

PROF. DR. PIETER KLAAS JAGERSMA IS ONDERNEMER, TOEZICHTHOUDER EN ALS (GAST)HOOGLERaar VERBONDEN AAN DIVERSE UNIVERSITEITEN EN BUSINESS SCHOOLS.

Steve Jobs

Walter Isaacson,
Steve Jobs, Simon & Schuster,
New York, 2011
(630 pagina's) ISBN-13: 978-1-4516-4853-9

Steve Jobs was een fenomeen, in vele opzichten. Walter Isaacson schetst in zijn biografie een prachtig beeld van een uiterst gedreven professional die ieder jaar leefde als ware het zijn laatste, en die mede daardoor ook als mens ontembaar en onhandelbaar was. Om met dat laatste te beginnen: Jobs was geen sympathiek mens. En dat, terwijl hij toch vooral diverse 'sympathieke' producten met een hoog 'aaibaarheidsgelalte' heeft geïntroduceerd (ik schrijf deze recensie op een gebruiksvriendelijke MacBook Pro). Die constatering is interessant. Terwijl Apple-producten bekend staan om hun gebruiksvriendelijkheid, was Steve Jobs een man met een dikke, bij nader inzien onmogelijk te doorgronden handleiding. Anderen hadden zich te voegen, of konden gaan – hetgeen tevens verklaart dat maar weinig mensen hem echt goed hebben gekend.

Voor dat laatste blijft na de 630 pagina's *food for thought* van Walter Isaacson, opgedist in ruim veertig korte en daardoor overzichtelijke hoofdstukken, door je hoofd spoken. Isaacson, voorzitter van de Amerikaanse denktank Aspen Institute in Colorado en voormalig hoofdredacteur van onder meer *Time*, schetst een glashelder beeld van de narcistische persoonlijkheidsstructuur van een van de invloedrijkste ondernemers, leiders en productontwikkelaars aller tijden. Jobs was eerst en vooral ondernemer en geen bestuurder, en vooral dat verschil verklaart ook zijn indrukwekkende zakelijke successen. Ondernemers dansen niet op het ritme

van markt, aandeelhoudersvergaderingen en dergelijke, maar op hun eigen ritme. Jobs moest bijvoorbeeld niets hebben van marktonderzoek; hij gebruikte zijn eigen *common sense*, en daar kon de wereld het mee doen. Dat hij zijn medewerkers bij de uitvoering van zijn visie en plannen vaak tot wanhoop dreef, nam hij voor lief. Als je de wereldgeschiedenis niet in enig opzicht wilde veranderen, moest je niet bij Apple komen werken; daar kwam het voor hem eigenlijk op neer.

Isaacson geeft bij herhaling voorbeelden van trouwe adjudanten die door Jobs schromelijk zijn uitgebuit, compleet in de versukkeling raakten en vervolgens zonder blikken of blozen door hem aan de kant werden gezet. In tegenstelling tot Bill Gates, net als Jobs een miljardair, deed Jobs niet aan filantropie. Mensen, ook naaste collegae, waren voor hem 'wegwerpproducten'. Ook in zijn privéleven was Jobs wat dat betreft onnavolgbaar: de ene na de andere vriendin werd versleten, en hoewel er in het boek bij tijd en wijle een milde ex-partner wordt geciteerd, blijft een beeld hangen van een koude en kille man die eigenlijk alleen maar oog had voor zijn eigen agenda. Hij vond zichzelf 'speciaal' en trok zich niets aan van sociale normen. De hoeveelheid *collateral damage* op weg naar de MacIntosh, Toy Story I, iPod, Apple Stores, iTunes, iPhone en iPad is opmerkelijk, temeer ook, daar iedereen in zijn omgeving dit allemaal maar liet gebeuren. Jobs wist mensen vrijwel altijd te overtuigen *zijn* ding te doen. Hij had een grote overtuigingskracht, en niets was dan ook te gek of te moeilijk.

Na lezing van dit boek (waar Jobs enkele jaren intensief aan heeft meegewerkt, zelfs nog tot enkele weken voor zijn

dood) rijst de vraag: is dit nu een managementstijl waar de wereld 'na het tijdperk Jobs' meer van nodig heeft? Terug naar het 'verlicht despotisme'? Als je kijkt naar de beurskoersontwikkeling en omzetgroei van Apple door de jaren heen, de enorme winstgevendheid, de grote invloed in vele bedrijfstakken waarin Apple actief is en de topositie van de onderneming in vele reputatielijstjes, dan kan het antwoord niet anders zijn dan een (heel) voorzichtig 'ja'. Temeer ook, als je bedenkt hoezeer Jobs via Apple het leven van ontelbare mensen over de hele wereld heeft beïnvloed, wat hem plaatst in de categorie van Amerikaanse verlichte despoten als Ford en Edison. Zijn stijl staat haaks op ieder pleidooi voor 'participatief leiderschap' of 'leiderschap van onderop' en andere medezeggenschaps- en poldervarianten. Hier is ongetwijfeld nog niet het laatste over gezegd of geschreven, maar louter de resultaten die een Ford en een Jobs hebben weten te boeken, geven te denken. Ronduit knap is ook, dat Jobs een 'duurzame' onderneming in de traditie van zijn voorbeeld HP heeft neergezet. Met zijn dood valt Apple immers niet direct van haar voetstuk. Apple is diep doorgedrongen in de levenservaringen van veel mensen, en dat over de gehele aardbol; bovendien is het geen 'one-product company', zoals RIM (Blackberry), Microsoft (software) en Nokia (mobiele telefonie), ondernemingen die momenteel niet voor niets grote continuïteitsproblemen hebben.

Isaacson vertelt Jobs' verhaal simpelweg van begin tot eind, en mede om die reden is vooral het eerste deel van het boek interessant (Apple's wederopstanding na zijn terugkeer aan het roer in 1997 is immers genoegzaam bekend). Zoals bij zo-

veel mensen is ook bij Jobs het 'vroeg leven' interessant door de invloed die zijn prille levenservaringen hebben gehad op de manier waarop hij in het leven stond, en in het bijzonder zijn kijk op zaken doen, hoogwaardige technologie en mensen. Jobs was geadopteerd en mede daardoor als kind enigszins losgeslagen: hij experimenteerde met drugs en alternatieve levensvormen. Al op jonge leeftijd werd hij een liefhebber van het volgens hem 'eerlijke' minimalisme en het Japanse zenboeddhisme. Tijdens een reis door India (als tiener) werd hij tevens 'gegrepen' door de ascetische levensstijl die hij daar aantrof (hij werd ook vegetariër). Dit, samen met zijn voorliefde voor Duits design à la Bauhaus, leidde jaren later tot 'eenvoudige' producten als de Mac, iPod, iPhone en iPad.

Jobs was een drop-out. Hij had moeite zich te voegen naar gezag en had in zijn schooltijd onder andere geregeld conflicten met zijn docenten. Hij was onhandelbaar, voelde zich vaak onbegrepen. Maar hij experimenteerde graag met elektronica, iets wat zijn adoptief vader stimuleerde (dat hij in Palo Alto woonde, het hart van het latere Silicon Valley, hielp ook). In zijn drang, later als ondernemer, om de 'controle' te behouden over zowel de hardware als de software herkende hij zelf zijn emotionele behoefte aan 'houvast'. Dat hij als baby geadopteerd was, achtervolgde hem zijn hele leven. Om dezelfde reden was hij in essentie een eenling; hij deed *zijn* ding. Maar de rest van de wereld moest er wel van horen, want zijn geldingsdrang was ongekend. Zo bezien is zijn breuk met de man met wie hij samen Apple oprichtte, Steve Wozniak, niet zo verwonderlijk. Wozniak was een bedaarde man van wie Apple niet zo nodig naar de beurs hoefde, en die al helemaal niet uit was op wereldhegemonie in de markt voor pc's; hij was de geniale techneut, die het vooral leuk vond in zijn garage te rommelen en te prutsen. Jobs beseftte echter al snel dat hij samen

met Wozniak de wereld zou kunnen overen. Zij waren net de twintig gepasseerd toen zij met Apple begonnen – de rest is geschiedenis.

Isaacson beschrijft het allemaal mede aan de hand van zijn interviews met Jobs zelf en vele anderen, op een prettig leesbare manier en met oog voor detail en de nodige distantie. Ondanks de lengte wordt het verhaal nergens langdradig en lijken de *cases* die hij uitwerkt om zijn onderwerp meer diepgang te geven nergens te uitgebreid of gedetailleerd. Het is werkelijk opmerkelijk hoeveel uitvindingen en innovaties de revue passeren – pagina na pagina. Jobs heeft grote invloed gehad op de ICT-markt als zodanig, uw en mijn 'informatiewelzijn', de filmwereld (via Pixar, waar hij voor 70 procent mede-eigenaar van was), de retail (met zijn Apple Stores), de designwereld, de muziekwereld en ga zo maar door.

Voor leiders, managers, ondernemers en adviseurs is er veel te halen in *Steve Jobs*. Het succes van de man (en, gelet op zijn grote invloed, ook dat van Apple) blijkt, aldus het relaas van Isaacson, de optelsom te zijn van een aantal aandachtspunten die hij maniakaal 'handen en voeten' heeft gegeven:

- Concentreer je op slechts enkele producten (wat je niet doet is even belangrijk als wat je wel doet – en doe wat je doet heel goed; sluit geen compromissen)
- Kies voor een minimalistische vormgeving en combinatie met gebruiksgemak (te veel knoppen op het apparaat leiden alleen maar af)
- Formuleer bijna irreële ambities en leid de organisatie daar persoonlijk naar toe (werk alleen met eersteklas mensen en zadel hen niet op met tweederangs doelen)
- Wees open en duidelijk tegen medewerkers (ook al is het hard); duidelijkheid is eerlijkheid, vond Jobs, die de wereld indeelde in goden en minkukels
- Heb lef en combineer dat met toe-

komstgerichtheid ('waar heeft de wereld morgen en overmorgen behoefte aan') – Jobs had het bijvoorbeeld over *bet your company moments*: eens in de twee à drie jaar moet je als onderneming een groot risico nemen om iedereen scherp en alert te houden (een van zijn andere favorieten was dat iets haalbaars geen doel mag zijn juist *omdat* het haalbaar lijkt te zijn).

Dit boek over een van de belangrijkste zieners en doeners uit de moderne geschiedenis van de mensheid moet natuurlijk gelezen worden. Studenten, gearriveerde bestuurders, consultants, liefhebbers van high-tech, ICT en innovatieve businessmodellen – iedereen zal wat van zijn of haar gading vinden in dit portret van de man die zichzelf zag als een 'piraat', een 'rebel', een 'misfit' – en vanuit die houding een van de boegbeelden van de moderne wereld opbouwde. ■