstadt nahe San Francisco. Als Jugendlicher war Thiel ein Schachgenie, Platz sieben im ganzen Land, er ver-



„Wir befinden uns in einem Wettrennen auf Leben und Tod zwischen Politik und Technologie.“ Peter Thiel

schlang die Fantasy-Bibel „Herr der Ringe“ unzählige Male. Seine Investmentfonds benennt er noch heute nach Orten und Figuren aus seinem Lieblingsjugendbuch.

Das Hauptquartier von Thiel Capital steht im Presidio von San Francisco, einem einst von den Spaniern errichteten Militärstützpunkt. Die Büros sind umringt von Eukalyptusbäumen und Königspalmen. Unten, im Eingangsbereich, steht eine Statue der Kinofigur Darth Vader, die „Star Wars“-Macher von Lucasfilm sind auch im Gebäude. Oben dann ein weiter Blick über die Golden Gate Bridge und die Gefängnisinsel Alcatraz. Büros im Silicon Valley sind immer auf hip und jugendlich getrimmt, doch Thiel bevorzugt es elegant und edel. Es sieht aus wie bei einer der großen Anwaltskanzleien in New York: Orchideen, eine Bibliothek, Designermöbel.

Thiel selbst tritt schlicht auf, er trägt ein graues T-Shirt mit V-Ausschnitt und teure Turnschuhe, niemals würde er zu so einem Anlass einen Anzug wählen: Herausgeputzte Unternehmer seien nur Verkäufer, die versuchen, die Schwächen ihres Produkts zu überspielen.

Er spricht überlegt, aber nicht druckreif, er stockt immer wieder, denkt 30 Sekunden, eine Minute lang nach, bevor er eine Antwort gibt. Er wischt über alles hinweg, was ihn langweilt.

Thiel versteht nicht, dass die ganze Welt sich nur noch auf das Internet konzentriert. Smartphones und soziale Netzwerke, das sei alles schön und gut, aber „viel zu eng

gedacht“. Er frage sich, was aus „den wirklich großen Träumen“ der Fünfziger- und Sechzigerjahre geworden ist, als es noch um „Unterwasserstädte“ und „Überschalltransport“ ging.

Thiel glaubt, dass wir zurückmüssen zu viel grundsätzlicheren Visionen und auf eine Zukunft „radikaler Durchbrüche“ hinarbeiten sollten, „mit sauberen Energiequellen“ und „Wüsten, die sich in fruchtbare Landschaften verwandeln lassen“. Für ihn gibt es einen klaren Grund, warum Computer und Software – die Welt der Bits, wie er sie nennt – solch große Fortschritte gemacht haben: Die Welt der Bits sei weitgehend frei von hemmenden Regeln. Ganz anders als die „Welt der Atome“, zu der etwa Medizin oder Transport gehören, die stark reguliert sei, „und deswegen ist es so schwer, dort voranzukommen“.

Solch Wehklagen ist der Hauptgrund, warum der Libertarianismus so viele Anhänger hat, warum fast alle Tech-Größen einmal im Jahr in die Wüste zum anarchistischen Kunstfestival Burning Man pilgern, das Google-Gründer Larry Page als Vorbild sieht für einen noch zu schaffenden „Ort zum Experimentieren“ ohne Regeln.

Es gibt extreme Pläne für schwimmende Büros auf Kreuzfahrtschiffen in internationalen Gewässern und noch extremere Pläne, gleich ganze schwimmende Städte auf künstlichen Inseln als neue Tech-Nationen zu errichten. Thiel spendete eine halbe Million Dollar.

All das hat viel mit einer unterschätzten Unterströmung zu tun, die das Silicon Valley mehr prägt als alles andere: die Gegenkultur der Sechzigerjahre und die tief sitzenden Wurzeln der Hippie-Bewegung in San Francisco.



Animation: Die Wurzeln des Silicon Valley

spiegel.de/sp102015valley
oder in der App DER SPIEGEL

Steve Jobs lebte einst für kurze Zeit in einer Kommune. Sein Apple-Mitgründer Steve Wozniak betonte erst jüngst wieder in einem Fernsehinterview: „Die Gegenkultur bedeutet so viel für mich. Ich wollte immer Teil einer Revolution sein. Computer waren nur etwas für Reiche, ich wollte ihnen das wegnehmen.“

In den vergangenen 20 Jahren ist aus diesem seltsamen Mischmasch aus New-Age-Utopien, Ultra-Kapitalismus und uramerikanischen Idealen eine eigene Ideologie entstanden, die „kalifornische Ideologie“. Geprägt haben den Begriff zwei britische Medienwissenschaftler in einem Essay bereits Mitte der Neunzigerjahre. Sie wunderten sich, was da „aus dem Freigeist der Hippies und dem Unternehmerstreben der Yuppies“ geworden war. Das Ganze war gedacht als Kulturkritik, doch stattdessen hat das Silicon Valley die Idee einer eigenen Ideologie für sich vereinnahmt. Sie ist Symbol der eigenen Sonderstellung als Bewegung für den Fortschritt der Menschheit.

„Wir haben lange nicht über die richtigen Fragen nachgedacht“, sagt Thiel. „Was muss passieren, damit die Welt ein besserer Ort wird?“

Er hat ein Buch geschrieben, das Unternehmensgründern helfen soll, darauf die richtige Antwort zu finden. Der Untertitel lautet: „How to Build the Future“. Die zentrale These ist: Monopole sind gut, erstrebenswert sogar. Thiel sagt: „Kreative Monopole ermöglichen neue Produkte, von denen alle profitieren. Wettbewerb bedeu-

tet keinen Profit, für niemanden.“ Thiel weiß, dass Monopole „einen schlechten Ruf haben“, jedoch nur, weil „Wettbewerb eine Ideologie ist“.

Sein wichtigster Rat an Unternehmensgründer geht deshalb so: Such dir einen Markt aus, den du dominieren kannst, bau ein Monopol, und versuche es zu halten, solange du kannst.

Joe Gebbia: der Eroberer

Airbnb ist alles andere als ein Monopolist, im Gegenteil, die Konkurrenz könnte kaum größer sein. Denn Airbnb hat sich vorgenommen, den Tourismus zu revolutionieren und die gesamte Hotelbranche zu bedrängen: eine weit verzweigte Welt mit Tausenden finanzstarken Akteuren, etabliert und protegert.

Trotzdem ist Airbnb ins Pantheon der neuen digitalen Welteroberer aufgestiegen, mit den üblichen Begleiterscheinungen: Eine alte Industrie ist erschüttert, die Politik empört. Aber das bedeutet wenig in diesen Tagen, solange es Millionen von Kunden rund um den Globus gibt, die sagen: Wir wollen das.

Airbnb bietet Übernachtungen bei Privatleuten an, mal nur ein Zimmer, mal ein ganzes Haus, und der Bedarf dafür ist so enorm, dass sich der globale Tourismus verändert. Über eine Million Übernachtungsmöglichkeiten sind inzwischen über Airbnb zu finden, vom Baumhaus auf Bali bis zum Stockbett in Saarbrücken. Während der Fußball-WM wurde selbst das Haus des brasilianischen Fußballstars Ro-

naldinho angeboten, inklusive Kino und Sambabühne.

„Wir sind in 190 Ländern, 34 000 Städten, heute Nacht allein haben wir 400 000 Gäste, jede Minute werden 277 Übernachtungen gebucht ...“ Joe Gebbia hält inne, er lacht. Er kann diese Zahlen wohl selbst nicht immer ganz glauben. Wie konnte das passieren, in nur ein paar Jahren?

Gebbia ist einer der drei Gründer von Airbnb, hager und mit Fünftagebart, blauer Kapuzenpulli, ein Stift hinter dem Ohr. Er lacht laut und spricht leise. Das Treffen findet in der Kantine der Airbnb-Firmenzentrale in San Francisco statt, eines umgebauten ehemaligen Fabrikgebäudes, ganz in Weiß und lichtdurchflutet. Durch das rund 20 Meter hohe Atrium mit gläsernem Aufzug rankt sich eine pflanzenbewachsene Wand nach oben. Es gibt keine verkabelten Telefone und kaum Desktop-Computer, denn kein Angestellter soll an einen Schreibtisch gebunden sein.

Der Konferenzraum ist dem „War Room“ aus dem Hollywood-Klassiker „Dr. Strangelove“ von Stanley Kubrick nachempfunden.

Airbnb und Uber sind sich in vielem ähnlich. Sie sind die Protagonisten der „Sharing Economy“, der Ökonomie des Teilens, das heißt: Sie ermöglichen es Menschen, mit ihrem eigenen Besitz, seien es nun Autos oder Häuser, Geld zu verdienen.

Auch Airbnb liegt wie Uber mit zahllosen Städten rund um die Welt im Clinch, weil das Geschäftsmodell gegen kommu-



Kunstfestival Burning Man in Nevada: Was muss passieren, damit die Welt ein besserer Ort wird?

nale Regeln verstößt. Aber wo Uber auf Konfrontation setzt, versucht es Airbnb mit Konsens, zurzeit zumindest. In Portland etwa, wo Uber gerade einen Krieg mit der Stadtverwaltung begann, läuft ein gemeinsames Modellprojekt.

Auch in San Francisco schlägt das Unternehmen Steuern auf seine Übernachtungsangebote auf, so wie die Stadtverwaltungen es fordern. Die Konflikte bleiben bestehen, aber es wird verhandelt, besonnen und manchmal sogar freundlich. Auch Airbnb ist ein Spiegelbild seiner Gründer.

Das heißt jedoch nicht, dass die Ambitionen geringer wären, die Agenda weicher. Schon als Student, sagt Gebbia, wollte er „an etwas wirklich Großem arbeiten, etwas, das Millionen von Menschen berührt, so viele wie nur möglich“. Auch Gebbia ist ein Eroberer, wenn auch ein sanfter. Bei Airbnb verlachen sie den Widerstand nicht, aber sie steuern auf das gleiche Ziel zu: eine neue Welt nach den eigenen Vorstellungen zu formen.

Gebbias Mitgründer, Brian Chesky, hat es gegenüber dem „New York Magazine“ einmal so gesagt: „Wir wussten, dass jede neue Technologie potenziell missverstanden werden kann, vor allem von der Politik. Die ersten Autos sollten auch nicht auf die Straße gelassen werden, weil sie die Pferde störten.“

Die Vision von Gebbia für die Zukunft klingt so: Airbnb soll nicht nur Übernachtungen anbieten, sondern die Kunden sollen „tief eintauchen in die ganze Reise“, Ausflüge, Mietautos, Essen, was auch immer. Alles aus einer Hand, „und überall auf dem Planeten“. Der 33-Jährige will ein Unternehmen bauen, das „der kreativste Ort der Welt“ ist.

Um das zu erreichen, braucht es einen Plan, die richtige Denkweise, und Gebbia greift dafür zurück auf einen Ansatz, der sich Design-Thinking nennt. Es ist eine Denkweise, der man überall im Silicon Valley begegnet, bei Google, bei Apple, auch bei SAP. Die Stanford University hat einen eigenen Fachbereich für Design-Thinking gegründet, finanziert wesentlich von SAP-Gründer Hasso Plattner. Der Begriff selbst ist irreführend, denn er hat nichts mit Grafik oder Ästhetik zu tun. Design-Thinking ist eine Methodologie, die grundlegend beeinflusst, welche Produkte entwickelt und wie sie gebaut werden.

Gebbia träumte schon als Jugendlicher vom Silicon Valley, „von dieser Umgebung, die alle wilden und verrückten Ideen“ unterstützt, aber er wollte nicht Informatiker werden, nicht programmieren. Er ging stattdessen an die Rhode Island School of Design, um Design-Thinking zu lernen. „Im Kern geht es darum, so zu denken, wie die Person, die deine Idee benutzen wird“, sagt Gebbia. Und dann nicht lange zu fackeln mit endlosen Meetings und mo-



„Ich will an etwas Großem arbeiten, etwas, das Millionen Menschen berührt, so viele wie möglich.“ Joe Gebbia

natelangen Planungen, sondern immer sofort das Konzept zu entwerfen, Prototypen zu bauen, die Kunden testen zu lassen, zu verbessern.

Das klingt simpel, aber der Unterschied ist enorm zu dem, was andere Unternehmen tun, wenn es oft sechs Monate, ein Jahr dauert, bis ein Produkt auf den Markt kommt, das am Ende keiner braucht.

In den ersten Monaten nach dem Start von Airbnb haben die drei Gründer immer wieder bei ihren ersten Kunden übernachtet, sind mit ihnen zusammen die Nutzung der Website durchgegangen, haben gemeinsam getestet, welche Funktionen eine Plattform zum Übernachten braucht. „Wir waren so nah dran, wie es nur geht, wir waren in ihren Köpfen“, sagt Gebbia.

Airbnb will kein normales Unternehmen sein, sondern eine Bewegung. Es soll darum gehen, den Weg zu ebnen zu einem besseren Wirtschaftsmodell für die Welt, fairer und effizienter. Die sozioökonomische Vision als Geschäftsmodell: Das klingt nach hübschem Anstrich, nach Blendwerk, so wie sich alles besser verkauft, wenn Bio draufsteht oder ein Umweltengel auf der Verpackung klebt. Und vielleicht ist es das auch.

Gebbia weiß um die Skepsis und dass Pathos und Profit nicht zusammenpassen, vor allem wenn alle so reden, Hunderte Startups, riesige Konzerne, die alle angeblich nach einer besseren Welt streben. Wer will das schon glauben? „Wir sind mit der Überzeugung aufgewachsen, dass man sein Leben am besten darauf verwendet, das Leben anderer besser zu machen, zu versuchen, die Welt zu verbessern“, sagt Gebbia.

Man kann darüber lachen, es für naiv halten, für dreist oder für Verblendung. Sicher ist nur: Gebbia meint es ernst. Er will

nicht so sein wie die letzten Welteroberer, die Masters of the Universe in den Handelsräumen von Goldman Sachs und Morgan Stanley und Lehman, für die nichts von Wert ist außer Profit und die damit die Welt an den Rand des Abgrunds geführt haben. Gebbia sagt: „Niemand könnte ich Jahre um Jahre harter Arbeit in etwas stecken, das keine Seele hat.“

Warum soll das nicht gehen, fragt Gebbia, die Welt erobern und sie dabei auch ein bisschen besser machen?

Im „Circle“ oder nicht?

Wird nun alles gut, wie sie im Silicon Valley meinen, oder wird alles schlecht, wie die Kritiker das sehen, die ewigen Pessimisten und Warner? Dave Eggers etwa, der Autor von „The Circle“, dem wohl meistdiskutierten Buch des vergangenen Jahres.

Während die neuen Masters of the Universe das Paradies kommen sehen, beschreibt Eggers bloß eine Hölle, Stück für Stück errichtet, Stein um Stein geschichtet wie ein riesiges digitales Gefängnis. In seinem Roman erfüllen die digitalen Machthaber den Menschen viele Träume – aber sie nehmen ihnen die Freiheit. Sie nehmen ihnen vor allem das Humane.

In Eggers „Circle“-Welt geht der Einzelne unter. Er zählt nicht mehr. Er begibt sich freiwillig in eine totalitäre Welt, in der es keine Politik mehr gibt, keinen Staat, sondern nur noch den Zwang zum Glück durch den einen Digitalkonzern.

Eggers beschreibt einen totalen Sieg der Menschheitsbeglückter aus dem Silicon Valley. Dieser Sieg lässt frösteln. Aber hat er recht?

Man muss kein Warner sein wie Eggers und auch kein Prophet wie die Protago-

nisten aus dem Valley, um zu merken, dass vieles auf dem Spiel steht. Die Freiheit des Einzelnen, sein Recht, nicht effektiv zu sein, das Recht der Gemeinschaft, sich manchen Dingen, die machbar sind, zu verweigern, das Menschliche schlechthin.

Zugleich locken Chancen. Zugleich könnte da eine Zukunft sein, die in vielem tatsächlich besser ist als die Gegenwart. Weniger Verkehrstote sind nun einmal besser als viele. Jeder einzelne Krebstod weniger ist ein Gewinn.

Es sind große Fragen, und es sind politische Fragen, die beide stellen – die Optimisten in den Digitallaboren und die Pessimisten wie Eggers. Sie brauchen politische Antworten.

Deshalb ist es entscheidend, dass der Dialog über die Zukunft politisch geführt wird – und nicht mehr nur technisch. Nur wer klare politische Leitlinien hat, ist einigermaßen sicher davor, nicht permanent zwischen hysterischer Euphorie und panischem Pessimismus zu wanken.

Der Konflikt wird sich zwangsweise zuspitzen zwischen der Politik – oft überfordert und wütend reagierend – und der Silicon-Valley-Elite, die sich nichts vorschreiben lassen will, sondern lieber selbst neue Regeln setzt.

Es ist ein ungleicher Kampf, denn die einen, die Unternehmen, denken und handeln global, sie haben nur ein Ziel: Sie wollen die Welt erobern. Die anderen, die Politiker, verfolgen ganz unterschiedliche Interessen: Sie wollen ihre Bürger vor der Allmacht der Konzerne, aber auch die eigene Wirtschaft schützen, alte Arbeitsplätze sichern, neue schaffen.

US-Präsident Barack Obama ist ein Freund des Silicon Valley, unter Datenschutz versteht er vor allem den Schutz staatlicher Institutionen und wirtschaftlicher Einrichtungen vor Angriffen aus dem Netz. Auf einem Cyber-Security-Gipfel an der Stanford University im Herzen des Silicon Valley forderte er die Tech-Konzerne vor Kurzem auf, mehr Informationen mit der Regierung zu teilen. Was diese allerdings brüsk zurückwiesen – seit der NSA-Affäre sind die Beziehungen belastet.

Wenn es jedoch um Angriffe von außen geht, können sich die Internetkonzerne auf Obama verlassen.

„Unsere Firmen haben das Internet geschaffen“, sagte er kürzlich, „sie haben es ausgeweitet und auf eine Art perfektioniert, dass die anderen nicht konkurrenzfähig sind.“

Und dabei soll es auch bleiben. Strengere Vorschriften haben die Herren des Silicon Valley von ihm nicht zu befürchten.

Lesen Sie auch auf Seite 50:

Können Computer wirklich Einbrüche, Diebstähle oder Schießereien vorhersagen?