

Tanja Prokic

Steve Jobs ist tot – Ein Plädoyer für den Apfel

Steve Jobs ist im Alter von nur 56 Jahren an den Folgen seines Bauchspeicheldrüsenkrebs gestorben. Seinen Innovationen haben wir zu verdanken, dass wir uns unserer Liebe zu den nicht-menschlichen Dingen nicht mehr länger schämen müssen, sondern die nicht-menschlichen Dinge als einen grundlegenden Bestandteil unserer sozialen Beziehungen und damit unserer individuellen wie gesellschaftlichen Geschichtsschreibung ansehen können.

Es muss 1990 gewesen sein, als mein Vater mir zwei Hochglanzprospekte vor die Nase knallte: „Tochter! Wir kaufen einen neuen Computer!“ Der Satz beinhaltete noch etwas mit hochleistungsfähiger Grafikkarte und Anschlussfähigkeit an diverse Programme. So genau weiß ich das nicht mehr, ich war zehn und hing noch leidenschaftlich an meiner Barbie-Kollektion. „Das ist NeXT und das ist Apple!“, stellte mir mein Vater die zwei grauen Zeitgenossen vor. Der eine in einem wirklich sehr vornehmen Dunkelgrau, der andere in einem hellen, für Computer handelsüblichen Grau, aber mit einem wesentlichen, nicht zu übersehenden Detail. Ihn zierte ein kleiner buntgestreifter angebissener Apfel.

Mit diesem *Apfel mit Biss* (Bite) bewarben Steve Jobs, Steve Wozniak und Ronald Wayne bereits den Apple I, der 1976 für 666,66 Dollar verkauft wurde. Sie hatten diesen ersten Apple in der sagenumwobenen Garage von Palo Alto entwickelt. Jenes Palo Alto, das auch im Titel jenes fiktiven Gemäldes in Michel Houellebecqs Roman *Karte und Gebiet* (2011) vorkommt. „Das Gespräch von Palo Alto. Bill Gates und Steve Jobs unterhalten sich über die Zukunft der Informatik“ lautet der fiktive Titel jenes fiktiven Gemäldes, welches vielleicht treffender die Vorstellungskraft zu beflügeln vermag als ein tatsächlich geführtes Gespräch der beiden Computer-Magnaten.

Mein Vater erklärte mir die Unterschiede, die Prognosen über Marktbeständigkeit, Benutzerprofile, Speicherkapazitäten, Datenträger, Einsatzgebiete, etc. Ich hatte mich längst in den kleinen gestreiften Apfel verliebt. Die aufgeregte Stimme meines Vaters kam langsam zur Ruhe als er merkte, dass meine Augen beharrlich auf dem Apfel ruhten. „Du findest den Apfel gut, gib's zu!“ Etwas beschämt über meine fachliche Inkompe-

tenz und meine kindliche Durchschaubarkeit nickte ich verlegen. Unsere Entscheidung war gefallen, obgleich wir beide von dem eleganten Dunkelgrau des NeXT angetan waren, überzeugte der Apfel schließlich mehr als jener schicke Herr in Dunkelgrau, dessen Name uns verheißungsvoll den Eintritt in die nächste Generation versprach.

Was weder ich noch mein Vater zu dieser Zeit wussten, war, dass der NeXT eigentlich vom selben Hersteller kam, wie der Apple. Denn 1985 hatte Steve Jobs nach einer offenbar eklatanten Auseinandersetzung mit seinem Geschäftsführer John Scully das Unternehmen Apple verlassen müssen. Noch im selben Jahr gründete er das Unternehmen NeXT Inc. und 1986 NeXT Computer. 1996 kaufte Apple die NeXT für 402 US-Dollar und Steve Jobs als Berater von Apple ein. In der Zeit seines Exils sammelte Jobs offenbar Innovationen und Problemlösungen, die den Erfolg von Apple seit 1996 ausmachen. Der Apple und sein I-God waren wieder vereint und bereit die Welt zu erobern.

Dass der Apfel nicht unwichtig für das Durchsetzungsvermögen eines überzeugenden Produkts war, erschien mir als Zehnjährige noch nicht durchschaubar. Heute hingegen frage ich mich, ob es genau das war, worauf Steve Jobs mit dem Apple I gesetzt hatte: er wollte nicht allein mit seinen Innovationen bestechen, sondern das innere Kind überzeugen, das dem kleinen bunten Apfel und was er an Leichtigkeit und Freude zu versprechen schien, erlegen musste. Der Apfel also kein willkürliches Accessoires, sondern eiskalte Berechnung eines Marktpropheten? Der Umstand, dass der Apfel allein nicht ausreichte, Steve Jobs unter anderem Produktnamen (NeXT) aber auch nicht, ist ein stichhaltiger Beweis, dass nicht-menschliche Dinge und Menschen gewissermaßen gegenseitig aufeinander treffen müssen. Bruno Latour zeigt das anschaulich am Beispiel Pasteurs und des Ferments. Das Ferment musste Pasteur ebenso zustoßen, wie Pasteur dem Ferment.

Steve Jobs hat zur selben Zeit wie der Soziologe Bruno Latour, der vermutlich nicht zufällig in einem Nebensatz einer wissenschaftlichen Ausführungen die Benutzerfreundlichkeit seines Apples lobt, verstanden, dass die nicht-menschlichen Dinge ebenso wie die Menschen das Soziale begründen, dass sie uns zu Handlungen führen und uns letztlich disziplinieren.

Der Apfel aber lockte gerade damit, dass er uns die Freiheit zu geben versprach, die wir in der Interaktion mit anderen nicht-menschlichen Dingen zu verlieren glaubten. Der bunte Apfel war eine Verführung ins Paradies der schrankenlosen und unkomplizierten Nutzung einer Ma-

schine, die uns in ihrer undurchschaubaren Komplexität eigentlich restlos überlegen war.

Als der Apple schließlich in einem gigantischen Karton geliefert wurde, war das für unsere Familie die Geburtsstunde einer meist stillen, aber manchmal auch lauten Übereinkunft über eine ab diesem Zeitpunkt unhinterfragte Produktzugehörigkeit. Unser unbestechliches Argument wurde Eins zu Eins aus der Werbestrategie adaptiert: Der Apple gewinnt jeden Wettstreit durch seine Benutzerfreundlichkeit!

Trotz dieser unabweisbaren Benutzerfreundlichkeit hielt mein Vater beim Auspacken des Apples inne und griff noch bevor er ihn ungeduldig aus seiner Styropor-Verkleidung riss, nach der Gebrauchsanweisung. In jenem historischen und gleichermaßen heiligen Moment streifte die Anleitung nicht nur kurz und begleitet von einem verächtlichen Blick die Finger meines Vaters, um schnellst möglich ihren ihr einzig zugewiesenen Ort im Müll zu finden. Nein, mein Vater hielt die Anleitung in Händen und schlug, zum blanken Entsetzen meiner Mutter und mir, die erste Seite auf. Er widmete sich der Beglückwünschung zum Produkt, ebenso wie dem Abschnitt über den Lieferumfang und las dann sogar den Text zur ersten Inbetriebnahme. Meine Mutter und ich waren inzwischen erbleicht, denn für (s)einen Apple hatte er kurzerhand das eigens initiierte Familienmotto „Gebrauchsanleitungen, sind nur was für Schlappschwänze!“ außer Kraft gesetzt.

In meiner Erinnerung fällt das Sonnenlicht schräg durch das Fenster und direkt auf das Äpfelchen, das nicht mehr durch die Styropor-Verkleidung verdeckt ist. Während mein Vater die Anleitung liest, wird mir klar, was er da macht, er verleibt sich das Skript der Maschine feierlich, ja geradezu rituell ein.

Als unbeteiligte Beobachter bleiben meine Mutter und ich von diesem Zeremoniell vorerst so gut wie unberührt. Wir ahnen nicht, dass die Liebe zu dieser Maschine einst über der Liebe zu seiner Familie stehen wird. Denn wenn mein Vater zehn Jahre später ausziehen wird, wird ihm nur sein Apple (der Große – wir behalten den Kleinen) wichtig sein. Ein bisschen kann ich das, wieder zehn Jahre später, verstehen. Denn als ich, heimlich zum ersten Mal, vor dem Apple auf der Galerie im Fotostudio, wo der Apple sechs Meter über den gewöhnlichen Dingen thront, Platz nehme, da springt der Funke restlos und irreversibel auch auf mich über. Ehrfürchtig klicke ich von Icon zu Icon und beschließe, dass es neben ihm keine anderen Computer geben soll. Seither läuft die Unterscheidung ganz einfach und ganz im Sinne der Familienehre, um die jeder Streit um die Leistungsfähigkeit des Apples im Gegensatz zu anderen

Rechnern am Esszimmertisch mit Freunden meiner Eltern schließlich kreiste: es gibt (gewöhnliche) Rechner und es gibt den Apple.

Viele dieser Grundlagenstreits, in denen Apple bei meinen Freunden und Bekannten immer den Kürzeren zu ziehen schien, verhärteten die Liebe zu meinem Apple nur. Und sie ließ mich all jene heimlich – und auch laut – verhöhnen, die sich im Lauf der Jahre (m.E. viel zu spät) bekehren ließen. Zuletzt fand ich im Wohnzimmer meines Exfreundes ein schwarzes, fast schon ekelhaft höhnisch glänzendes MacBook, selbstverständlich mit der teuersten Ausstattung! Dieser Exfreund hatte mir mehr als zwölf Jahre erbittertsten Apple-Widerstand geleistet, der in zahlreichen Grundlagendebatten mit vorübergehender Trennung mündete.

Auch im Büro meines Chefs thront inzwischen ein gigantischer Mac und ich glaubte in seinen Augen, trotz langjährigem und erbittertem Apple-Vorbehalte dasselbe Leuchten erkennen zu können, das auch die Augen meines Vaters zierte, als er die einzige Gebrauchsanweisung seines Lebens las.

Ich jedenfalls kann die Entscheidung meines Vaters für den Apple nachvollziehen. Mein weißes MacBook ist das einzige nicht-menschliche Ding, außer einem kleinen Steiff-Pinguin namens Flaps, das mehr als andere Dinge leidenschaftlich antropomorphisiert wird. Denn nichts ist so beruhigend wie das Pumpen des kleinen weißen „Herzens“ am unteren rechten Rand meines MacBooks, wenn es neben mir „schläft“. Und kein Geräusch ist so aufrüttelnd und, ja so welterneuend, wie der Apple-Start-Sound. Das bewies zuletzt ein kleiner niedlicher Müllroboter namens WALL·E. Dass Steve Jobs 1986 gemeinsam mit Edwin Catmull in Pixar investierte, es von dessen Gründer George Lukas aus der Lukas-Grafikabteilung auslöste, um es dann 2006 für 7,4 Mrd. US-Dollar an Disney zu verkaufen und mit 50,1 % Anteil an Pixar, der größte Einzelaktionär von Disney mit einem insgesamten 6 % zu werden, kann dabei kein Zufall sein.

Man wird Steve Jobs nicht zuletzt wegen dessen marktstrategischen Kalküls ehren. Darüber sollte man nicht die Tatsache vergessen, dass spätestens die „I“-Dinge wie keine anderen technischen Inventionen auf das Miteinander mit den nicht-menschlichen Dingen verweisen und letztlich eine ganz neue Herausforderung an eine Geschichtschreibung stellen, welche Fragen der Medienwissenschaft, der Technikgeschichte, der Biopolitik und der allgemeinen Historiographie mit einer Soziologie der Dinge auf sich vereinen muss.