



## Steve Jobs: Innovator

Die sieben „verrückt anderen“ Prinzipien für Jobs' bahnbrechenden Erfolg mit Apple

Carmine Gallo  
Columnist,  
[BusinessWeek.com](http://BusinessWeek.com)

# 1. Prinzip: Tu das, was du liebst.

Im Jahr 2005 erklärte Steve Jobs vor dem Abschlussjahrgang der Stanford University, das Geheimnis des Erfolgs bestehe darin, den Mut zu haben, seinem Herzen und seiner Intuition zu folgen. Seiner Erfahrung nach wisse jeder Mensch innerlich bereits, was er wirklich werden will. Jobs folgte während seiner Karriere stets seinem Herzen. Seiner eigenen Einschätzung nach ist es genau diese Leidenschaft, die den wesentlichen Unterschied ausmacht. Es ist schwer, neue und kreative Ideen zu entwickeln, die eine Gesellschaft voranbringen kann, wenn man sich nicht wirklich dafür begeistert.

Jobs sagte einmal, es wäre besser, als Bedienung oder dergleichen zu arbeiten, bis man etwas findet, für das man sich wirklich begeistern kann. „Ich bin davon überzeugt, dass das, was erfolgreiche Unternehmen von erfolglosen unterscheidet, etwa zur Hälfte reines Durchhaltevermögen ausmacht. Wenn du keine große Leidenschaft für etwas aufbringen kannst, wirst du dein Ziel nicht erreichen. Du wirst aufgeben.“

Wie findet man seine Leidenschaft? Leidenschaft manifestiert sich vor allem in Ideen, die einem keine Ruhe lassen. Sie sind die Hoffnungen, Träume und Möglichkeiten, von denen die eigenen Gedanken erfüllt sind. Folgen Sie dieser Begeisterung ungeachtet aller Skeptiker und Neinsager, die selbst nicht den Mut aufbringen, ihre eigenen Träume zu verwirklichen.

## 2. Prinzip: Hinterlasse Spuren im Universum.

Steve Jobs fand begeisterte Mitverfechter, die seine Vision teilten und ihm halfen, seine Ideen in weltbewegende Innovationen umzuwandeln. Er hat nie unterschätzt, wie wichtig es ist, eine klare Vision zu haben, um eine Marke voranzubringen.

1976 war Steve Wozniak von Jobs' Vision fasziniert, einen Computer für den Alltagsgebrauch zu entwickeln. Wozniak war das Technik-Genie hinter dem Apple I und Apple II, aber es war Jobs' Vision, die Wozniak dazu brachte, seine Fähigkeiten in den Bau eines Computers für die breite Masse einzubringen. Jobs Vision war bezaubernd, da sie vier Komponenten beinhaltet, die allen inspirierenden Visionen gemeinsam ist: Sie war 1) verwegend, 2) zielgerichtet, 3) prägnant und 4) konsistent kommuniziert.

1979 besichtigte Jobs die Xerox-Forschungseinrichtung in Palo Alto, Kalifornien. Es sah dort eine neue Technologie, mit der Benutzer anhand farbenfroher Grafiksymbole auf dem Bildschirm mit dem Computer interagierten, anstatt komplexe Zeilenbefehle eingeben zu müssen. Dies wurde „grafische Benutzeroberfläche“ genannt. In diesem Moment wusste Jobs, dass diese Technologie es ihm ermöglichen würde, seine Vision eines Computers für jedermann in die Tat umzusetzen. Zurück in seinem Büro richtete Jobs sein Team darauf aus, den Computer zu entwickeln, der letztendlich als Macintosh bekannt wurde und für immer die Art änderte, wie wir mit Computern kommunizieren. Jobs sagte später einmal, dass Xerox die Computerindustrie hätte beherrschen können. Aber das Ziel von Xerox hätte lediglich darin bestanden, einen neuen Kopierer auf den Markt zu bringen.

### 3. Prinzip: Bring dein Gehirn auf Hochtouren.

Kreativität führt zu innovativen Ideen. Für Steve Jobs bedeutete Kreativität, Dinge miteinander zu verbinden. Er glaubte daran, dass ein breiter Erfahrungsschatz auch das Verständnis der Menschen erweitert. Ein breites Verständnis kann zu Erneuerungen und Durchbrüchen führen, die anderen entgehen.

Bahnbrechende Innovation basiert auf Kreativität, und Kreativität bedarf einer anderen Art des Denkens - über die Art und Weise, wie man denkt. Wissenschaftler, die das menschliche Gehirn erforschen, haben entdeckt, dass Innovatoren tatsächlich anders denken, sie aber eine Technik verwenden, über die wir alle verfügen: sie schöpfen aus vielfältigen Erfahrungen und verknüpfen diese.

Dies erinnert mich an die Geschichte zum Namen Apple. Die Idee fiel im wortwörtlichen Sinn von einem Baum. Jobs kam vom Besuch einer Art Kommune in Oregon zurück, die sich auf dem Gelände einer Apfelplantage befand. Wozniak, Apples Mitbegründer und Jobs Freund, holte ihn vom Flughafen ab. Auf dem Weg nach Hause sagte Jobs, dass er einen Namen für das Unternehmen gefunden habe: Apple. Wozniak meinte, dass sie auch einen technisch klingenderen Namen wählen können, aber ihre Vision bestand ja darin, Computer für die breite Masse zugänglich zu machen. Der Name Apple passte gut dazu.

Jobs entwickelte neuen Ideen, weil er eben ein Leben lang neue und nicht miteinander in Zusammenhang stehende Dinge erforschte und dabei vielfältige Erfahrungen machte. Jobs stellte Mitarbeiter ein, die nicht aus der Computerbranche kamen. Er studierte auf einem College die Kunst der Kalligraphie (was in den ersten Macintosh einfluss), meditierte in einem indischen Ashram, analysierte die Details eines Mercedes-Benz-Modells und europäischer Waschmaschinen sowie Trockner, um Produktideen zu entwerfen. Darüber hinaus analysierte er für die Entwicklung des Kundendienstmodells der Apple Stores die Hotelkette „The Four Seasons“. Indem er sich immer wieder neue Erfahrungen aneignete, befreite er sich von den Fesseln zurückliegender Erfahrungen.

## 4. Prinzip: Verkaufe Träume, nicht Produkte.

Steve Jobs hat sich nie auf Fokusgruppen verlassen. „Es ist ein Fakt, dass die meisten Kunden nicht wirklich sagen können, was ein neues Produkt können soll“, meinte der Tech-Analyst Rob Enderle.

Apple-Kunden können froh sein, dass sich Jobs nicht auf Fokusgruppen gestützt hatte. Hätte er dies getan, würde es den iPod, iTunes, das iPhone, den iPad und Apple Stores möglicherweise nicht geben. Er brauchte keine Fokusgruppen, weil er seine Kunden selbst sehr gut verstand. Als Jobs 1997 nach 12 Jahren Abwesenheit zu Apple zurückkehrte, stand das Unternehmen vor einer ungewissen Zukunft. Jobs beendete in jenem Jahr seine Präsentation auf der Macworld in Boston mit einer Beobachtung, die maßgebend war für den Wiederaufstieg von Apple: „Ich bin der Auffassung, man muss anders denken, um einen Apple-Computer zu kaufen. Ich glaube, dass die Menschen, die Apple-Computer kaufen, in der Tat anders denken.

Sie sind die kreativen Geister dieser Welt. Dies sind keine Leute, die nur darauf aus sind, einen Job zu erledigen, dies sind Leute, die die Welt verändern wollen. Und sie möchten die Welt mit den neuesten und besten Werkzeugen verändern, die sie bekommen können. Wir stellen genau diese Werkzeuge für solche Leute her... Es wird oft gesagt, dass sie verrückt sind, aber wir sehen in dieser Verrücktheit etwas Geniales.“

Das heißt allerdings nicht, dass man nie auf seine Kunden hören und nach Feedback fragen sollte. Apple tut dies immer. Aber der durchgreifende Erfolg von Apple basierte vor allem auf den innovativen Ideen von Jobs und seinem Team. Danach gefragt, warum Apple keine Fokusgruppen einbindet, antwortete Jobs: „Wir finden selbst heraus, welche Richtung wir einschlagen wollen. Man kann die Kunden nicht einfach fragen: ‚Was soll als Nächstes kommen?‘ Es gibt ein großartiges Zitat von Henry Ford. Er sagte: ‚Wenn ich meine Kunden nach ihren Wünschen gefragt hätte, hätten sie ein schnelleres Pferd verlangt.‘“

Niemand interessiert sich für Ihr Unternehmen oder Ihre Produkte. Die Menschen sind mit ihren eigenen Dingen beschäftigt, ihren Träumen und Zielen. Steve Jobs konnte Menschen für sich gewinnen, indem er ihnen dabei half, ihre Ziele zu erreichen.

## 5. Prinzip: Sag Nein zu tausend Dingen.

Steve Jobs sagte einmal, dass das Geheimnis der Innovation darin besteht, zu tausend Dingen Nein zu sagen. In anderen Worten, Jobs war genauso stolz auf das, was Apple nie verwirklicht hat, wie auf das, was Apple letztendlich verfolgte. Er fühlte sich einem einfachen, klaren Design verpflichtet. Diese Philosophie ermöglichte es Apple, kontinuierlich Produkte anzubieten, die Kunden durch ihre Eleganz und Einfachheit begeisterten.

Im Oktober 2008 stellte Apple seinen MacBook-Laptop der nächsten Generation vor. Jobs lud dazu Apples Design-Guru Jonathan Ive ein, auf der Bühne den neuen Herstellungsprozess für mobile Computer zu erläutern, der es Apple ermöglichte, leichtere und gleichzeitig stabilere Notebooks zu produzieren. Ive erklärte den Zuhörern, dass Apples neues Unibody-Gehäuse aus Aluminium 60 Prozent der Hauptbauteile überflüssig macht. Durch die Eliminierung dieser Teile werde der Computer natürlich dünner und leichter. Entgegen der Erwartung wird der neue Laptop dadurch aber auch härter und robuster. Ive sagte: „Wir sind 100 Prozent darauf fokussiert, einfache und klare Lösungen zu entwickeln, da wir als physische Wesen Klarheit und Übersichtlichkeit schätzen“.

Kunden wollen Einfachheit. Und Einfachheit verlangt, dass man Dinge eliminiert, die dem Benutzererlebnis entgegenstehen – sei es im Produktdesign, bei der Website-Navigation, im Marketing bei den Werbematerialien oder bei Präsentationsfolien.

## 6. Prinzip: Schaffe unvergessliche, verrückte Erfahrungen.

Steve Jobs erhob den Apple Store zum Goldstandard im Bereich Kunden-Service. Der Apple Store ist mittlerweile das weltweit beste Einzelhandelsunternehmen. Er generiert mehr Umsatz pro Fläche als die meisten anderen vergleichbaren Marken und bietet einfache Innovationen, die jedes Unternehmen für sich übernehmen kann, um intensivere und persönlichere Kundenbeziehungen aufzubauen. Beispielsweise gibt es in einem Apple Store keine Kassierer. Es gibt Experten, Berater und sogar Genies, aber keine Kassierer. Jobs zufolge möchten Menschen nicht mehr einfach nur Computer kaufen. „Sie möchten wissen, was sie damit tun können, und genau das zeigen wir ihnen.“

Apple schuf ein innovatives Einkaufserlebnis, indem es sich ein Unternehmen zum Vorbild nahm, das für seinen exzellenten Kundenservice bekannt ist: die Hotelkette Four Seasons. Laut Ron Johnson, Senior Vice President of Retail Operations bei Apple, würden Apple Stores die Käufer nicht dadurch anziehen, indem Kartons hin- und hergeschoben werden, sondern indem sie „Leben bereichern“. Apple bietet ein Kundenerlebnis wie an der Rezeption eines eleganten Hotels. Die Lektion lautet: Weg vom „Kistenschieber“-Image. Jobs und Apple wollten stattdessen „Leben bereichern“. Dieses Prinzip wurde zu einem großen Erfolg.

## 7. Prinzip: Beherrsche die Botschaft.

Sie können die innovativste Idee der Welt haben, aber wenn Sie es nicht schaffen, Menschen für diese Idee zu begeistern, spielt das keine Rolle. Für jede Idee, die zu einer erfolgreichen Innovation führt, gibt es Tausende von Ideen, die nicht Fuß gefasst haben, weil die Menschen hinter diesen Ideen nicht in der Lage waren, eine spannende Geschichte zu erzählen.

Steve Jobs gilt als einer der größten Geschichtenerzähler der Unternehmenswelt, seine Präsentationen waren informativ, lehrreich und unterhaltsam. Seine außergewöhnlichen Präsentationen machten ihn zu einer Führungsfigur und einem großen Kommunikator. Er wusste, dass Apple in einem hohen Maße danach beurteilt wurde, wie es ihm gelang, die Mission des Unternehmens glaubwürdig zu vermitteln. Der große Unterschied zwischen außergewöhnlichen Kommunikatoren und der durchschnittlichen Führungskraft besteht darin, dass Menschen wie Jobs über ihre Präsentationen ihre Botschaft komplementieren. Der Redner ist ein Geschichtenerzähler; die Präsentation dient als Hintergrund der Geschichte.

## Fazit

In einer Dokumentation zu dem Film „Der weiße Hai“ erzählte Steven Spielberg, dass er zum Improvisieren gezwungen gewesen sei, als der mechanisch betriebene Hai nicht funktionierte. Er fragte sich, was wohl Hitchcock an seiner Stelle getan hätte.

Die Antwort: Hitchcock hätte den Hai nie gezeigt. Heute befindet sich die globale Wirtschaft in den Fängen der schlimmsten Rezession seit Jahrzehnten. Wie kann man stärker, motivierter und innovativer als je zuvor aus der Rezession hervorgehen? Wir sollten uns die Geschichte als Beispiel nehmen und uns fragen: „Was würde Steve Jobs tun?“.