

Apple-Chef Jobs in seinem Büro in Palo Alto 2004: *Einen Bedarf zu decken, den man selbst geschaffen hat, klingt nicht nur nach einer Formel*



für den perfekten Kapitalismus, es ist sie

DINA WALKER / G. BERTELSMANN

i

Er hat die Schönheit der Verknappung in das moderne Leben gebracht, seine Läden sind Kirchen der kapitalistischen Welt. Steve Jobs, an Krebs gestorbener Apple-Gründer, war der Prophet unserer Zeit und einer ihrer Mächtigen, ein Verkäufer, ein Visionär, aber kein netter Mensch.

Wer kann das von sich behaupten: eine Gruppe von Menschen verändert zu haben, eine Stadt, ein Land, die Welt?

Und wenn so einer stirbt, wie nennt man ihn dann? Wenn alle Begriffe zu Lebzeiten schon verbraucht wurden? „iGod“ hatte das „New York Magazine“ ihn getauft, schein-spöttisch und in Wahrheit anbetend.

Mit einem fleischgewordenen amerikanischen Traum hat Barack Obama diesen Steve Jobs früher verglichen, „er schaffte eine der seltensten Leistungen in der Menschheitsgeschichte“, das schrieb der amerikanische Präsident am vergangenen Mittwoch, „er veränderte unseren Blick auf die Welt“.

Und darum sagte die republikanische Präsidentschaftsbewerberin Michele Bachmann, es sei „ein Teil des amerikanischen Genius“ gestorben. Darum lagen vor den Apple-Tempeln im ganzen Land Blumen aus und kleine Schreine und angebissene Äpfel. Leute hielten Mahnwachen, indem sie ihre erleuchteten iPhones wie virtuelle Kerzen in die dunkle Nacht reckten. Auf Twitter gingen nach Jobs' Tod am Mittwoch vergangener Woche 10 000 Nachrichten ein, pro Sekunde. Eine Mutter schrieb, sich für das beste Apple-Produkt zu entscheiden sei wie die Wahl, welches der eigenen Kinder man am liebsten habe.

Das alles erinnerte an die Stimmung nach den Anschlägen vom 11. September 2001, alle Amerikaner waren FOS, Friends of Steve.

Aber auch als die Nachricht längst um die Welt gegangen, als die Apple-Fahne in Cupertino im Silicon Valley auf Halbmast gesenkt war, tappten die Kommentatoren, die nahen und fernen Freunde von Steve, all die Redner und Blogger dieser hektischen Zeit noch nach Bildern und Vergleichen, um die historische Bedeutung dieses Steve Jobs zu würdigen.

Sie verglichen ihn mit Henry Ford und Walt Disney, mit Thomas Alva Edison und Albert Einstein – angemessen bombastisch und doch sachlich falsch.

Steve Jobs, geboren 1955, gestorben 2011, war kein Erfinder und kein Schöp-

fer, und auch ein Forscher war er nur im weitesten Sinne. Er war ein Vollender, Perfektionierer und Perfektionist, Designer und Verkäufer.

Früher, vor Steve Jobs, war Technik das andere gewesen. Fremd, unheimlich. Früher war Technik zwar vom Menschen erschaffen worden und doch vom Menschen getrennt gewesen. Durch hartes Metall, durch Mechanik, durch Komplexität. Technik war, früher, laut und hässlich gewesen. Steve Jobs hat das beendet.

Heute sind Mensch und Technik versöhnt und vereint. Die Technik ist eine Freundin. Technik sind wir, bin ich, auf Englisch: „i“. Wie in „iMac“, „iPod“, „iPhone“ und „iPad“. Denn Technik, wie Jobs sie verstand, ist zugleich warm und cool, ebenso Mainstream wie Rebellion. Sie hilft uns, liebt uns, ist bei uns, beim Gehen, Fahren, Arbeiten, auf dem Sofa und sogar im Bett. Technik bedeutet nach dem Evangelium des heiligen Steve: Rettung, das Gute. Seine Technik ist schön.

Steve Jobs hat sich seine Jünger erzo-gen; sie konnten ja gar nicht wissen, was sie haben wollten, weil sie es nicht konnten. So funktionierte Apple unter Steve Jobs, Jahr für Jahr. Dieser hagere Mann in Jeans und Rollkragenpullover präsentierte etwas, und die halbe Menschheit, jedenfalls ein Großteil der westlichen Welt, dachte: „Das ist es.“

Jobs war der Mensch, der die Zukunft erfand, er hat die Bewegungen und das Denken des Menschen verändert. Die Distanz, die Mensch und Technik getrennt hatte, ist durch den Touchscreen aufgehoben worden. Vermutlich hatten viele Leute vom Fach eine solche Moderne kommen sehen, Computer baut ja nicht nur Apple, aber kein anderer hat wie Steve Jobs diese Moderne gestaltet.

Früher streichelte der Mensch andere Menschen, und hin und wieder streichelte er Tiere, heute streichelt er Maschinen. Er arbeitet am iMac, hört Musik über den iPod, telefoniert und organisiert das Leben mit dem iPhone, und mit dem iPad geht er schlafen. Morgens dann, wenn er erwacht, wischt die dreijährige Tochter mit dem Zeigefinger über den Bildschirm



DIANA WALKER / C. BERTELSMANN

Computerfachmann Jobs in seinem Haus in Cupertino 1982: *Er war ein despotischer Chef, launisch, cholerisch, und verklärte das gern*

von Papas Computer, weil sie weiß, dass man das so macht: wischen, schmusen, die haptische Erfahrung ist etwas grundsätzlich Neues im Umgang mit Technik.

Einen Bedarf zu decken, den man selbst geschaffen hat, das klingt nicht nur nach einer Formel für den perfekten Kapitalismus, das ist sie. In Apples Produkten offenbart sich der Zeitgeist; dies war die Gabe von Steve Jobs, die ihn mit Künstlern verbindet: dass in seinen Werken Form und Ausdruck wurde, was zuvor Ahnung gewesen war, ein Gefühl, die Zeitstimmung.

Er war nicht nett. Die ehemalige Freundin Chris-Ann und seine Tochter Lisa lebten von staatlicher Unterstützung, bis ein Gericht Jobs zwang, 385 Dollar Unterhalt im Monat zu zahlen. Er war bereits Millionär, zuletzt besaß er rund sieben Milliarden Dollar.

Er war gnadenlos. Wer ihn verehrt wie der Deutsche-Telekom-Chef René Obermann, preist Jobs' „unnachgiebige Konsequenz“; das trifft es bedingt. Jobs befahl eine mehr als 46 000 Mann starke Apple-Armee, die von vielen tausend Fußsoldaten in China unterstützt wurde. Für umgerechnet ein paar Dollar arbeiteten dort Kinder und manchmal deren Mütter für Apple, bessere Löhne, menschliche Arbeitsbedingungen hätten Jobs nicht viel gekostet.

Er war ein despotischer Chef, launisch, cholerisch. Er verklärte das gern: Er müsse streng sein, sagte Steve Jobs, er müsse seine Leute fordern, die Leistung des Konzerns spreche für sich.

Wahr ist das Gegenteil: Apple wurde absurd geführt und war dennoch gut. All die Teams der Firma, diese 8, manchmal 10, manchmal 25 Leute, die an einem Projekt arbeiteten, warteten ständig auf

Rauchzeichen von Steve. Lobte der? Hasste der? Keiner wusste, was kommen würde, „manchmal duschte Steve zu heiß“, sagt der ehemalige Apple-Mann David Sobotta, „danach verdammte er das, was er gestern gefeiert hatte“. Zwischen „Genie“ und „Arschloch“ lag wenig und selten etwas, das die Angestellten hätten nachvollziehen können. Wie gut hätte Apple sein können, wenn es auch noch gut geführt worden wäre?

Und doch: General Jobs und seiner Armee gelang es einmal, mehrmals und immer wieder, den Stand von Forschung und Entwicklung in das eine schlüssige, begehrte Ding zu überführen. Der Macintosh von 1984 war nicht der erste Computer mit Bildschirm und Maus, aber er war der erste Apparat des Digitalzeitalters, der nicht grau und klobig nach Industrie roch, sondern beige und schlank aussah. Der iPod war nicht der erste digitale Musikspieler, aber in seiner Einfachheit sah er wie der beste aus. So edel. Das iPhone war nicht der Welt ers-

tes Smartphone, aber es verband die Stärken und eliminierte die Schwächen seiner Konkurrenz – und es transportierte die Schönheit der Moderne, klassisch und karg.

Wie das geht, darauf hat ein weißgekleideter deutscher Herr in Kalifornien die Antworten. Gutes Design, sagt Hartmut Esslinger, der jahrelang für Apple und Jobs arbeitete, müsse „die exakte Balance zwischen Provokation und Vertrautheit oder zwischen absurd und langweilig“ finden. Provozierend waren die iProdukte in ihrer Reduktion immer, manchmal auch ein wenig seltsam wie das orangefarbene oder das tintenblaue iBook, ein Laptop, der in Werbespots und Fernsehserien der Zeit als Symbol für Fortschritt und Kühnheit verwendet wurde. Vertraut? Vertraut wirkt die Bedienung der Geräte schon nach Sekunden, schon beim ersten Mal.

Und all das ist aufregend, so sehr, dass erwachsene Menschen es in vollem Ernst als Triumph empfinden, wenn sie ein neu-



JUELLE C. BERTELSMANN (L./P. POLARIS / LAIF (R.))

Kind Jobs mit Adoptivvater Paul 1956, Pioniere Wozniak, Jobs 1976: *Woher kommt Genie?*

es Apple-Produkt kaufen dürfen, so sehr, dass nur wenige Kunden sich fragen, ob es nicht schlicht idiotisch ist, alle zwei Jahre ein neues Gerät zu erwerben, obwohl beim alten nichts kaputt ist, und damit Millionen einem Konzern verfallen, der es verhindert, dass man einen Akku austauschen oder Dienstprogramme der Konkurrenz benutzen kann.

Es gibt gewiss nicht das eine Geheimnis für Jobs' Erfolg, aber eine Erklärung: Die Produkte im Apple Store sind wie geschaffen für den weitgehend individualisierten, hochgradig globalisierten, durch und durch ästhetisierten Menschen des 21. Jahrhunderts, und wem das zu viele komplizierte Wörter sind, der kann auch sagen: Es sind zeitgemäße Produkte für den Menschen von heute, der zeigen will, dass er auf dem Laufenden ist, kein Technikfreak, aber auch kein Technikfeind, der einen Sinn für Qualität, Schönheit und die seltsame Erotik hat, die von Objekten mit runden Ecken und glatten Oberflächen ausgeht.

Betrachtet man das Leben des Steve Jobs vom Ende her, vom 5. Oktober 2011 aus, dann fügen sich dessen Phasen, als hätten sie nur so aufeinander folgen und ebendieses Leben, ein einzigartiges, ergeben können: Als Baby wurde er von seinen leiblichen Eltern verstoßen. Das Studium brach er ab. Es folgten die Computerbasteleien, der Aufstieg mit Apple und der Rausschmiss, die geschäftlichen Triumphe und das körperliche Drama, der Kampf gegen scheinbar übermächtige Konkurrenten und gegen den Krebs.

Als Fügung, als große Geschichte hat Jobs das alles selbst gesehen. Er hat dies im Juni 2005 offenbart, als er eine Rede vor Studenten in Stanford hielt und so etwas wie den Code seiner persönlichen Programmierung offenlegte.

Die Zusammenhänge, sagte Jobs, erkenne man erst in der Rückschau. Die Menschen müssten darauf vertrauen, dass sich die Mosaiksteinchen ihres Lebens in ihrer Zukunft zu einem Gesamtbild zu-

sammenfügen. „Lebt nicht das Leben eines anderen“, rief Jobs den Studenten zu, „bleibt hungrig, bleibt tollkühn.“

Wenn es das Gegenteil eines Wunschkindees gibt, dann war es Steve Jobs. „Es begann schon, bevor ich geboren wurde“, sagte er. Die Mutter, eine amerikanische Studentin, und der Vater, ein syrischer Politologe, gaben das Baby vor der Geburt zur Adoption frei. Immerhin, die Mutter willigte erst in die Adoption ein, als Paul und Clara Jobs, sie ohne College- und ohne Highschool-Abschluss, versprachen, Steve werde eine Universität besuchen dürfen. „Und 17 Jahre später besuchte ich tatsächlich ein College.“

Aber er gab auf. Er übernachtete bei Freunden, sammelte Cola-Flaschen, um sich vom Pfandgeld Essen zu kaufen, und nahm LSD. Einer dieser lässigen Kalifornier der frühen siebziger Jahre, langhaarig, frei, ziellos.

Woher kommt Genie? Warum Steve Jobs? Wie fand zur selben Zeit ein Schüchternen namens Bill Gates seinen Weg? Oder Bill Joy, der Mitgründer von Sun Microsystems, der zusammen mit seinen Freunden nicht weniger als das Internet mit erschuf und das Betriebssystem Unix, auf dessen Grundlage heute jeder Apple-Rechner läuft? Gibt es etwas, was diese Helden der Computerrevolution eint? Eine Formel für Größe?

Alles angeboren, so lautet die gewöhnliche Erklärung. In einer Meritokratie, wo der Beste siegt und nicht der Typ mit den reichsten Eltern, in einer neuen Welt, welche die Eltern nicht mehr verstehen, komme eben ein superintelligenter Junge wie Jobs ans Ziel, den keiner je förderte.

Dem jungen Bill Gates haben Mama und Papa durchaus geholfen. Dessen Eltern, er Rechtsanwalt, sie Banker-Tochter, gehörten zur High Society Seattles. Selbstverständlich musste der Junge auf eine schicke Privatschule! Nicht selbstverständlich: Diese Privatschule erkaufte sich 1968, mit Hilfe großzügiger Elternspenden, Zugang zu einem Computer.

Malcolm Gladwell, Autor des Buches „Überflieger. Warum manche Menschen

erfolgreich sind – und andere nicht“, hat nach der Formel für den Aufstieg in den Olymp der Erfolgreichen gesucht. Es scheint eine verrückte Kombination aus Fähigkeit, Gelegenheit und Glück zu sein, die Stars hervorbringt. Bill Gates, Bill Joy, Mozart und die Beatles haben mit Steve Jobs einiges gemeinsam: Sie lebten zur richtigen Zeit mit dem richtigen Talent am richtigen Ort. Sie bekamen die Gelegenheit zu üben. Exzessiv zu üben. Gladwell fand: die 10 000-Stunden-Formel, 10 000 frühe Trainingsstunden machen wahre Meister aus.

Die Beatles bekamen Hamburg, sie spielten zwischen 1960 und 1962 an sieben Tagen pro Woche fünf oder mehr Stunden am Stück live auf der Bühne, weil die Clubs der Reeperbahn das verlangten.

Bill Gates nutzte als Achtklässler den Rechner, den der „Mütterfonds“ seiner Schule gekauft hatte. Gates war nicht einfach ein Genie, er hatte Glück: Bevor er seine Firma gründete, hatte er sieben Jahre lang programmiert. Tag und Nacht. „Erfolg ist Talent plus Ausbildung“, sagt Gladwell – nur sei die Ausbildung das Entscheidende.

Steve Jobs „stammt nicht aus einer wohlhabenden Familie wie Bill Gates“, so Gladwell, „aber auch er hatte sein Hamburg“. Jobs wuchs in Mountain View auf, im Epizentrum des Silicon Valley. Als Teenager filzte er die Flohmärkte der Elektronik-Freaks nach Bauteilen, und legendär ist sein Anruf bei Bill Hewlett, Mitgründer von Hewlett-Packard: Er brauche Elektronikbauteile. Er bekam sie, und dazu ergatterte Steve sich einen Ferienjob. Das war, laut Gladwell, „als würden Sie sich für Mode interessieren, und Ihr Nachbar heißt zufällig Giorgio Armani“.

Dieser Steve Jobs spaltete die Computerwelt über Jahrzehnte in zwei Lager. Für die einen ist er Philosoph, für die anderen ein Diktator. Dieses einzigartige Kapitel der Technikgeschichte begann vor rund 40 Jahren, als die politisierte Hippie-Bewegung sich in die innere Emigration begab, um ihr Ich zu erkunden. „Me



DIANA WALKER / C. BERTELSMANN (L.); QUELLE C. BERTELSMANN (R.)

Privatmann Jobs mit Frau Laurene 1997, mit Freunden bei der Feier zu seinem 50. Geburtstag 2005: „Lebt nicht das Leben eines anderen“

Decade“ taufte Tom Wolfe die Siebziger. Steve Jobs kultivierte dieses Gefühl, das sein Gefühl war, und formte daraus iPod, iPhone – seine iDeologie.

„Bluebox“ hieß das erste Gerät, das Jobs Anfang der Siebziger auf den Schwarzmarkt brachte. Gemeinsam mit seinem Freund Steve Wozniak, dem anderen Steve, verkaufte er kleine Elektronikisten, mit denen sich kostenlos telefonieren ließ. Der Trick: Hacker hatten bemerkt, dass die Telefonkonzerne zum Freischalten eines Ferngesprächs ein Steuersignal mit einer bestimmten Frequenz verwendeten; der Pfeifton von genau 2600 Schwingungen pro Sekunde ließ sich auch einfacher erzeugen, dafür musste man nur Frühstücksflocken der Marke „Cap'n Crunch“ kaufen, denen

Apfels steht im christlichen Amerika für den Sündenfall, und die Zahl 666 ist das Symbol des Teufels.

Tatsächlich stand der Apple I für Aufklärung, er war ein erschwingliches Gerät, der Apple I sollte die unverschuldete Unmündigkeit der Computernutzer beenden. Der Apple I war nicht viel mehr als eine Platine in einem liebevoll zusammengebastelten Holzgehäuse, an die die Nutzer einen Bildschirm und eine Tastatur anschließen mussten. Mit dem Apple II konnte man bereits farbige Bilder malen. Der Apple III wurde ein Flop, nicht kompatibel mit dem Vorgänger, die Kunden zogen nicht mit.

Es war Jobs' erstes Scheitern und nicht sein letztes, wahrscheinlich war ja dies die Eigenschaft, die ihn wirklich auszeich-

Dann der Einbruch: Mitte der achtziger Jahre verzettelte sich Apple mit seinen Produkten, der Verwaltungsrat stellte Jobs einen neuen Manager für das Tagesgeschäft an die Seite, John Sculley. Doch die beiden harmonierten nicht. Einer musste gehen. Sculley blieb.

Als der Mann, der meist in Jeans und schwarzem Pullover zur Arbeit erschien, Apple verließ, sagte er: „Ich trage nicht die richtigen Hosen, um diese Firma zu leiten.“ Und, später: „Das, worum sich während meines gesamten Erwachsenenlebens alles gedreht hatte, war weg. Ich wusste monatelang nicht, was ich tun sollte.“

Er fing mit 100 Millionen Dollar, die er für den Verkauf von Apple-Aktien bekommen hatte, neu an. Jobs gründete eine Firma namens Next, die Rechner herstellte, und investierte zehn Millionen Dollar in die Graphics Group von George Lucas, die Spezialeffekte für Filme fabrizierte; und auch in der Filmindustrie setzte Steve Jobs sein Konzept durch: Avantgarde für die Massen.

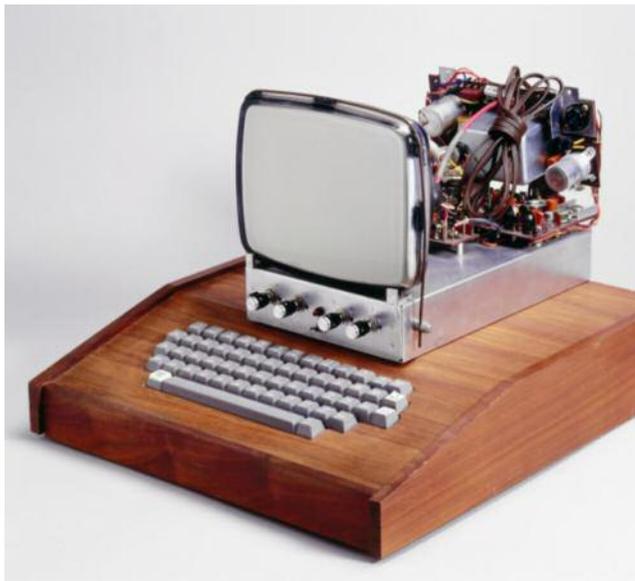
Jobs war der Erste, der das besondere Potential der Computertechnik für die Filmproduktion erkannte. Es war ein zähes Geschäft, es waren zähe Jahre, aber zäh war auch Jobs. 1991 schloss er einen Vertrag mit dem Disney-Konzern: Pixar, wie die Firma inzwischen hieß, begann mit der Produktion eines Animationsfilms in Spielfilmlänge, Disney übernahm Marketing und Vertrieb. „Toy Story“ hieß das Werk, das 1995 in die Kinos kam, technisch und inhaltlich ein Geniestreich.

Pixar-Filme erzählen, anarchisch und clever, von alleinerziehenden Fischen und verliebten Robotern. Steve Jobs wurde dank seiner Pixar-Aktien zum Milliardär. 2006 kaufte Disney Pixar, für 7,4 Milliarden Dollar. Steve Jobs wurde im Gegenzug der größte Einzelaktionär von Disney.

Jobs heiratete Laurene Powell, 1991, sie bekamen drei Kinder. Und dann kam jene Wende im Leben des Steve Jobs, die seiner Lehre zufolge logisch ist, wenn man den eigenen Überzeugungen folgt: Die Mosaiksteinchen fügten sich zu einem Bild. 1996 kaufte Apple Jobs' Firma Next, und der Gründer kehrte zurück, zunächst als Berater.

Apple ging es schlecht. Die Produktpalette war zu groß, um gezielt investieren zu können; 1997 wurde ein Verlust von einer Milliarde Dollar erwirtschaftet, und so wurde Jobs wieder Chef. In Jeans und Rollkragen.

Und er schaffte es, das Wunder aus der Gründerzeit zu wiederholen. Er verknappte das Angebot. „Sich zu fokussie-



SCIENCE MUSEUM / SSP / SCIENCE & SOCIETY / INTERFOTO (L.); ALAMY / MAURITIUS IMAGES (R.)

Apple I 1976, iPad 2010: Die Distanz, die Mensch und Technik trennte, wurde aufgehoben

eine Spielzeugpfeife als Werbegeschenk beigelegt war.

Steve und Steve waren Wasser und Feuer, Wozniak der Tüftler, Jobs der Antrieber, der, wenn's finanziell eng war, sogar den Freund um einen Honoraranteil betrog. Als ein paar junge Hacker um Steve Wozniak im Schlafzimmer von Steve Jobs' Adoptiveltern Platinen zusammenlöteten, schaute Jobs nur ab und zu vorbei, aber natürlich gab er strenge Geschmacksurteile ab. „Viele Leute glauben, dass wir den Apple-Computer 1975 ausschließlich in einer Garage entwickelt haben. Aber die verwechseln wahrscheinlich die Geschichte von Apple mit der Geschichte von Bill Hewlett und David Packard, die tatsächlich 1939 in Palo Alto in einer Garage anfangen“, sagt Steve Wozniak, „wahrscheinlich sind wir nicht ganz unbeteiligt an dem Missverständnis, es passte uns ganz gut in den Kram.“

Am 1. April 1976 war es so weit, der Apple I kam auf den Markt, zum Preis von 666,66 Dollar. Es war eine Provokation, denn das Symbol des abgebissenen

nete: Furchtlosigkeit. Jede seiner Maschinen steht für einen Wagemut, der die Möglichkeit des Scheiterns beinhaltet.

Lisa hieß das nächste Gerät, das Jobs vorantrieb, Lisa war eine Sensation: Der Computer hatte eine grafische Benutzeroberfläche, welche die Nutzer mit freundlichen Fenstern und übersichtlichen Ordnern begrüßte und nicht mehr mit kalten Kommandozeilen. Die Idee dafür stammte aus dem Xerox-Labor, das Jobs mit seinen Mitarbeitern 1979 besucht hatte. Dort nahmen sie auch die Idee der Maus mit. Die Entwicklung war teuer, das Gerät verfehlte den Markt.

Jobs lernte. Er ließ Lisa weiterentwickeln. Das Jahr 1984 brachte den Durchbruch: Der erste Macintosh kam auf den Markt, bedient wurde das Gerät per Tastatur und Maus.

Denn Jobs schaffte es, technisch nicht Versierte, die sogenannten Clueless Newbies, beherzt bei der Hand zu nehmen, ihnen neue technische Möglichkeiten zu eröffnen und ihnen beherzt in die Tasche zu greifen.

ren bedeutet nicht, ja zu sagen, sondern nein zu sagen“, sagte Jobs. „Ich war damals wie ein Papa, und das war hart.“

Daddy No sanierte das Unternehmen, und er baute in den USA, dann in Europa und Asien die exklusiven Apple Stores auf, und Apple brachte jene Produkte auf den Markt, auf die die Gläubigen gewartet hatten: iPod, iPhone, iPad.

Das Pokémon hatte Nähe und Zärtlichkeit zwischen Mensch und Maschine suggeriert. Das iPhone erfüllte dieses Versprechen. Es ist der radikale Ausdruck einer Hybridkultur, es hat unser Verhältnis zur Welt revolutioniert, weil auf einmal alles verfügbar war: Nachrichten, Musik, Menschen, echte Wirklichkeit, künstliche Wirklichkeit, Spiele, Filme, alles, alles, alles sofort und jederzeit. Dieses Gerät schien die anthropologische Konstante aufzulösen, dass Fleisch weich und Metall hart ist, dass der Mensch ein Wesen hat und die Maschine nicht.

Dieses Gerät ist animiert, es wird durch Zärtlichkeit gleichsam Teil der Familie. Es verändert, wie wir uns bewegen, auf der Straße etwa, wo nun gebeugte Machtmenschen wandeln, die auf Empfang oder E-Mails warten, eine Ikonografie dieser Zeit. Dieses Ding bedeutet beinahe schon eine Erweiterung von Körper und Geist. Und dass sich das für seine Besitzer so anfühlt, liegt daran, dass es sich so schlicht bedienen lässt: in einer Hand liegend, per Daumendruck.

Das iPhone ist eine kapitalistische Waffe, die sich tarnt, indem sie cool ist. Es vergisst nicht, es speichert und verknüpft – du bist, was du kaufst, weil die Maschine dich besser kennt als du selbst. Darum symbolisieren Apple als Firma, das iPhone als Gerät und Steve Jobs als Person die Jahre, in denen sich die Welt öffnete und wieder verschloss.



Unternehmer Jobs 1999: Er war kein Erfinder und Schöpfer, er war ein Perfektionierer

Es war ja immer um Offenheit gegangen im Silicon Valley; lange her. Um Austausch von Daten und Programmen war es gegangen, um Spaß und Fortschritt für alle, Apple war die Heldenfirma gewesen. Die Realität der vergangenen zehn Jahre aber war Umgrenzung, auch die Abkoppelung der Ideologie des Konsums von der Idee der Freiheit. Apple 2011 schützt sich, seine Apps stehen vor dem Internet wie eine Gated Community vor der Stadt, und Apple ist ein wenig wie China.

Die Reise des Steve Jobs machte ihn vom Nerd zum Magier, da erging es ihm wie Bill Gates von Microsoft und Mark Zuckerberg von Facebook. Aber er wurde auch vom Außenseiter zum symboli-

schen Alleinherrscher. All dies bestimmt das Verhältnis von Apple zum Menschen; dann gibt es da noch das Verhältnis von Apple zur Kultur.

Steve Jobs war immer schon Musik-Fan gewesen. Apple hatte er auch nach Apple Records benannt, der Plattenfirma der Beatles. Dass die ihn 1978 verklagten, ist eine Ironie der Apple-Geschichte, Beatles-Apple wollte Jobs-Apple verbieten lassen, den Namen zu benutzen. Nach vielen Gerichtsstreitereien siegte Apple 2006, und erst 2010 gaben die Beatles ihre Songs zum legalen Download frei, als letzte große klassische Band.

Auf den ersten Blick war das Geniale des iPods seine Einfachheit. 1000 Songs, die man in die Tasche stecken kann. So stellte Jobs ihn im Oktober 2001 vor, ein kleines weißes Ding mit fünf Tasten und einem Display, groß genug, eine CD-Sammlung aufzunehmen.

Meilensteine Steve Jobs' wegweisende Entwicklungen

1984

Macintosh

Jobs stellt den unter seiner Projektleitung entwickelten Apple Macintosh vor. Das Konzept einer grafischen Benutzeroberfläche mit Maussteuerung wird Standard für die gesamte PC-Welt.



1985
Next

Nach seiner Trennung von Apple gründet Jobs die Firma Next. Das dort entwickelte zukunftsweisende, auf Unix basierende Betriebssystem NextStep soll sich später als vielleicht bedeutendste Entwicklung unter Jobs' Führung erweisen. Nach dessen Rückkehr zu Apple 1997 wird das neue Mac-Betriebssystem OS X auf der Grundlage von NextStep vorangetrieben, dessen Weiterentwicklung heute auch iPhone und iPad steuert.



P I X A R
ANIMATION STUDIOS

1986
Pixar

Steve Jobs kauft das Animationsstudio Pixar. Dort treibt er die Entwicklung der Animations-Software Renderman voran, die später auch Bestandteil von NextStep wird. Heute gilt Renderman als Industriestandard in der 3-D-Computergrafik.



1995
„Toy Story“

Der erste komplett computeranimierte Spielfilm „Toy Story“, eine Co-Produktion mit Disney, wird ein Kinoerfolg. 2006 verkauft Jobs Pixar an Disney und zieht als größter Einzelaktionär in den Disney-Verwaltungsrat ein.

Darum ging es damals noch: CD-Sammlungen. Auch lange her.

Aber der iTunes Store, den Apple im April 2003 eröffnete, war der eigentliche Coup. Alle großen gebeutelten Plattenfirmen waren bereit, ihre Musik zum legalen, bezahlten Download bereitzustellen, mit einem einheitlichen Preis: ein Song für 99 Cent. 200.000 Songs waren es zum Start.

Deshalb lag das Revolutionäre des iPods unter seiner weißen Oberfläche. Nicht das Gerät war entscheidend. Jobs und Apple bewiesen, dass im Internet viel Geld durch die Vertriebskanäle fließen kann. Der Buchmarkt, die Filmindustrie, Medien aller Art folgen langsam ihrem Beispiel, all das ist längst Alltag, aber das System ist noch nicht einmal zehn Jahre alt. 16 Milliarden Songs sind bis heute weltweit über den iTunes Store heruntergeladen worden.

Es sind schnelle Zeiten, manches, was im 20. Jahrhundert unvorstellbar war, ist normal geworden. Die Shuffle-Funktion des iPods, die Zufallstaste, löste jene Verbindungen auf, die die Lieder zuvor im Rahmen eines Albums festgehalten hatten. Heute kann jeder in seiner Musiksammlung herumspringen, es muss keine Platte mehr umgedreht, keine CD mehr gewechselt werden. Die Plattensammlung, jahrzehntelang Distinktionsmerkmal, hat als Erkennungszeichen ausgedient; die Suche nach Geheimwissen, die den Pop angetrieben hatte, ist beendet, Musik ist nur noch Musik, zufällig und bunt wie die menschlichen Silhouetten mit den weißen Kabeln, die auf den iPod-Werbeplakaten tanzen.

Und das Design von Apple ist so sehr Inbegriff von Coolness, dass man leicht vergisst, dass die Firma auch das vermeintliche Gegenteil in die Technikwelt gebracht hat: Freundlichkeit, Zugänglichkeit, Menschlichkeit. Macintosh-Computer begrüßten in den frühen achtziger Jahren ihre Benutzer beim Einschalten mit

einem lächelnden Gesicht. Das Symbol war nur 32 mal 32 schwarz-weiße Pixel groß, aber es war ja tatsächlich ein Symbol: für ein Gerät, das eine Beziehung zu seinem Benutzer herstellt, das diesem zu Diensten ist, das das Leben und die Arbeit leicht und zur Lust macht.

Dieser Happy Mac erfüllte beide Bedeutungen des Wortes „Icon“: als Piktogramm, aber auch als Ikone eines neuen Computerzeitalters; und viele Benutzer erinnern sich noch heute mit warmen Gefühlen an diesen Computer, der sie anlächelte oder, im Falle eines Problems, traurig schaute.

Dieser Anthropomorphismus hätte nicht funktioniert, er hätte keine Wirkung haben können, wenn er nicht eine Entsprechung im Wesen des Computers gehabt hätte: Dass Apple es geschafft hat, Technik begehrenswert zu machen, lässt sich nicht davon trennen, dass Apple es geschafft hat, Technik begreifbar zu machen. Der Nutzer sollte nicht mehr die Sprache des Gerätes lernen müssen; die Geräte lernen die Sprache des Nutzers.

Die Spracherkennung des neuen iPhone 4S, das am Tag vor Jobs' Tod vorgestellt wurde, ist ein vorläufiger Endpunkt dieser Entwicklung und die Verwirklichung des Traums, dass wir mit Geräten reden können wie mit Menschen. Dass wir ihnen sagen können: „Rufe Mutter an“ oder „Wie wird das Wetter am Wochenende in München?“ – und sie verstehen uns und erledigen das. Das Hauptproblem im Umgang mit Computern ist ja schon lange nicht mehr, dass sie etwas nicht könnten; es war nur so kompliziert, ihnen mitzuteilen, was wir von ihnen wollen.

Steve Jobs war vom ersten Tag bis zum vergangenen Mittwoch angetrieben vom Wunsch, die Verständigung zwischen Mensch und Maschine zu erleichtern. Ein frühes Beispiel war die Technologie des „Drag & Drop“, die von Apple bei den

frühen Macintosh-Computern implementiert wurde: Ein Benutzer nimmt eine Datei durch einen Klick mit der Maus auf und zieht sie an einen anderen Ort, wo er sie fallen lässt – um sie zu löschen, in den „Papierkorb“ oder auf den „Schreibtisch“ zu legen. All das ist inzwischen so normal, dass wir längst vergessen haben, diesen Schreibtisch und diesen Papierkorb als virtuell zu begreifen.

Heute ist die Unmittelbarkeit der Verbindung zwischen den Bewegungen des Nutzers und den Bewegungen im Gerät noch weiter fortgeschritten: Auf dem berührungsempfindlichen Bildschirm eines iPhones oder iPads manipuliert der Mensch scheinbar unmittelbar den Inhalt. Dinge, die nur in digitaler Form vorhanden und durch Pixel repräsentiert sind, werden real, angeblich.

Das betrifft auch Manipulationen, die keine unmittelbaren Entsprechungen in der analogen Wirklichkeit haben: Das Vergrößern von Bildern, Karten, Inhalten jeglicher Art durch das Spreizen zweier Finger, ist für jeden Smartphone-Besitzer eine so intuitive und alltägliche, fast zwingende Geste geworden, dass es vorkommt, dass Menschen vor gedruckten Fahrplänen in Bahnhöfen stehen und vergebens versuchen, die kleine Schrift mit den Fingern zu vergrößern.

Geht nicht? Geht doch sonst immer!

Es gibt viele Gründe, warum das iPad die Augen von Verlegern zum Strahlen bringt, und einige haben mit der eingebauten Registrierkasse zu tun. Aber einer ist zweifellos auch die Faszination dafür, dass man digitale Versionen von realen Dingen wie Zeitungen und Magazinen mit den Fingern steuern kann, als wären sie körperlich vorhanden. Und vielleicht sogar: noch strahlender, echter als auf Papier, ruckelfrei und hochauflösend. Selbst ein schnödes PDF, der Inbegriff eines spießigen Dokuments, wird in diesem Gerät lebendig – dank der brillanten Darstellung und der Manipulierbarkeit



2001

iPod/iTunes

Der iPod, Apples digitales Abspielgerät, kommt auf den Markt. Verwaltet werden die Musikdateien über das Programm iTunes. 2003 fügt Apple den iTunes Store hinzu, über den Musik und später auch Filme online vertrieben werden. Aus der Computerfirma Apple wird ein Medienunternehmen. Gesteuert wird der iTunes Store mit der ursprünglich von Next entwickelten Technologie WebObjects.



2001
OS X

Premiere des neuen Mac-Betriebssystems OS X. Die aus NextStep abgeleitete Software legt auch den Grundstein für Apples späteres mobiles Betriebssystem iOS.



2007
iPhone

Jobs stellt das iPhone vor. Das revolutionäre Konzept mit Touchscreen und Gestensteuerung wird Vorbild für eine neue Generation mobiler Geräte. Ein Riesenerfolg wird auch der ein Jahr später eröffnete App Store, über den Programmierer Spiele und Anwenderprogramme für das iPhone und später auch das iPad und den Mac verkaufen können.

2010
iPad

Auch der Tablet-Computer, dessen Steuerung sich am iPhone orientiert, begründet eine neue Gerätegattung.

iPad





POLARIS / LAIF

Ehepaar Jobs im Juni: „Sogar Menschen, die in den Himmel kommen wollen, wollen dafür nicht sterben“

durch den Betrachter, der ja eben Benutzer ist.

Das wird bleiben von Steve Jobs und Apple, was auch immer aus seiner Firma und ihren Produkten nun werden wird: Er hat Technologie begreifbar und begehrenswert gemacht. Den Traum hatten die Menschen schon lange; in jeder Folge von „Raumschiff Enterprise“ gibt es Beispiele für solche Wünsche.

Nun ist es möglich. Für zukünftige Generationen wird es selbstverständlich sein, dass sie Dinge anfassen können, obwohl diese digital sind.

Und so hat Steve Jobs das Problem der Vereinzelung gelöst, das der Moderne immer anhing: Er hat das „i“, das „Ich“ zum positiven Signet gemacht.

Die Frage ist, wie individuell dieses „Ich“ noch ist. Ist das frei oder doch eher heimatlos, wenn jeder, der in diesem ewigen Überall mitrennt, sein Büro und seinen Alltag selbst gestalten muss? Und was bedeutet es, wenn dieses „Ich“ ein Maximum an Einheitlichkeit spiegelt? Gab es in der Produktgeschichte jemals zuvor ein Gerät, das so schlicht und uniform war wie Apple-Computer? Wer nicht zur digitalen Boheme gehört, wer von außen auf diese globalisierten Nomaden blickt, dürfte es ganz schön befremdlich finden, dass all die tollen Ideen und Designs so oft den immer gleichen Geräten entspringen.

Apple-Computer sind, ganz wörtlich, ein Spiegel, wir sehen uns im Bildschirm, wenn er schwarz ist, und wenn er eingeschaltet ist, sehen wir uns in den Brechungen, Reflexen, Referenzen, die wir Apps nennen.

Apple-Computer sind Narzissmus-Instrumente, die paradox funktionieren: Sie schließen uns ab von der Welt und eröffnen sie uns.

Offen ist, wie all das nun weitergehen wird. Vor allem vier Konzerne ringen um die kommerzielle Herrschaft im Internet: Apple, Google, Amazon und Facebook. Bislang hatte jeder der Giganten sein eigenes Revier. Google regierte über die Suche im Netz, Facebook über die soziale Interaktion, Amazon über den digitalen Handel, und Apple verkaufte die Geräte. Doch sie alle wildern in den Revieren der anderen, sie alle wollen den Konsum im Netz kontrollieren, und jeder will jeden besiegen.

Längst kopieren Facebook und Google das Prinzip Jobs und verschaffen sich Platz im Leben der Kunden. Mit der Zusammenführung von E-Mail, Chat, sozialem Netzwerk, Musikbörse, Nachrichtensammelstelle oder Freundschaftsverwaltung werden sie für die Nutzer ebenfalls zum Teil von deren Lebenswelt.

Google will in riesigen Rechenzentren bald die Geschicke von einer Milliarde Menschen steuern, die einer virtuellen Wolke ihre Termine, Adressen, Bankdaten, Videos, Fotos oder Musik anvertrauen. Das Facebook-Imperium hat Timeline geboren, eine Mischung aus Kalender und Tagebuch, die das ganze Leben protokollieren soll; das wird Geld wert sein, viel Geld: Das Kaufverhalten, die Wünsche, das Lebensgefühl der Kunden werden erfasst werden.

Apples Erfolg wird mit dem Erfolg seiner Geräte stehen und fallen. Die Kunden sind treu und leidensfähig, das iPhone 4 wurde trotz seiner Empfangsprobleme zum Verkaufsschlager; aber Apple ist sei-

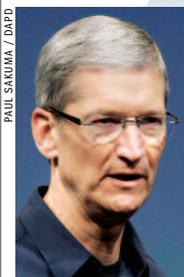
nen Konkurrenten technisch nicht mehr weit voraus. Andere Telefone bieten inzwischen mehr Speicherplatz und Kameraschärfe als das iPhone, aber noch immer weniger Image. Kann das lange gutgehen? Nachdem Apples neuer Boss Tim Cook das Nachfolgemodell des iPhone 4 vorgestellt hatte, sackte Apples Börsenkurs zeitweise um fünf Prozent ab.

Kartellvorwürfe, Datenschutzäger und der Kampf um Patente machen Apple zu schaffen. Die Android-Software von Google gewinnt Marktanteile. Apple ist zur Sensation verdammt.

Junge Menschen, die bei Apple arbeiten und wegen scharfer Schweigeklauseln in ihren Verträgen nur anonym von ihrer Firma erzählen, sagen, dass vieles passieren könne: Ein Ausbruch von Kreativität, das Ende der Angst und eine effektive Füh-

Der Technologie-Trendsetter ...

Apple: eine der wertvollsten Marken der Welt. Vom reinen Computerhersteller hat sich Apple zu einem Medienkonzern entwickelt und kassiert selbst beim Verkauf von fremden Inhalten. Mit iCloud, iPad und iPhone versucht Apple, beim mobilen Internet neue Standards zu setzen.



Tim Cook

Unternehmenswert
Marktkapitalisierung am 7. Oktober

344 Mrd. \$

Gewinn
Geschäftsjahr 2010 *

14 Mrd. \$

Mitarbeiter
Ende 2010

46 600

* endet September

rung könnten den Konzern stärken; der blasse Tim Cook könnte Apple zu einer Marke ohne Glanz machen; der gesättigte Markt könnte Apple zur ganz normalen Firma werden lassen. Was kann noch kommen, was braucht der Mensch noch?

Kann Apple ihn auch künftig noch überraschen?

Nicht zu unterschätzen ist, dass Apple eine Menge Hasslieben hat: die Musikwirtschaft, Großverlage oder Hollywood-Studios. Eine Geschäftsbeziehung auf Augenhöhe war Jobs fremd. Apple wirft schon mal digitale Medien aus dem iTunes Store hinaus, wenn nackte Haut zu sehen ist; das passierte dem „Stern“. Bernd Buchholz, Vorstandschef des Verlagshauses Gruner + Jahr, das auch am SPIEGEL beteiligt ist, schrieb einen Brief an die Apple-Zentrale: „I am writing to you as the CEO of Gruner + Jahr, one of Europe's largest magazine publishers ...“ Die Antwort: keine Antwort.

Und dann droht da noch der große Feind Amazon, der schon bald Tablet-Computer für 199 Dollar vertreiben will – ein Spottpreis im Vergleich zum iPad. Branchenkenner gehen davon aus, dass Amazon jedes Gerät bezuschussen muss; der Verkauf von E-Books, Filmen oder Musik soll das Geld bringen.

Wird irgendjemand helfen, wenn die Trauerwochen vorbei sind, wenn Apple dereinst Hilfe gebrauchen könnte? Im Silicon Valley hat ein Krieg um Köpfe und Ideen begonnen. Die nächste Innovation mit der Kraft eines iPhones könnte digitales Papier sein, faltbar, jederzeit verfügbar. Es wird darum gehen, wer das Fernsehen der Zukunft beherrscht. Und darum, wer die Kreditkarte ablösen kann und die perfekte digitale Art des Bezahlers anbietet.

Dunkle Wolken lagen Ende vergangener Woche über One Infinite Loop, Cupertino, Kalifornien, dem Hauptquartier. Regelmäßig gingen Schauer nieder. Die Trauernden ließen sich nicht abschrecken.

Dutzende von ihnen standen mit bunten Regenschirmen vor der kleinen Gedenkstätte neben der kalifornischen Apple-Zentrale. Ein Pappschild mit einem Foto des jungen Jobs überragte das Blumenmeer. Jobs-Zitate sind dort festgehalten: „Those people, who are crazy enough to think they can change the world are the ones who actually do.“

Steve Jobs war wieder oben, 2004, als ihm die Ärzte erklärten, dass er Krebs habe. Bauchspeicheldrüsenkrebs, wissenschaftlich Pankreaskarzinom genannt, ist eine seltene, eine besonders aggressive Krankheit mit schlechten Heilungsaussichten, oft ist der Tumor schon bei Entdeckung nicht operabel.

Ende 2008 kam es zu Komplikationen. Er benötigte eine neue Leber, schnell, um weiterleben zu können. Damals suchten 3400 Kalifornier nach einem solchen Transplantationsorgan, und es war Jobs klar, dass die meisten nicht rechtzeitig eines finden würden. Und so machte Jobs, was sich nur Millionäre leisten können: Er bereiste Amerika, um nach einer Leber zu suchen, überall ließ er sich untersuchen, auch mit dem Ziel, sich auf möglichst viele Wartelisten für Spenderorgane setzen zu können.

Im März 2009 fand Jobs seine Leber in Memphis, Tennessee, wo er vier Stunden später mit dem Privatjet landete und wo ihm die Leber eines Unfalltoten, Mitte zwanzig, eingesetzt wurde.

Jobs erholte sich schnell, und als er, wieder bei Kräften, im Dezember 2009 auf einer Weihnachtsfeier neben Maria Shriver saß, der Ehefrau des damaligen Gouverneurs Arnold Schwarzenegger, erklärte er ihr, dass Kalifornien etwas gegen den Mangel an Spenderorganen unternehmen müsse. Es bedürfe schnell eines neuen Gesetzes, das die Zahl der Organspender erhöhe. Sie solle das ihrem Mann sagen. „Er hatte das Gefühl, dass bei ihm alles schneller ging, einfach nur, weil er

Geld hatte“, sagt Schwarzenegger. „Das wollte er ändern. Er wollte, dass alle die Chance haben, die er hatte.“

Steve Jobs war keiner, der mit den Schwarzeneggers über sein Leiden redete, über Ängste, den nahenden Tod. Er war, so erinnert sich Schwarzenegger, „professionell, zielbewusst“. Ein gutes halbes Jahr dauerte es, bis das Gesetz verabschiedet wurde, einstimmig, ein Ergebnis der Lobbyarbeit von Steve Jobs. Von nun an muss sich jeder Kalifornier in seinem neuen Führerschein festlegen, ob er Organe spenden will oder nicht.

Jobs war dabei, als Schwarzenegger das Gesetz im Oktober 2010 unterzeichnete, es war einer seiner letzten Auftritte. Jobs sah schlecht aus, geschwächt, er redete nur kurz, verhuscht, er sagte, das neue Gesetz könne für viele Menschen ein „wertvolles Geschenk namens Leben“ bedeuten. Nach der Diagnose hielt Steve Jobs sieben Jahre lang durch.

Schon 2005, bei seiner Rede vor den Studenten von Stanford, hatte er gesagt: „Niemand will sterben. Sogar die Menschen, die in den Himmel kommen wollen, wollen dafür nicht sterben.“ Dennoch sei der Tod „wohl die mit Abstand beste Erfindung des Lebens“. Er sei der Katalysator des Wandels, eine bessere Motivation als die Sterblichkeit gebe es nicht. Der Tod, sagte Jobs, „räumt das Alte weg, damit Platz für Neues geschaffen wird“.

PHILIP BETHGE, RAFAELA VON BREDOW, KLAUS BRINKBÄUMER, GEORG DIEZ, ULLRICH FICHTNER, DIETMAR HAWRANEK, MARC HUIJER, STEFAN NIGGEMEIER, MARTIN U. MÜLLER, TOBIAS RAPP, GREGOR PETER SCHMITZ, HILMAR SCHMUNDT, MARTIN WOLF



Video: Wie Steve Jobs das Apple-Design prägte
Für Smartphone-Benutzer: Bildcode scannen, etwa mit der App „Scanlife“.

... und seine Rivalen mit ihren Konzernkernern

Marktführer bei Internet-schmaschinen. Dank des Geschäftserfolgs mit stichwortbasierter Werbung bietet Google inzwischen verschiedenste Dienste an; das Android-Betriebssystem bietet iPhone-Konkurrenten eine starke Basis. Mit YouTube ist Google Marktführer beim Bewegtbild im Netz.

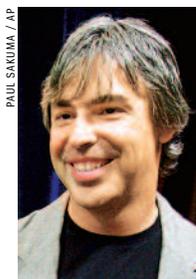
Google

Internetversandhändler, anfangs für Bücher, mittlerweile auch für viele andere Waren. Download-Angebote für Musik und Film stehen in direkter Konkurrenz zu Apples iTunes. Mit dem Kindle erwächst auch dem iPad ernste Konkurrenz.

amazon

Soziales Netzwerk. Verdient sein Geld mit an Nutzerangaben angelehnte Werbung. Die persönlichen Daten sollen Einblicke in das Kaufverhalten, die Wünsche, das Lebensgefühl der Kunden geben. Einstieg ins E-Commerce-Geschäft nicht ausgeschlossen.

facebook



Larry Page

Unternehmenswert
Marktkapitalisierung am 7. Oktober

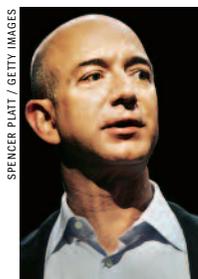
166 Mrd. \$

Gewinn
Geschäftsjahr 2010

8,5 Mrd. \$

Mitarbeiter
Ende 2010

24 400



Jeff Bezos

Unternehmenswert
Marktkapitalisierung am 7. Oktober

102 Mrd. \$

Gewinn
Geschäftsjahr 2010

1,2 Mrd. \$

Mitarbeiter
Ende 2010

33 700



Mark Zuckerberg

Unternehmenswert
geschätzt

80 – 100 Mrd. \$

Gewinn
2010 (geschätzt)

0,6 Mrd. \$

Mitarbeiter
geschätzt

über 2000

DER SPIEGEL