

30 Jahre Mac – ein Sonderheft der **Macwelt**

Happy Birthday, Mac!



**Wie Steve Jobs mit Wozniak,
Jonathan Ive & Co. den digitalen
Lifestyle erfindet**

PRODUKTE Tops & Flops aus 30 Jahren Entwicklung

STORIES Aus der Garage zum Milliardenkonzern

STARS Nerds, Visionäre und die schönsten Apple Stores

Macwelt SH 30 Jahre Mac

Januar/Februar/März 2014

Deutschland: € 12,95

CH: SFR 25,80 - A/Be/Ne/Lux: € 14,40



Macwelt

Das Sonderheft-Abo

Kein Risiko, keine Verpflichtung & bares Geld sparen!



Ihre Abo-Vorteile auf einen Blick:

- ✓ Sie **sparen 1,- €** gegenüber dem Einzelkauf.
- ✓ Sie erhalten die Lieferung **versandkostenfrei**.
- ✓ Sie haben **keine Mindestabnahme** und können das Abo **jederzeit beenden**.
- ✓ Sie erfahren **vorab per E-Mail** was Sie in der nächsten Ausgabe erwartet.
- ✓ Sie haben die **freie Entscheidung** und bezahlen nur die Ausgaben die Sie interessieren.

www.macwelt.de/sonderheft-abo

Telefon: 0711/7252248, E-Mail: shop@macwelt.de

Eine Liebeserklärung an den Mac



Marlene Buschbeck-Idlacheimi,
marlene.buschbeck@
idgtech.de

Happy Birthday Egal, wen ich in meinem Umfeld frage, welcher Mac sein erster war, die Antwort kommt wie aus der Pistole geschossen. Und meist folgt noch ein kleines Stück privater Lebensgeschichte – einiges davon können Sie in diesem Sonderheft lesen. Und das liegt nicht an meinem Beruf, sondern an der Tatsache, dass der erste Mac für jeden von uns etwas Besonderes war. Daher wollen wir mit diesem Sonderheft zum 30. Geburtstag des Mac nochmal an die großen Momente der Mac-Geschichte erinnern: Großartige Produkte, geniale Flops, außergewöhnliche Persönlichkeiten, die hinter alldem stecken. Und es sollte keiner sagen, dass es dabei nicht spannend zugeht: Die Kämpfe hinter den Kulissen bei Apple, das Geheimnis der erfolgreichsten Ladenkette der Welt,

der Funke Kreativität, der aus einem Werbespot ein Stück Zeitgeschichte macht – das alles ist auch im Jahr 2013 spannender zu lesen als mancher Krimi.

Wandelndes Lexikon Wenn ich mal irgendwann bei Günther Jauch landen sollte, mein Telefon-Joker ist gesetzt: Unser Webmaster und Chef vom Dienst, Peter Müller, kennt nicht nur alle Daten und Fakten seines geliebten FC Bayern, sondern ist auch unser Redaktions-Chronist. Wann wurde die Puck-Maus eingestampft? Warum musste Avie Tevanian seinen Hut nehmen? Und auf welcher Keynote trug Steve Jobs erstmals seinen schwarzen Rolli? Keine Frage, auf die Peter keine Antwort wüsste. Deshalb war er auch der Richtige für dieses Geburtstagsheft. Und jetzt wollen wir Ihre ganz besondere Mac-Geschichte wissen! Schreiben Sie uns, herzlichst, Ihre

Mr. Busch-Idlacheimi



Jetzt im Handel

1000 Tipps für Mac & OS X

Über 200 Seiten Tipps, Workshops und Kaufberatung im großen Sonderheft der Macwelt.

Sie finden es am Kiosk, in unserer [Macwelt-App am iPad](#) und auch als iBook

Impressum

Verlag: IDG Tech Media GmbH, Lyonel-Feiningger-Straße 26, 80807 München, Mail: redaktion@macwelt.de

Telefon: +49-89-360-86-0, Fax: +49-89-360-86-118

Chefredakteurin: Marlene Buschbeck-Idlacheimi (v.i.S.d.P. – Anschrift siehe Verlag)

Anzeigenleitung: Uta Kruse (verantwortlich),

Telefon: +49-89-360-86-201, Mail: uta.kruse@idgtech.de

Druck, einschließlich Beilagen: Mayr Miesbach GmbH, 83714 Miesbach, Telefon: +49-80 25-29 40, Fax: -235

Inhaber und Beteiligungsverhältnisse: Alleiniger Gesellschafter der IDG Tech Media GmbH ist die IDG Communications Media AG, München, eine 100%ige Tochter der International Data Group, Inc., Boston, USA. Aufsichtsratsmitglieder der IDG Communications Media AG sind: Patrick J. McGovern (Vorsitzender), Edward Bloom, Toby Hurlstone

Macwelt täglich



Jeden Tag neu, immer top-aktuell: Unter www.macwelt.de finden Sie News, Hintergrundberichte,

Tests, Tipps und Downloads. Ein Forum lädt zum Erfahrungsaustausch ein und gibt Hilfestellung bei Problemen. Regelmäßige Informationen liefern unsere Themen-Newsletter, die Sie kostenlos unter www.macwelt.de/newsletter bestellen können.

Macwelt HD



In der App **Macwelt HD** finden Sie jeden Monat eine digitale Ausgabe der Macwelt: interaktiv, informativ und zu 100 Prozent iPad-optimiert – jetzt auch im Bundle mit dem Heft. Mehr Infos auf shop.macwelt.de

Kapitel 1: Die Geschichte des Mac

Warum 1984 nicht so wurde wie „1984“: Apples historisches Verdienst ist es, mit dem Mac die seinerzeit hochspezialisierte Welt des Computers jedermann zugänglich gemacht zu haben. Diese Revolution begann schon vor dem 24. Januar 1984 – und sie dauert bis heute an.

- 8 Der Mac macht 1984 alles anders**
Warum der Macintosh nicht der erste „Personal Computer“ war – aber der erste taugliche. Steve Jobs hat den richtigen Riecher und setzt sich gegen Bedenkenträger durch
- 14 Erst solide, dann unübersichtlich**
Der Gründer muss gehen – gefeuert von dem Mann, den er selbst geholt hatte. Apple wird dennoch zur Erfolgsgeschichte, bis sich Sculley gewaltig verzettelt. Und den Konzern beinahe in den Ruin treibt
- 16 NeXT Step: Wie es Steve Jobs noch einmal versucht**
„Wir werden entweder der letzte Hardwarehersteller sein, der es schafft, oder der erste, der es nicht schafft“, sagte Steve Jobs über seine Gründung Next Computer. Er sollte Recht behalten – denn irgendwie hat es Next dann doch geschafft
- 18 Auf der Suche nach System und Erfolg**
Anfang der Neunzigerjahre musste Apple feststellen, dass sein Mac-Betriebssystem modernen Anforderungen nicht mehr entsprach. Die Suche nach einem Nachfolger entwickelte sich zu einer wilden Reise, die schließlich bei den Anfängen endete
- 20 Die Legende kehrt zurück**
Steve Jobs in das Unternehmen zurückzuholen war letztlich eine Verzweiflungstat Gil Amelios. Die Rechnung ging

aber nicht zuletzt dank eines Produktes auf, das noch unter der Ägide des Doktors auf den Weg gebracht worden war

- 24 Mit Musik geht alles leichter**
Im Oktober 2001 ist es Zeit für das nächste große Ding. Zuerst unterschätzt, löst der iPod einen wahren Run auf Apple-Produkte aus
- 28 Eine Auszeit und dunkle Vorahnungen**
Wie die Verschmelzung von Computer und Telefon nicht funktioniert, demonstriert Motorola mit dem Rokr. Das mäßige iTunes-Handy ist aber nicht der einzige Grund, warum Steve Jobs im Sommer 2004 besorgt ist
- 30 Stetig ist nur der Wandel: OS X und Intel**
Am 6. Juni 2005 schockt Jobs die Entwicklergemeinde mit der Ankündigung eines dritten Paradigmenwechsels. Der Umstieg auf die x86-Architektur verläuft aber weit problemloser als der auf das neue Betriebssystem OS X.

Kapitel 2: Die Post-PC-Ära

Am 27. Januar 2010 läutete Apple den Beginn einer neuen Zeitrechnung ein: die Post-PC-Ära. Der Mac hat seit Einsetzen des Halo-Effekts meist stärker zugelegt als der Rest des PC-Marktes und seit 2008 seine Verkäufe verdoppelt, während der Rest nur um 18 Prozent zulegte. Damit klettert Apple in den USA auf Platz drei der Hersteller. Weltweit ist Apple aber mittlerweile die Nummer eins, rechnet man Tablets zum PC-Markt dazu.

- 36 Gescheiterte Tablets**
Im Jahr 2000 hatte Microsoft Notebooks herausgebracht, die auf Berührung reagierten. Alle Computer würden fünf Jahre später so aussehen, frohlockte Bill Gates. Ein Trugschluss



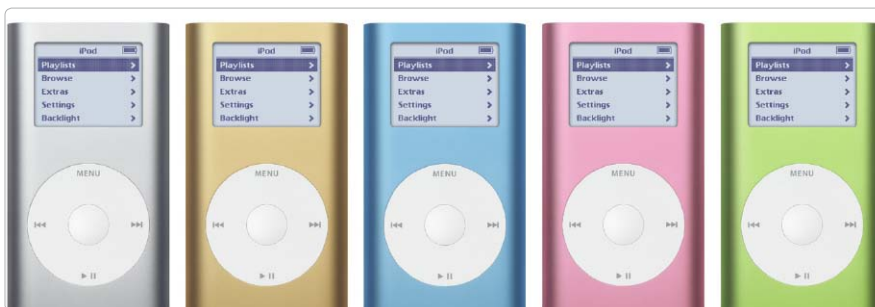
Der erste Post-PC

Mit dem iPad definiert Apple ein neues Zeitalter: die Post-PC-Ära ist angebrochen Seite 44

- 38 Lasst uns ein Telefon machen**
Auch Apple arbeitet um 2003 an einem Tablet-Computer. Es war aber rückblickend eine kluge Idee, die Entwicklung zunächst in eine andere Richtung zu schicken.
- 40 iOS und das App-Ökosystem**
Softwarevielfalt ist ein wichtiger Grund für den Erfolg des iPhone. Zu seinem Glück musste Apple aber erst einmal gezwungen werden
- 44 iPad: Apple definiert den Post-PC**
Nach dem enormen Erfolg des iPhone war abzusehen, womit Apple als Nächstes kommen wird. Anfangs versteht nicht jeder das iPad, Apple erfindet damit aber eine komplett neue Produktkategorie
- 48 Wird der Mac bald irrelevant?**
Der neue Mac Pro soll nach Apples Willen die Zukunft des Desktop-Computings einleiten. Wer braucht aber in der Post-PC-Ära überhaupt noch einen Desktop-Rechner und wofür?

Kapitel 3: Die Kult-Marke Apple

Apple ist mehr als die Summe seiner Einzelteile. Mehr als Mac und OS X, mehr als iPhone, iPad, iPod und iOS, mehr als Mitarbeiter und Kunden zusammen. An der Börse gilt Apple seit einigen Jahren als eines der wertvollsten Unternehmen. So kommt es, dass Apple nicht wie die meisten anderen Unternehmen Kunden hat, sondern überzeugte Anhänger. Was macht die Strahlkraft der Kult-Marke Apple aus? Der verstorbene Gründer Steve Jobs sah als sein wichtigstes Werk nicht die Produkte, sondern die Firma selbst. Apple soll ein Unternehmen sein, in dem Kreativität und Innovation stets blühen, in dem gut einfach nicht gut genug ist. Eine Analyse des Markenerlebnisses.



iPod Mini bringt den Durchbruch

Die ersten iPods waren Nischenprodukte – mit dem Mini geht der Umsatz durch die Decke Seite 28

52 Das Erlebnis Apple Store

Wie funktioniert der Einzelhandel in Zeiten des Internets, was gibt Innenstädten nach dem Ende der Kaufhaus-Ära neuen Zulauf und Marken neues Ansehen? Apple hat eine Antwort darauf gefunden – und braucht seither keine Messen mehr

58 Spektakuläre Apple Stores in aller Welt

In der kalifornischen Provinz und vor den Toren von Washington D.C. eröffnen im Jahr 2001 die ersten beiden Apple Stores. Während Skeptiker dem Konzept kaum ein Jahr geben, betreibt Apple heute in weltweit 14 Ländern rund 400 eigene Läden. Die spektakulärsten haben wir besucht

70 Neulich im iZoo

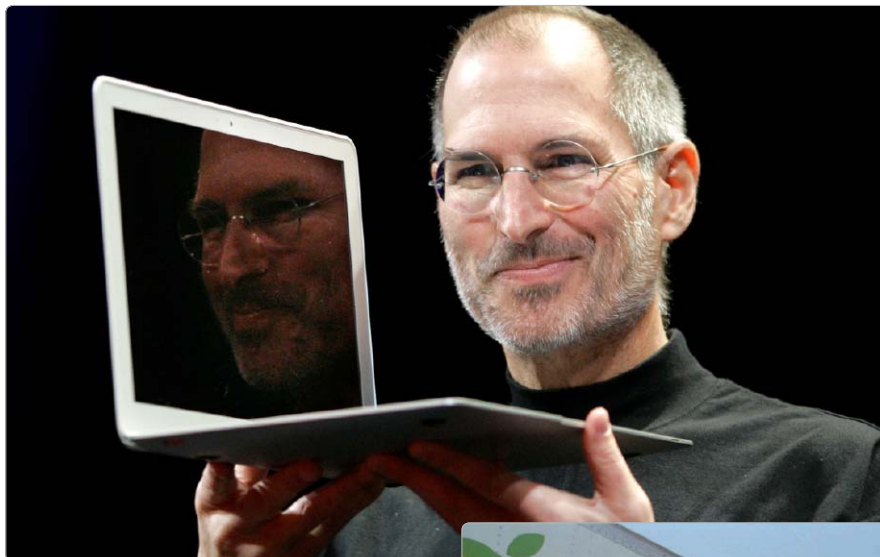
Was treibt Apple-Kunden dazu, sich die Nacht vor einem Produkt-Launch vor dem Apple Store um die Ohren zu schlagen? Unser Reporter hat sich für das iPhone 5S/C mit in die Schlange gestellt

72 Apple in der Werbung

Seine Markenbotschaft transportiert Apple seit jeher über ausgefuchste Werbekampagnen, der Spot „1984“ war nur ein Highlight. Wer erinnert sich noch an die runden Dübel in den eckigen Löchern oder an das Switchergirl?

**Der Zauber der Marke Apple**

Warum stehen Kunden eine Nacht lang vor einem Laden? Wir haben Antworten gefunden **Seite 52**

**Kapitel 4: Die Köpfe des Erfolgs**

Bei aller Begeisterung über die be-seelte Technik darf man nicht vergessen, wer den Produkten die Seele eingehaucht hat. Es sind die Menschen hinter den Produkten. Dabei meinen wir nicht nur die handelnden Personen bei Apple, sondern vor allem die Anwender – und eben nicht zuletzt Sie!

76 Nachruf auf Steve Jobs

Er prägte wie kein Zweiter das Bild von Apple in der Öffentlichkeit: Im Oktober 2011 verstarb der Apple-Mitbegründer Steve Jobs im Alter von 56 Jahren an Krebs. Wir drucken den Nachruf der Macwelt 12/11 noch einmal

84 Die Stanford-Rede

Im Juni 2005 glaubte Steve Jobs seine Krankheit überwunden. Dem Abschlussjahrgang der Elite-Universität Stanford vermittelt Jobs in einer eindringlichen Rede worauf es im Leben ankommt – ein Studienabschluss wäre dabei nicht einmal das Wichtigste

94 Apple-Heads: Menschen, die Apple prägten

Steve Jobs, seinen Nachfolger Tim Cook und vielleicht noch Phil Schiller – diese Apple-Persönlichkeiten kennen viele. In 30 Jahren Mac-Geschichte haben sich aber weit mehr Biographien um Apple und seine Produkte gedreht. Wir werfen einen Blick auf das handelnde Personal – und sind dabei tief in das Archiv hinabgestiegen

106 Prominente Nutzer über ihren Mac

Die Kernzielgruppe Apples ist seit jeher unter Kreativen zu finden: Mit dem Mac lassen sich digitale Produkte aller Art

**Persönlichkeiten, die Apple prägten**

Steve Jobs hatte in der langen Geschichte Apples zahlreiche Mitstreiter, die das Schicksal des Unternehmens wesentlich mitbestimmten **Seite 94**

einfach leichter erzeugen. Wir haben eine Reihe bekannter Mac-Nutzer danach gefragt, was ihr erster Berührungspunkt mit Apple war, was sie seinerzeit mit dem Rechner erledigten und welche Geräte sie heute wofür einsetzen

112 Unser erster Mac

Auch Macwelt-Redakteure und -Autoren sind irgendwann in Erstkontakt mit dem Mac getreten – woran sie sich noch heute begeistert erinnern. Lesen Sie unsere Stories

120 Die Geschichten der Leser

In diesem Heft machen wir auch unsere Leser zu Prominenten: Im Sommer hatten wir Sie nach Ihrer Mac-Geschichte gefragt. Eine Auswahl der spannendsten und besten lesen Sie hier

Kapitel 5: Die Geschichte der Software

Ohne Software ist auch der hübscheste Mac nur eine Aluminiumkiste mit jeder Menge Schaltkreisen und Kabeln. Den Unterschied zu anderen Systemen macht die Software, insbesondere seit dem Umstieg auf Intel im Jahr 2006. Wir werfen einen Blick zurück auf die Anfänge und die wichtigsten Programme der Mac-Geschichte

124 Die Geschichte von OS X

Was den Mac von Anfang an so revolutionär machte, war sein Betriebssystem. Dank der Übertragung der physikalischen Welt auf den Computer mit einem Schreibtisch, Aktenschranken und Ordnern kam im Jahr 1984 jeder schnell zu recht – und musste nicht erst kryptische

Befehle lernen, um mit dem Computer arbeiten zu können. Das Mac-Betriebssystem stößt zu dieser Zeit jedoch schon schnell an seine Grenzen

130 Software für den Mac

Für viele Softwaretitel – insbesondere Spiele und Businesslösungen – hat es nie eine Mac-Version gegeben. Das ändert sich seit einigen Jahren, der Halo-Effekt von iOS begünstigt diese Entwicklung. Wir werfen einen Blick zurück auf 30 Jahre Softwaregeschichte

136 Keine Chance für Schädlinge

In Zeiten, in denen der Mac einen geringen Marktanteil hatte, brauchten sich Entwickler von Schadsoftware keinerlei Gedanken um Mac-Versionen von Malware machen. Was Mac-Anwender heute über Viren, Würmer und Trojaner wissen sollten – und wo sie sich in Sicherheit wissen können

Kapitel 6: Legendäre Produkte, geniale Flops

Wer seit Jahren und Jahrzehnten dem Mac die Treue hält, hat entweder noch eine ganze Reihe von heute legendären Produkten in Kellerregalen stehen oder zumindest zärtliche Erinnerungen daran. Leider ist Apple nicht jedes Produkt gelungen – und manch ein durchdachtes Produkt scheiterte dennoch am Markt. Ein Blick zurück auf Museumstücke und Peinlichkeiten.

138 Die besten Macs aller Zeiten

Wie lässt sich ein Quadra mit einem Mac Mini vergleichen? Oder der Mac Plus mit dem Power Mac G5? Eigentlich gar nicht. In den letzten 30 Jahren haben aber einige Macs Geschichte geschrieben, die wir anhand von acht Beispielen erzählen

146 Die Flops der Apple-Geschichte

Neben den Legenden, die den Tag weit überdauerten, produzierte Apple auch eine Reihe von Flops. So manches Mal kam ein geniales Produkt nur zur falschen Zeit und scheiterte deshalb. Apple hat aber auch aus solchen Fehlschlägen gelernt

Kapitel 7: Apple-Produkte im Test

Nur den Mac Pro hatten wir noch nicht in unserem Testcenter, alle anderen Apple-Rechner haben wir in der Redaktion auf den Prüfstand gestellt – und dazu die aktuellen iOS-Geräte.

154 Mac Mini

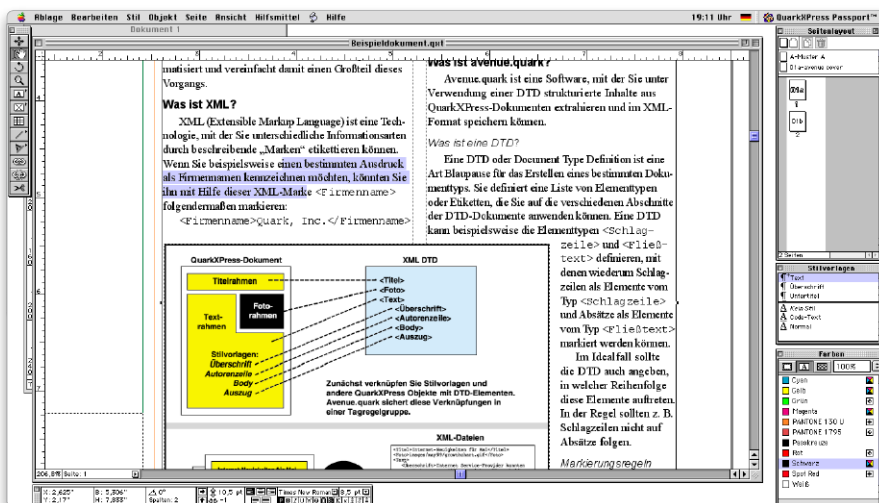
Apples kleinster Mac kommt zwar ohne Tastatur, Maus und Monitor und wurde seit 2012 nicht mehr erneuert, für einen günstigen Preis erhält man aber immer noch einen höchst tauglichen Mac

156 iMac 2013

Im Herbst 2012 hatte Apple den iMac rund erneuert, ihn noch flacher gemacht und das optische Laufwerk weggelassen, im Herbst 2013 kamen aktuelle Prozessoren und Schnittstellen an Bord. Apples Aushängeschild ist auch in seiner jüngsten Ausprägung der schnellste und eleganteste All-in-One-Rechner

162 Hands-on Mac Pro

Nach mehreren Jahren der Entwicklung hat Apple den neuen Mac Pro für den Dezember 2013 angekündigt. Wir haben einen ersten Blick auf den neuen Boliden geworfen und sagen, ob sich das Warten gelohnt hat



Die beste Software aus 30 Jahren

Essenzielle Programme und furchtbare Qualen – wir erinnern

Seite 130



Apples Rechner im Test

Mac Mini, Macbook, iMac, iPhone, iPod: Bis auf den neuen Mac Pro haben wir alles getestet Seite 154

164 Macbook Air

Im Zeitalter des Post-PC muss ein Notebook so aussehen wie das Macbook Air, meint Apple. Der Jahrgang 2013 ist mit Haswell-Chip und leistungsstärkerem Akku sehr gut gelungen

168 Macbook Pro Retina

Für anspruchsvolle Notebook-Nutzer hat Apple das Macbook Pro mit Retina-Display konzipiert und es im Herbst 2013 weiter verbessert

170 Macbook Pro 13 Zoll

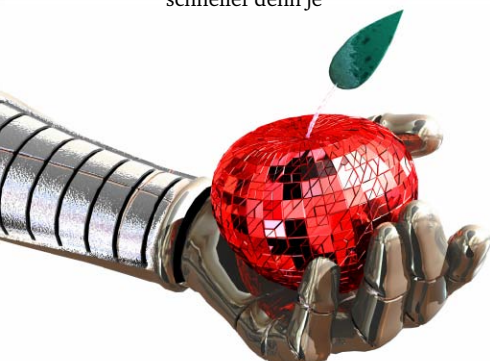
Das Letzte seiner Art: Nur noch ein Modell mit optischem Laufwerk und der Technik von 2012 hat Apple in seinem Angebot belassen

172 iPhone 5S/C

Im Herbst 2013 brachte Apple gleich zwei neue iPhones heraus. Während das Highend-Gerät iPhone 5S mit einem leistungsstarken 64-Bit-Chip aufwartet, lockt das iPhone 5C mit bunten Gehäusen und einem niedrigeren Preis

176 iPad Air

Die fünfte Generation des iPad wird noch dünner – und dank A7-Prozessor schneller denn je



Kapitel 8: Das nächste große Ding

Nach dem immensen Erfolg von iPod, iPhone und iPad steht Apple unter Zugzwang: Anleger und Kunden verlangen nach dem nächsten „großen Ding“. Gerüchte über spektakuläre Neuheiten aus Cupertino sind fast so alt wie das Unternehmen Apple. Für die nahe und fernere Zukunft kristallisieren sich einige Optionen heraus.

186 iWatch – die intelligente Armbanduhr

Was bisher an Smartwatches den Markt bevölkert, sieht an sich nach einer perfekten Vorlage für Apple aus. Noch kein Hersteller hat ein wirklich intelligentes und nachhaltiges Konzept gefunden. Was Apple besser machen muss

188 Der Angriff auf das Wohnzimmer

Ganz bestimmt wird Apple demnächst einen eigenen Fernsehapparat bringen und den Markt der Smart-TVs völlig aufmischen. Womöglich ist aber hier keine nennenswerte Marge zu holen – und das Apple TV das bessere Konzept

192 Apples ferne Zukunft

Mit zunehmender Miniaturisierung werden Computer immer mobiler – und im wahrsten Sinne des Wortes tragbar. Intelligente Armbanduhren und Datenbrillen sind erst der Anfang – Computertechnologie wird schon in wenigen Jahren Bestandteil unserer Kleidung sein. Wo Apples Chancen liegen

180 iPad Mini Retina

Das etwas kleinere iPad überrascht mit überragenden Daten im Netzwerk – enttäuscht aber ein wenig bei den Farben – trotz der hohen Auflösung

182 iPod

Im Jahr 2013 hat Apple seinem einstigen Superstar iPod nur eine neue Farbvariante für den iPod Touch verpasst – aber die Baureihen von 2012 wissen nach wie vor zu überzeugen

Dual Screen. Mach Spiele und mehr zu einem Großereignis.



Innovationen voraus

Womit Apple in Zukunft sein Geld verdienen wird

Seite 186



Revolutionär sind am neuen Macintosh die Bedienung per Maus und die neue grafische Benutzeroberfläche.

Der Mac macht 1984 alles anders

22. Januar 1984: Der Superbowl zieht Fans der LA Raiders und der Washington Redskins in den Bann. In der Pause sendet ein junges Unternehmen einen spektakulären Werbespot – ohne ein Produkt zu zeigen

Der große Bruder spricht über die „Informations-Bereinigungs-Direktive“ vor einem willfährigen, gleichgeschalteten und entmündigten Publikum – in einer grauen und eisigen Welt. Doch die Hoffnung trägt ein weißes T-Shirt, rote Shorts, einen blonden Schopf und in den Händen einen riesigen Hammer. Von Sicherheitskräften verfolgt rennt die junge Frau in das Gehirnwäsche-Ritual des

Diktators und schleudert ihren Hammer in die überdimensionale Leinwand. Warum 1984 nicht so werden sollte wie „1984“, fragen sich nicht wenige Zuschauer der Übertragung des Superbowl XVIII. In den USA ist das Finale um die Football-Meisterschaft das größte Fernsehereignis des Jahres, wer etwas von sich und seinem Produkt hält, bucht einen der sündteuren Werbespots. Nur



Kompletter Text (laut Andy Hertzfeld)

„Hello, I am Macintosh. It sure is great to get out of that bag! Unaccustomed as I am to public speaking, I'd like to share with you a maxim I thought of the first time I met an IBM mainframe: Never trust a computer that you can't lift!

Obviously, I can talk, but right now I'd like to sit back and listen. So it is with considerable pride that I introduce a man who has been like a father to me ... Steve Jobs!“.

wenige dieser Werbefilme werden aber zur Legende wie jener des britischen Regisseurs Ridley Scott, der einen Computer bewirbt, der erst zwei Tage später, am Dienstag, den 24. Januar 1984 zum Preis von 2495 US-Dollar in den Handel kommt: Der Apple Macintosh, ein völlig neuartiger Computer.

Im Spot ist der neue Macintosh nicht zu sehen, es handelt sich nur um die Ankündigung des neuen bahnbrechenden Computers. Der erste Blick bleibt den Anteilseignern von Apple vorbehalten, die am 24. Januar an der jährlichen Aktionärsversammlung teilnehmen – mit der bereits 1984 von Steve Jobs bekannten Dramatik. Auf einer abgedunkelten Bühne geht Steve Jobs zu einem Tisch mit einer Stofftasche, aus der er Computer, Tastatur und Maus zieht und alles mit ein paar Handgriffen anschließt. In der folgenden Präsentation führt er damals bahnbrechende Neuerungen wie animierten Text, Tabellenkalkulation oder ein Schachspiel vor. Später lässt er den Macintosh sogar einen Text vorlesen: „Hallo. Ich bin Macintosh. Endlich komme ich aus diesem Sack heraus. Da ich es nicht gewohnt bin,

in der Öffentlichkeit zu sprechen, möchte ich Ihnen einen Grundsatz verraten, den ich mir zu eigen machte, als ich das erste Mal einem Großrechner begegnete. Trau keinem Computer, den Du nicht selbst hochheben kannst.“

Zum Vergleich: Der PC von IBM begrüßt seine Nutzer dagegen mit einem textbasierten DOS-Prompt und muss erst mit einem zusätzlichen Monitor ausgestattet werden. Der Beifall der Aktionäre dauert fünf Minuten und die Begeisterung für das neue Produkt ist groß, das Echo in den US-Medien sehr positiv. Als ihn später an diesem Tag ein Journalist fragt, welche Marktforschung er für das Gerät betrieben habe, sagt Jobs spöttisch: „Hat Alexander Graham Bell etwa Marktforschung betrieben, bevor er das Telefon erfand?“

Die Entwickler

Steve Jobs als Vater des Mac zu ehren, ist eigentlich nicht ganz korrekt. Der Apple-Mitgründer und heutige CEO landet erst 1981 bei dem Mac-Projekt, das 1979 Jef Raskin angestoßen hatte. Raskin hatte im Jahr 1978 als Angestellter Nummer 31 bei Apple angefangen und war in der Mac-



Der „Big Brother“ im Video ist eine klare Anspielung auf IBM, damals stärkster Konkurrent von Apple.

Projektgruppe für das Interface des damals neuartigen Rechners zuständig. Seine Idee ist ein „Toaster“, ein Computer, den man einfach einschalten und ohne Zusatzgeräte nutzen kann. Der Preis soll unter 500, später 1000 US-Dollar bleiben, ein kleiner Monitor und langsamer Prozessor sollen dies ermöglichen. Etwa 1981 entdeckt Steve Jobs das Projekt und macht sich bald zu seinem Leiter – es wird ihm klar,

dass das für Apple wichtigere Projekt Lisa zu einem Flop werden könnte (siehe Kapitel 6) und in der Unternehmensführung von Apple kommt die Geschäftsleitung recht gut ohne den Gründer Jobs aus. Jobs will den Codenamen unter anderem in „Bicycle“ ändern, kann diese Idee glücklicherweise nicht durchsetzen. Steve Jobs spielt bei der Entwicklung des ersten Mac seine Fähigkeiten zur Motivation und

Der Werbespot von 1984

„Bladerunner“, „Alien“ oder „1984“: Ridley Scott führte bei mehreren Kultfilmen der Achtziger Regie

Offiziell behauptet Apple, der legendäre Werbespot „1984“ sei nur bei einer Gelegenheit gelaufen, am 22. Januar 1984, während der Übertragung des Super Bowl XVIII, den die Los Angeles Raiders gegen die Washington Redskins gewannen. Owen W. Linzmayer schreibt dagegen in seinem Buch „Apple – Streng vertraulich!“, das amerikanische Fernsehen und einige Kinos hätten den Spot auch später noch einige Male gezeigt. Ganz gleich wer recht hat, es war der Beginn eines Mythos, der genau zwei Tage später, am 24. Januar 1984 begann und bis heute anhält. Für den 900 000-US-Dollar-Spot heuert die Werbeagentur Chiat/Day damals keinen geringeren als Ridley Scott an, der bereits bei den beiden Kultstreifen „Alien“ und „Bladerunner“ Regie führte. Dieser dreht den Film innerhalb von sieben Tagen in den Shepperton Studios in London. Nicht wenige englische Skinheads sollen sich unter den kahlköpfigen Arbeitern des Videos befunden haben, problematischer ist die Wahl der Hauptdarstellerin. Welche weibliche Darstellerin hat schon Erfahrung im Hammerwurf? Anya Major, eine Bewerberin mit Erfahrung im

Diskuswerfen hatte nicht nur das richtige Aussehen, sondern kann auch den Hammer effektiv schleudern. Das blieb übrigens nicht der letzte Auftritt der Engländerin, ein Jahr später spielt sie in dem Musikvideo „Nikita“ von Elton John eine vom Sänger umworbene russische Soldatin.

Bei den Verantwortlichen ist der Spot zu Anfang stark umstritten. Steve Jobs, der das Projekt Macintosh bei Apple leitet, beharrt allerdings darauf: Ein spektakulärer Computer brauche einen spektakulären Auftritt. 1985 versucht Apple, den Erfolg des Spots zu wiederholen, diesmal übernimmt Ridley Scotts Bruder Tony (bekannt für „Top Gun“) die Regie: Der ebenfalls beim Super Bowl laufende Spot „Lemmings“ zeigt Manager mit verbundenen Augen, die eine Klippe hinabstürzen. Erst der letzte der „Lemmings“ nimmt die Binde ab und sieht ein helles Licht: das kommende Mac Office. Der Spot löst wenig Beifall aus, er ist einfach zu negativ und düster. Zwanzig Jahre später zeigt Apple den Spot in einer am Computer nachbearbeiteten Fassung, in der die Hammerwerferin einen iPod trägt. Im Frühjahr 2007 macht eine Parodie des Clips die Runde, in der die US-Präsidentschaftskandidatin der Demokraten, Hillary Clinton, die „Big Sister“ gibt.



Der Apple IIGS war das letzte Modell der Apple-II-Baureihe und erschien 1986.

Erst solide, dann unübersichtlich

Mit John Sculley wird Apple erst erwachsen – nachdem sich der neue CEO mit Jobs überwirft, taumelt das Unternehmen jedoch langsam dem Abgrund entgegen

Die Beziehung John Sculleys zu Apple startet mit einem 18-monatigen Werben der Firma, die organisch, wenn nicht gar chaotisch gewachsen war, und nun einen erfahrenen CEO sucht. „Wollen Sie für den Rest Ihres Lebens Zuckerwasser verkaufen oder wollen Sie die Welt verän-

dern?“, soll der entscheidende Satz von Steve Jobs gewesen sein, der John Sculley schließlich zum Wechsel von Pepsi zu Apple bewegt. Der aus New York stammende Sculley ist damals Vizepräsident von Pepsi Cola und für zwei besonders erfolgreiche Marketingkampagnen berühmt.

Er ändert Apple radikal, die Szene spottet, der juvenile, hippe Laden aus dem Silicon Valley sei nun unter die Aufsicht eines Erwachsenen geraten. Eine der ersten Amtshandlungen von Sculley ist, den Verkaufspreis für den Mac um stolze 500 US-Dollar anzuheben, die höhere Marge finanziert

teures Marketing – Superbowl-Spots bekam man ja nicht für lau. Sculley organisiert das ungebremsste Wachstum Apples und als er Steve Jobs aus dem Unternehmen drängt, beginnen Apples beste Zeiten Apples mit Nettogewinnen von bis zu 520 Millionen US-Dollar pro Jahr (1991/92). Der

Umsatz steigt auf den Rekordwert von acht Milliarden US-Dollar (1992/93). Doch Ende 1993 muss Sculley das Unternehmen verlassen, das Interregnum von Michael Spindler und Gil Amelio beginnt – am Ende der furchtbaren Jahre kehrt Jobs zurück.

Die Entmachtung

Eines der größten Probleme von Sculley bei der Führung von Apple ist der Firmengründer Steve Jobs. Jobs-Biograph Walter Isaacson meint, die beiden Männer wären zu unterschiedlich gewesen. Auf der einen Seite der Produktmensch Steve Jobs mit seiner Begeisterung für Produktdetails, der für die Verpackung des ersten Macintosh 50 verschiedene Varianten anfertigen lässt. Dagegen ein Manager wie Sculley, der auf wirtschaftliche Aspekte achtet und aus der Oberschicht der Ostküste stammt. Probleme soll Sculley außerdem mit Steve Jobs rüpelhaftem Umgangston gehabt haben, der für immer mehr Ärger unter leitenden Angestellten sorgt. Erschüttert wird aber Jobs' Stellung wohl vor allem durch den Misserfolg von Apples. Die Marktpositionierung des Macintosh als Bürorechner erweist sich als völlige Fehlplanung. Für den Kauf von Firmenrechnern zuständige IT-Fachleute halten ihn eher für eine Art Yuppie-Computer. Die anfänglich guten Umsätze mit dem Mac brechen ein, die Firma

Visionär oder Marketing-Mann?

Man kann über John Sculley denken, was man will, und ihn gar als bei Apple letzten Endes gescheiterten Zuckerwasserverkäufer schmähen. Doch hatte der Mann Visionen, die denen eines Steve Jobs nicht nachstehen

In einem Interview mit dem Playboy spricht er 1987 davon, dass „optische Speichermedien die Art und Weise des Gebrauchs von Computern revolutionieren“ würden – CD und DVD gehen erst 25 Jahre später allmählich darnieder, Apple hat sie nun auch aus dem iMac verbannt. Ebenso spricht Sculley schon 1987 von einer Verschmelzung von Computer und Telefon – 25 Jahre später reklamiert er für sich, den Erfolg des iPhone vorhergesehen zu haben. Sculley erinnert sich 2012, er habe bereits Anfang 1993 auf der CES davon gesprochen, dass es in der Zukunft eine Milliarden-Industrie rund um Geräte geben werde, die Computertechnologie mit Telefonie verbinden. Diese Geräte müssten aber eine völlig neue Nutzererfahrung wie etwa Gesten-

steuerung bringen. Die Presse habe Sculley seinerzeit für seine „komplett absurde Idee“ verlacht, auch seriöse Blätter wie beispielsweise das Wall Street Journal.

Als Urvater des iPhone sieht Sculley heute den Taschencomputer Newton an, über den er letztlich stolpert. Seinerzeit hätten die Entwickler bei Apple vor der Herausforderung gestanden, einen Prozessor für ein tragbares und batteriegetriebenes Gerät wie den Newton zu finden. Apple habe daraufhin zusammen mit Acorn Computers die Firma Advanced Risc Machines (ARM) gegründet. „Und heute arbeitet der ARM-Prozessor in fast jedem Mobilgerät weltweit“, freut sich Sculley, der den eigentlichen Grund seines Scheiterns bei Apple in seiner Weigerung sieht, das Mac-Betriebssystem an Dritte zu lizenzieren, wie es Apple nach ihm und bis zur Rückkehr von Steve Jobs tut. Jobs killt kurz nach seiner Wiederkehr auch den Newton und verschlankt Apples Produktpalette, die allen voran Sculley maßlos aufgebläht hatte.

sitzt Anfang 1985 auf einem riesigen Bestand unverkaufter Rechner – eine große Belastung für die Finanzlage des börsennotierten Unternehmens Apple. Immerhin macht Apple mit seinem Dauerbrenner Apple II solide Geschäfte, **John Sculley konzentriert sich auf das Management der erfolgreichen Sparte.**

Gleichzeitig wird die von Steve Jobs geleitete Macintosh-Abteilung immer größer und umfasst

schließlich 700 Mitarbeiter. Immer häufiger kommen Bitten, Steve Jobs abzulösen. Marketingleiter Mike Murray vergleicht in einem Brief Apple mit einem Boot ohne Steuermann, das dem Abgrund entgegenreißt. Schließlich entzieht Sculley Jobs die Leitung der Macintosh-Abteilung und bietet ihm die Leitung einer Entwicklungsabteilung an. Die Geschäftsleitung von Apple steht geschlossen hinter ihrem CEO Sculley, Steve Jobs gibt aber noch nicht auf. Er versucht stattdessen, Sculley abzusetzen, was schließlich zum Eklat führt. Sculley fragt in einer Sitzung der Firmenleitung: „Steve oder ich, für wen seid ihr?“, man entscheidet sich gegen Jobs. Statt Leiter der Macintosh-Abteilung ist Jobs nun machtloser Verwaltungsratsvorsitzender und Produktvisionär – eine Art Aushängeschild. Er geht auf Reisen und überlässt Sculley widerstrebend „seine“ Firma.

Apple stabilisiert sich

Eine der ersten großen Veränderungen durch Sculley ist 1985 die Senkung der Kosten und Reorganisation der Unternehmens-

struktur. Die Kosten für Werbung werden begrenzt, die weitere Entwicklung des Lisa ist eingestellt und Angestellte werden entlassen. Nie zuvor hatte Apple Angestellte entlassen, jetzt müssen 1600 Firmenangehörige gehen. Die vorher getrennten Abteilungen für Apple II und Macintosh werden in einer Produktabteilung zusammengelegt, zuvor hatten die getrennten Abteilungen für viele Doppelstrukturen gesorgt.

Durch Versuche mit dem Direktverkauf von Rechnern verärgert Apple seine Händler. Kurz nachdem der Lisa als Macintosh XL überarbeitet auf den Markt kommt, wird das Projekt eingestellt (siehe Kapitel 6). Apples Datei-Server, wichtig für Firmenkunden, lässt weiter auf sich warten, und die Verkaufszahlen des acht Jahre alten Apple II sinken. Im Heim- und Erziehungsbereich ist der Apple II aber immer noch verbreitet. Schließlich gibt es etwa 16 000 Programme für den Klassiker, darunter übrigens unzählige Spiele. Knapp die Hälfte des Macintosh kostet der neue Mac IIx, ausgestattet mit einem alten 5 1/4-Diskettenlaufwerk und einem



Ein Lieblingsprojekt von Sculley war der Newton – der erste PDA. Die Kosten waren immens, die vielen Produktfehler legendär.

NeXT Step: Steve versucht es noch einmal

Nach seinem Rauswurf bei Apple startet Steve Jobs schnell sein nächstes Abenteuer – die Grundlage für die triumphale Rückkehr ein gutes Dutzend Jahre später

Steve Jobs präsentiert wieder seinen revolutionären neuen Computer: Er steht auf einer dunklen Bühne, außer ihm sind nur eine Vase mit Blumen und der neue Computer zu sehen. Der Next Cube besteht aus schwarzem Magnesium und ist ein perfekter Würfel mit etwa 30 cm Kanten-

länge. In Sekunden durchsucht er die kompletten Werke von William Shakespeare nach einem Suchbegriff, spielt Musik in CD-Qualität ab, speichert und sendet Sprachnachrichten und erstellt ein grafisches Modell sich bewegender Moleküle. Ein innovatives, optisches Speichersystem

bietet 240 MB Speicherplatz. Der Preis: 6500 US-Dollar. Mit dem Unternehmen Next will Steve Jobs es besser machen. Nachdem er bei Apple von John Sculley kaltgestellt wird, entwickelt er noch als Apple-Vorstandsvorsitzender den Plan für das neue Unternehmen Next.

Aus einem Gespräch mit dem Biochemiker und Nobelpreisträger Paul Berg soll Steve Jobs sein Konzept für den Rechner entwickelt haben: einen leistungsfähigen Rechner für Wissenschaftler, eine sogenannte Workstation für den Einzelplatz, die zugleich für die tägliche Arbeit geeignet ist. Auch das Betriebssystem Next Step ist komplett neu entwickelt. Es basiert auf dem an Universitäten als Standard verwendeten Unix-Betriebssystem, hat jedoch eine einfach bedienbare Benutzeroberfläche. Die für diesen neuen Rechner notwendigen Software- und Hardware-Entwickler rekrutiert Jobs noch als Vorstandsvorsitzender bei Apple, darunter viele Mitglieder des Macintosh-Entwicklerteams wie Bud Tribble und den Ingenieur George Crow. In einer Vereinbarung muss sich Jobs dazu verpflichten, dass sein neuer Rechner nicht mit dem Mac-Betriebssystem kompatibel ist, und als Highend-Workstation im Direktverkauf angeboten wird.

Das neue Unternehmen

Es ist ein Grundprinzip echter Unternehmer, dass man ein Projekt nie komplett mit seinem eigenen Geld finanziert. Obwohl Steve Jobs nach seiner Kaltstellung durch John Sculley über ein statliches Vermögen verfügt, investiert er selbst relativ geringe zwölf Millionen US-Dollar. Der später einmal um das Amt des amerikanischen Präsidenten kandidierende Ross Perot beteiligt sich mit 20 Millionen. 1989 kauft Canon



Der Next Cube beeindruckt durch sein Design. Für Studenten und die meisten Lehrkräfte ist er aber viel zu teuer.