

Reiche, junge, weisse Nerds: Der ideale Tech-Entrepreneur in Wired

Bill Gates, Steve Jobs und Jeff Bezos sind ideologische Konstrukte. Im US-amerikanischen Technologie- und Computermagazin *Wired* wurden sie von Tech-Geeks zu coolen Gewinnertypen. Im Laufe der 1990er- und Anfang der 2000er-Jahre war *Wired* massgeblich an Konstruktion und Reproduktion des medialen Diskurses zum idealen Tech-Entrepreneur beteiligt. Eine Bild- und Textanalyse.

»[A] 21-year-old MIT dropout and self-taught crypto expert sees fantastic things for himself in 2005. For starters, he'll be filthy rich. But his future is animated by more than just money - to wit, the exploration of a huge idea he thinks will change the world. Lackey's big concept? That freedom is the next killer app.«¹

Ryan Lackey heisst die in dem *Wired*-Artikel aus dem Jahr 2000 beschriebene Person. Lackey studierte Informatik und Mathematik, bevor er sein Studium am renommierten Massachusetts Institute of Technology (MIT) abbrach, um ins Silicon Valley zu ziehen und dort Investor*innen für sein Tech-Startup HavenCo zu suchen. Im Interview mit *Wired* erzählt er, dass er grosser Comic- und Videospieffan sei; er träume davon, mit HavenCo – einem von jeglicher staatlichen Regulierung freien Offshore-Datenhostingservice – einmal genauso die Welt zu verändern, wie seine beiden grossen Vorbilder Microsoft und Apple. Wenig über Lackey, seinen Werdegang und seine Ziele klingt überraschend, denn die meisten haben bereits eine ziemlich spezifische Vorstellung von Leuten wie ihm. Aus irgendeinem Grund weiss man einfach sofort, von was für einer Person hier die Rede ist. Lackey ist ein typischer Silicon-Valley-Tech-Entrepreneur – und wie fast alle ist er männlich. Deshalb wird in diesem Text auch ausschliesslich die männliche Form verwendet, wenn über Tech-Entrepreneure geschrieben wird.

Doch wodurch zeichnet sich dieser typische Tech-Entrepreneur genau aus? Woher stammt dieses Bild, das viele von uns sofort vor Augen haben? Und wie kommt es, dass wir alle eine so klare Vorstellung von Tech-Entrepreneuren haben? Um diese Fragen zu beantworten, liegt es nahe, dort nachzuschauen, wo solche New-Economy-Narrative in ihrer kristallisiertesten Form anzutreffen sind: im US-amerikanischen Technologie- und Computermagazin *Wired*.² Das Magazin war und ist das Sprachrohr der New Economy, das Medium der Computer-Geeks und Tech-Freaks und das Sammelbecken für all jene, die im Silicon Valley einen Namen haben oder gerade dabei sind, sich einen zu machen.³ *Wired*, so die These, war massgeblich an der Konstruktion und Reproduktion des Diskurses über den idealen Tech-Entrepreneur beteiligt.

Um die Fragen zu beantworten, habe ich 92 Printausgaben aus den Jahren 1995 bis 2005 untersucht. So konnten vier thematische Hauptdiskurse identifiziert werden, um die sich das Ideal des typischen Tech-Entrepreneurs gruppiert. Die Diskurse umfassen die folgenden vier Themen: Tech-Geeks; College Dropouts; technolibertäre Weltverbesserer; und junge, weisse Männer. Es handelt sich dabei jedoch nicht um vier verschiedene, sich gegenseitig ausschliessende Typen, sondern um distinkte idealtypische Charakteristiken, die in den meisten Fällen parallel existieren und Überschneidungen aufweisen. In ihrer Gesamtheit haben diese vier Hauptdiskurse das uns heute bekannte Bild des Silicon-Valley-Tech-Entrepreneurs entscheidend geprägt.



Abb. 1: Steve Jobs († Oktober 2011), Mitbegründer und langjähriger CEO von Apple, auf dem Cover einer *Wired*-Ausgabe aus dem Jahr 1996. Jobs gehörte zu den bekanntesten und erfolgreichsten Tech-Entrepreneuren der Szene.

Wired als Sprachrohr der digitalen Revolution

Wired wurde 1993 von dem Ehepaar Louis Rossetto und Jane Metcalfe gegründet und erscheint monatlich gedruckt und online. Das Magazin greift aktuelle Entwicklungen rund um das Internet, die Netzkultur und die New Economy auf.⁴ Es beinhaltet sowohl Artikel über neue Technologien und Unternehmen als auch einzigartig gelayoutete, mehrseitige Portraits und Interviews mit den wichtigsten Persönlichkeiten der Tech-Szene: mit Coder*innen, Programmierer*innen, Ingenieur*innen, Computerfachleuten, Hacker*innen, digitalen Künstler*innen, Cyberpunk-Autor*innen sowie libertären und republikanischen Politiker*innen.

Diese Portraits unterscheiden *Wired* von anderen Computer- und Technologiepublikationen. Bei *Wired* handelt es sich nämlich nicht um ein reines Technologiema­gazin, sondern vielmehr um ein Medium für und über eine neue digitale Gesellschaft. Das Ziel von *Wired* war es, die digitale soziale Revolution zu artikulieren und die Gesellschaft zu verstehen und zu prägen, die sich durch die neuen digitalen Möglichkeiten zu formieren begann.⁵ Seit der ersten Ausgabe war *Wired* ein grosser Erfolg und wurde für seine Innovation und seinen kulturellen Einfluss mit dem *Rolling Stone*-Magazin verglichen.⁶

Kevin Kelly, Herausgeber der beiden einflussreichen Gegenkultur- und Produktmagazine *Whole Earth Catalog* und *Whole Earth Reviews*, war von 1993 bis 1999 Chefredakteur von *Wired*. Ihm hat das Magazin die typische gegenkulturelle Ästhetik und techno-utopische redaktionelle Ausrichtung sowie den Zugang zum *Whole Earth*-Netzwerk zu verdanken.⁷ Die *Whole Earth*-Publikationen prägten und verbreiteten viele Denkansätze, die heute mit den 1960er- und 1970er-Jahren in Verbindung gebracht werden, wie die der Gegenkultur (*counterculture*) und der Umweltbewegung. Von Steve Jobs wurde der *Whole Earth*-Katalog sogar als die Bibel seiner Generation und als Vorläufer von Google bezeichnet.⁸ Nach zwei gescheiterten Börsengängen wurden Rossetto und Metcalfe von den Geldgeber*innen von *Wired* Ende 1998 dazu gedrängt, das Magazin zu verlassen. *Wired* wurde von dem großen US-amerikanischen Verlagshaus Condé Nast übernommen, das unter anderem auch *Vanity Fair*, *Vogue* und *Architectural Digest* herausgibt; es wurde eine neue Redaktion eingesetzt.⁹ Mit dieser Übernahme hat sich die redaktionelle Ausrichtung von *Wired* drastisch verändert: Die typische gegenkulturelle Ästhetik und techno-utopische Vision wichen und politische Themen rückten immer mehr in den Hintergrund. Nach dem Platzen der Dotcom-Blase im Jahr 2000 wandte sich *Wired* dann verstärkt kommerziellen Themen der Tech-Szene zu.¹⁰

Ewige Singles im Kinderzimmer: Tech-Geeks

Seit den Anfängen von *Wired* zu Beginn der 1990er-Jahre stand vor allem ein Diskurs im Fokus: der Silicon-Valley-Tech-Geek. Er wird von *Wired* als zentrales Element der Silicon-Valley-Kultur dargestellt. Die beiden Wörter »geek« und »nerd« werden in einer Vielzahl der untersuchten Artikel zur Beschreibung portraierter Personen benutzt. Oft werden diese anhand typischer Geek-Motive inszeniert, so etwa der Tech-Entrepreneur Geoff Cook in seinem mit Actionfiguren vollgestellten Kinderzimmer¹¹ oder der Programmierer John Carmack vor seiner Spielekonsole sitzend.¹²

Doch was ist ein »geek«? Wenn man den Begriff historisch betrachtet, stellt man fest, dass er, wie der Begriff »nerd«, einst negativ konnotiert war und als Beleidigung für einen Aussenseitertypus genutzt wurde; für einen Aussenseiter, der zwar höchst intelligent war, dafür aber über geringe soziale Kompetenzen verfügte.¹³ Während der letzten dreißig Jahre hat sich aber die Bedeutung gewandelt. Heute wird er für Personen gebraucht, die über Expert*innenwissen verfügen, meistens im Tech-Bereich.¹⁴ Mittlerweile ist der Begriff positiv konnotiert. Diese Bedeutungsverschiebung verlief parallel zum Aufstieg der Tech- und Computerindustrie, im Zuge dessen Geeks zu CEOs und Gründern von Tech-Startups wurden. Die früher stigmatisierten Geeks wurden zu coolen Gewinnertypen.

Vor allem *Wired* trug massgeblich zu dieser Umdeutung bei. Der Begriff »nerd« dagegen wird heute nicht nur mit Expert*innenwissen in Verbindung gebracht, sondern auch mit anderen Merkmalen, wie etwa einer bestimmten klassenspezifischen Form von Männlichkeit, mit Kleidungsstil,

Freizeitaktivitäten und Persönlichkeitsmerkmalen. Comicbücher, Computerspiele und Science Fiction sind beliebte Hobbies innerhalb der Geek-Subkultur und werden auch heute mit dem Lebensstil der Geeks assoziiert.¹⁵ Ein *Wired*-Interview aus dem Jahr 1995 mit Nathan Myhrvold, dem damaligen Chief Technical Officer von Microsoft, veranschaulicht das sehr gut: »Myhrvold remains a nerd among nerds who reads comic magazines and dreams of deploying the insights of physical science to master that still unkempt discipline of economics.«¹⁶

Computerspiele sind eine häufige Freizeitaktivität der Portraitierten, wobei betont wird, dass die interviewte oder portraitierte Person oft über Tage oder Wochen nur zu Hause gesessen und die neuesten Videospiele gespielt habe. So heisst es etwa in einem Artikel über den Hacker Paul Johnson aus dem Jahr 2001: »Growing up in a Minnesota family of programmers – including a father who worked at McDonnell Douglas and NASA on the Apollo projects – Paul Johnson spent whole afternoons scripting games on his five computers.«¹⁷ In diesem Satz lassen sich gleich mehrere für den Geek-Diskurs typische Themen identifizieren: die US-Bundesbehörde für Raumfahrt NASA, der Traum Arbeitsplatz vieler Tech-Geeks; eine brennende Leidenschaft für Computer, welche sie die Zeit vergessen lässt; sowie der Besitz von fünf Computern, was damals nur für echte Tech-Liebhaber*innen möglich war.¹⁸

In diesem Zusammenhang wird auch betont, dass sich Tech-Geeks manchmal über Wochen nicht aus ihren abgedunkelten Kinderzimmern oder Universitätslaboren herausbewegten und sie aufgrund des fehlenden Sonnenlichts blass geworden seien. So zum Beispiel in einem Artikel aus dem Jahr 2000, der beschreibt, wie ein Telekommunikations-Startup an einer Eliteuniversität auf die Suche nach neuen und billigen Tech-Talenten geht: »Several look as though they've spent their entire college careers inside the lab. One programmer has skin so pale it's almost translucent, like the larval coating of an insect. The pale programmer picks up one of the large pepperoni pies and retreats into a corner to enjoy his own personal 12-slice.«¹⁹ Eine ähnliche Erzählung findet sich über Linus Torvalds, den Erfinder des Betriebssystems Linux:

»Through the spring and summer of 1991, Torvalds worked on the kernel of the system. He lived in near isolation, rarely bothering to open the thick black curtains he had hung over his windows to reduce glare. He would have been a total recluse, he recalls, if not for Wednesday-night gatherings at a local pub, where he'd drink beer and talk shop with fellow members of the university's computer club.«²⁰

Ein weiteres Thema des *Wired*-Diskurses ist die Sozialkompetenz der Tech-Geeks. In den Artikeln wird regelmässig betont, dass die portraitierten Personen introvertiert oder schüchtern seien, wenig Freund*innen hätten, selten in Bars oder Diskotheken anzutreffen seien und insbesondere Schwierigkeiten hätten, sich mit Frauen zu unterhalten. So erklärt Marc Andressen in einem Artikel aus dem Jahre 2000: »Finally, he offers a feeble

explanation. »I'm an introvert,« he says. »I would hide if I could get away with it.«²¹



Abb. 2: Der damals 19-jährige Harvard-Student und Tech-Newcomer Geoff Cook wurde für ein Portrait mit *Wired* aus dem Jahr 2000 in seinem Kinderzimmer fotografiert.

Das Thema, dass der klassische Geek nicht viele Freund*innen hat, ist omnipräsent. In einem Artikel über den französischen Informatiker Thierry Levy ist zu lesen: »Thierry still has no friends, no social life. He's bored, bored out of his wits, so bored that he cannot even work very hard anymore – too distracted.«²² Die mangelnden sozialen Fähigkeiten würden oft dazu führen, dass die portraitierten Tech-Geeks nicht besonders erfolgsversprechende Aussichten beim weiblichen Geschlecht haben – was mittlerweile zu einem fest etablierten Klischee über den Tech-Entrepreneur geworden ist. Wenn das Thema »Frauen« in *Wired* auftaucht – was selten der Fall ist –, dann meist im Zusammenhang mit der Unfähigkeit der portraitierten Männer, mit ihnen zu interagieren. So etwa in einem Artikel aus dem Jahr 1998 über den Computeringenieur und Mitbegründer von Apple, Steve Wozniak: »Extremely shy, Woz didn't have much of a chance to talk to women.«²³ Implizit lautet die Botschaft: Wenn ein Tech-Superstar wie Wozniak Probleme damit hat, Frauen anzusprechen, dann kann das doch gar nicht so uncool sein, oder? *Wired* trägt also zur Normalisierung typischer Geek-Charakteristiken bei.²⁴ Indem diese Charakteristiken mit den erfolgreichsten Tech-Entrepreneuren in Verbindung gebracht werden, erleben sie eine Umdeutung von früher negativ konnotierten Begriffen zu coolem »geek chic«.²⁵

Der Studienabbruch ist Ehrensache: College Dropouts

Ein weiterer, sehr bekannter Diskurs innerhalb der Tech-Branche ist jener des Studienabbruchs. Im Silicon Valley ist das Narrativ weit verbreitet, dass Erfolgsgeschichten wie die von Bill Gates oder Steve Jobs auch – oder sogar nur – für Studienabbrecher möglich sind. Viele der in *Wired* portraitierten Tech-Entrepreneure besuchten renommierte US-amerikanische Eliteuniversitäten, wie Stanford, das Massachusetts Institute of Technology (MIT) oder Harvard – was in den Artikeln gerne und oft betont wird.

Noch öfter wird allerdings von den sogenannten College Dropouts erzählt, die ihr Studium (meist an einer der oben aufgezählten Eliteuniversitäten) abgebrochen haben, um ihren Traum eines eigenen Startups zu verwirklichen. In der Tech-Branche sind solche »dropout«-Geschichten mittlerweile zu einem regelrechten Statussymbol mutiert.²⁶ In diesem Sinne beschreibt das auch ein Programmierer eines E-Commerce-Softwareunternehmens in einem *Wired*-Artikel von 1999: »Look, for programmers, OK, being a college dropout, that's a badge of honor.«²⁷

Zu den bekanntesten Studienabbrechern in den untersuchten Artikeln gehören Bill Gates von Microsoft, der sein Harvard-Studium im Abschlussjahr schmiss;²⁸ sein Partner Steve Wozniak, der ohne Abschluss von der University of California abging;²⁹ und Steve Jobs von Apple, der sein Studium am Reed College nicht beendete.³⁰ Auch bei weniger bekannten portraitierten Personen ist das »dropout«-Narrativ regelmässig anzutreffen. In einem Portrait aus dem Jahre 2000 erzählt der damals 19-jährige Harvard-Student Geoff Cook – zu dieser Zeit bereits erfolgreicher Gründer eines Startups für Online-Korrektur und -Redaktion – von seinen Plänen, sein Studium an der Ivy League University in Harvard abzubrechen: »Given the impact I'd been able to have on revenues in just three months of full-time effort, dropping out of school seemed like an attractive option. Returning to a cramped dorm room and paying to study irrelevant subjects did not. I decided to ditch my senior year at Harvard.«³¹

Die portraitierten Studienabbrecher erzählen in den *Wired*-Artikeln oft von ihrer Unzufriedenheit mit den praxisfernen und ineffizienten Lernprozessen, wie sie in traditionellen akademischen Institutionen anzutreffen seien.³² Dabei werden auch renommierte Professor*innen häufig als zu langsam und schwerfällig kritisiert, um mit dem schnellen Tempo der Tech-Branche Schritt halten zu können.³³ An verschiedenen Stellen wird auch aus der Sicht der Startup-Gründer oder CEOs berichtet, wie sie studentische Angestellte regelrecht dazu ermutigen, ihr Studium endlich abzubrechen. So erzählt etwa der Gründer des Telekommunikationsunternehmens Tellme in einem Artikel aus dem Jahr 2000:

»I'm very, very aggressive about people quitting college to join Tellme,« says 32-year-old McCue, who passed up academe for IBM, later

launching his first startup, Paper Software, which he eventually sold to Netscape. »I just tell them, 'Hey man, the time to go to school is during a recession. Not now. Not when you have opportunities like this'.«³⁴

Das geht sogar so weit, dass Peter Thiel, ein Gründer und ehemaliger CEO von PayPal, 2011 einen Fonds ins Leben rief, der jungen Student*innen ein Startkapital von 100'000 US-Dollar zur Verfügung stellte – mit der einzigen Voraussetzung, dass sie ihr Studium abbrechen müssen.³⁵



Abb. 3: Der Physiker Nathan Myhrvold war Microsofts erster Chief Technical Officer. Im Interview mit *Wired* spricht er über Software-Effizienz, das Programmieren und seine Arbeit bei Microsoft.

Regulierungsfeindlich und revolutionär: Technolibertäre Weltverbesserer

Ein weiterer Diskurs ist die von *Wired* propagierte politische Haltung, gemäss welcher technische Innovation zusammen mit Deregulierung, freien Märkten und Neoliberalismus zum öffentlichen Wohl beitrage.³⁶ Diese ist in *Wired* bis zur Übernahme durch Condé Nast im Jahr 1999 allgegenwärtig.

Das liegt daran, dass die Silicon-Valley-Tech-Kultur wegen ihres Ursprungs in der Gegenkultur der 1960er-Jahre ein bis heute politisches Phänomen ist. Zwar beteuern viele Tech-Geeks, dass sie »ausserhalb« der Politik stünden und dass die Technologien, die sie entwickeln, politisch neutral seien.³⁷ Die New Economy, wie die meisten sozialen und kulturellen Phänomene, ist jedoch nicht abstrakt und auch nicht apolitisch. Sie ist mit

Haltungen, Ideologien und Philosophien verbunden.³⁸ Diejenigen der Silicon-Valley-Tech-Szene können mit zwei eng miteinander verbundenen politischen Denkrichtungen zusammengefasst werden: Digitaler Utopismus (*digital utopianism*) und Technoliberalismus (*technolibertarianism*).

Digitaler Utopismus, auch Cyber-Utopismus genannt, bezeichnet den Glauben, dass technologischer Fortschritt die Welt positiv verändern und wohlhabendere und fairere Gesellschaften schaffen wird.³⁹ Von Beginn an war *Wired* von der Überzeugung geleitet, dass die digitale Revolution und somit die Gründer*innen der neuen Technologien die Welt zum Besseren verändern würden.⁴⁰ In vielen Artikeln werden die portraitierten Personen deshalb als Weltverbesserer oder Visionäre dargestellt. Wenn sie in Interviews nach ihrer Motivation gefragt werden – und diese Frage wird sehr oft gestellt –, ist die Antwort fast immer dieselbe: Das Ziel sei, eine Technologie zu entwickeln, die die Welt verändert.

So wird etwa ein damaliger Silicon-Valley-Neuankömmling 1999 folgendermassen vorgestellt: »He's 27 and has an MBA from the University of Tennessee and says right out that he wants to build the technology that changes how the world lives and works.«⁴¹ Manchmal wurden auch konkrete Beweggründe genannt. Der Softwareentwickler Marc Andressen antwortete zum Beispiel auf die Frage, was die Motivation hinter dem von ihm entwickelten Webbrowser NCSA Mosaic sei: »[My] goal was to democratize the Web – Why shouldn't everyone have access?«⁴² Ab dem Jahr 2000 änderten sich die Antworten auf diese Frage: Als Motivation wird vermehrt Ruhm und beruflicher Erfolg genannt. Dies liegt wahrscheinlich einerseits daran, dass sich damals mit Bill Gates und Jeff Bezos die erste Generation von Tech-Milliardären abzeichnete, und andererseits, dass die gegenkulturelle redaktionelle Leitlinie von *Wired* unter Kelly, Rossetto und Metcalfe verstärkt von einer kommerzielleren Strategie abgelöst wurde.

Auch die technolibertäre Einstellung ist in *Wired* tief verankert.⁴³ Technoliberalismus steht für freie Marktwirtschaft und gegen jegliche staatliche Regulierung oder Zensurierung des Internets sowie Einschränkung der digitalen Wirtschaft generell. In den ersten Jahren verwendeten die *Wired*-Autor*innen häufig gegenkulturelle Rhetorik. In vielen Artikeln werden technolibertäre Leitmotive und Sinnbilder eingesetzt: Der Entrepreneur als Heldenfigur; Computer-Geeks als Freiheitskämpfer; Bürger*innen als »netizens« (Netzbürger*innen); und der Staat als Störfaktor oder sogar als Menschenfeind.⁴⁴

Insbesondere der einleitend erwähnte Artikel »Welcome to Sealand, now bugger off« veranschaulicht die technolibertäre Gesinnung sehr gut. Es wird der damals 21-jährige »MIT dropout and self-thought crypto expert«⁴⁵ Ryan Lackey portraitiert. »Hunkered down on a North Sea fortress, a crew of armed cypherpunks, amped-up networking geeks, and libertarian swashbucklers is seceding from the world to pursue a revolutionary idea: an offshore, fat-pipe data haven that answers to nobody.«⁴⁶ Diese Einleitung des Artikels vereint viele der identifizierten thematischen Narrative in einem

Satz: Bewaffnete libertäre Tech-Geeks, die eine revolutionäre, die Welt verändernde Idee verwirklichen wollen, durch welche die Menschheit mehr individuelle Freiheit erhalten soll.



Abb. 4: In dem *Wired*-Artikel aus dem Jahr 2000 erzählt der Crypto-Experte Ryan Lackey, wie er mit seinem Offshore-Datenhosting-Service HavenCo die Welt verändern will. Auf dem Foto ist die Seefestung Sealand zu sehen, eine souveräne Mikronation, die als Datenhafen für HavenCo dienen soll.

Im Rest des Artikels wird die neue Geschäftsidee von Lackey und seinem Team vorgestellt: HavenCo Limited, ein Datenhosting-Dienstleistungsunternehmen, das aus dem unabhängigen und als souverän erklärten Fürstentum Sealand operieren soll:

»HavenCo will be ›offshore‹ both physically and in the sense that its clients – who will purchase preconfigured ›colocation‹ computers maintained and secured by HavenCo – will basically be able to tell the rest of the world to shove it. The essence of offshore Internet services [...] is that when you base an operation in such a locale, you can claim to be governed only by the laws that prevail there. So if Internet gambling is legal (or overlooked) in Country A but not in Country B, you set up in A, and use the Web to send your site to B – and to the rest of the world. Similarly, companies using Sealand to house their data can choose to operate according to the special laws of Sealand, and those laws will be particularly lax – though not quite anarchic.«⁴⁷

Diese spezifische Mischung aus gegenkultureller Rhetorik, technoutopischer Vision und libertärer politischer Haltung, welche vor allem die ersten Jahre von *Wired* auszeichneten, wird von den zwei

Sozialwissenschaftlern Richard Barbrook und Andy Cameron kalifornische Ideologie genannt.⁴⁸ *Wired* und die darin portraitierten Tech-Entrepreneure, welche diese Ideologie vertraten, hatten zwar eine wichtige Rolle in der Artikulierung und Verbreitung dieser regierungs- und regulierungsfeindlichen, techno-utopischen Haltung. Ihr Ursprung liegt jedoch nicht in *Wired*, sondern in der Gegenkultur der 1960er- und 1970er-Jahre und Kellys *Whole Earth*-Publikationen.⁴⁹

Der gemeinsame Nenner: Junge, weisse Männer

Der letzte innerhalb der untersuchten *Wired*-Ausgaben identifizierte Diskurs ist nicht unbedingt explizit kommuniziert worden. Vielmehr konstruiert er sich dadurch, welcher Typus eines Unternehmers sichtbar gemacht wurde – und welcher nicht. Es handelt sich dabei um die mittlerweile wohlbekannte Tatsache, dass das Silicon Valley und die Tech-Branche von *weissen*, jungen, der Mittel- oder Oberschicht angehörenden Männern dominiert wird. Dies spiegelt sich natürlich auch in *Wired* wieder.

Was beim Sichten der Magazine als Erstes auffällt, ist, dass die Mehrheit der portraitierten Personen relativ jung ist. Die meisten sind in den Zwanzigern, nur wenige über 30 Jahre alt. Sie alle sind jedoch bereits erfolgreiche Entrepreneure: Manche arbeiten bereits mit 19 Jahren als CEO der eigenen Firma,⁵⁰ andere haben im Alter von 23 Jahren bereits mehrere erfolgreiche Börsengänge verzeichnet.⁵¹ In einem Artikel wird ein 27-jähriger Programmierer interviewt, der von seinem 23-jährigen Boss erzählt, welcher angeblich sein drittes Startup leite.⁵² Dass jemand in solch einem jungen Alter beruflich bereits so viel Bemerkenswertes erreicht hat, wird in den *Wired*-Artikeln aber nicht als Erfolg deklariert, sondern als ganz selbstverständlich und normal dargestellt.

Ihrem jungen Alter entsprechend werden die in *Wired* vorgestellten Tech-Entrepreneure oft kindlich oder jugendlich inszeniert. So etwa wird der Gründer von Amazon, Jeff Bezos, in einem Artikel aus dem Jahre 1999 mit einer Wasserpistole fotografiert.⁵³ Steve Perlman von WebTV und QuickTime wird dabei fotografiert, wie er gerade mit einem bunten Tretroller unterwegs ist.⁵⁴ Und der Linux-Entwickler Torvalds trägt auf einem Foto ein T-Shirt, das einen grossen Pinguin zeigt, und seine Haare sind so zerzaust, als wäre er gerade erst aufgewacht.⁵⁵ Bezos, Perlman und Torvalds grinsen alle breit in die Kamera. Sie werden wie kleine Jungen im Grundschulalter inszeniert und entsprechen nicht dem typischen Bild, das man von einem erfolgreichen Unternehmer hatte. Die Jugendlichkeit der Silicon-Valley-Tech-Entrepreneure ist ein zentrales Unterscheidungsmerkmal zum traditionellen Unternehmer, welcher in historischer Perspektive zwar auch weiss und männlich war, aber fast immer mittleren oder höheren Alters.⁵⁶

Der in den *Wired*-Artikeln konstruierte ideale Tech-Entrepreneur ist jedoch nicht nur jung, sondern auch – und dies mag vielleicht sogar sein wichtigstes Merkmal sein – männlich. Erfahrungen von Frauen (geschweige denn von nichtbinären, genderqueeren oder transsexuellen Personen) sowie deren Perspektiven und Gesichter sind in den untersuchten Artikeln fast nicht zu finden: Nur ein einziger Artikel aus dem Jahr 1997 widmet sich ausschliesslich einer Frau.



Abb. 5: Jeff Bezos, der Gründer und CEO des Onlineversandhändlers Amazon, wird 1999 mit einer Wasserpistole abgelichtet. Er war damals 36 Jahre alt.

In diesem Artikel wird die Informatikerin und MIT-Professorin Pattie Maes portraitiert.⁵⁷ Was ihn von den anderen untersuchten Artikeln unterscheidet, ist, dass sich ungefähr ein Drittel des Textes um Maes' Familienleben dreht, ganz anders als in den Artikeln über männliche Entrepreneure. Die Autorin schreibt, dass Maes keine typische Silicon-Valley-Tech-Entrepreneurin sei. Das wird zwar nicht explizit mit ihrem Geschlecht begründet, aber es ist auffallend, dass ein derartiges Anti-Silicon-Valley-Tech-Entrepreneur-Framing nur in diesem Artikel eingesetzt wird. Das Bild des idealen Tech-Entrepreneurs, das von *Wired* übermittelt wird, ist definitiv nicht weiblich. Und es ist auch kein Geheimnis, dass die Tech-Branche unter einem Sexismusproblem leidet. Im Jahre 2015 waren nur knapp 25 Prozent der Computerfachleute in der Tech-Branche weiblich.⁵⁸

Dies war jedoch nicht immer so. IT- und Computerberufe werden heutzutage als traditionell männlich angesehen. Früher, in den Anfängen

der Informatik vor dem Zweiten Weltkrieg, waren es aber Frauen, die als Coderinnen oder Programmiererinnen die Computer bedienten. Damals genossen die IT-Berufe jedoch noch nicht ein so hohes Ansehen wie heute; sie wurden oft als moderne Version des Sekretärinnenberufs gesehen. Sobald der Berufszweig in den 1980er-Jahren dann von Männern übernommen wurde, veränderte sich seine gesellschaftliche Anerkennung und er wurde zum Prestigeberuf.⁵⁹

Aber nicht nur Frauen (und alle Personen, die nicht männlich gelesen werden) sind in *Wired* und der Tech-Branche stark unterrepräsentiert. Auch BIPOC (Black, Indigenous, People of Colour) sind in *Wired* fast gar nicht zu sehen. In den untersuchten Ausgaben war kein einziger Artikel zu finden, in dem eine Schwarze Person portraitiert oder interviewt wurde. Ebenfalls inexistent sind Latein- und Hispanoamerikaner*innen, Indigene oder Menschen aus dem Nahen Osten. Die einzigen People of Colour, die vereinzelt in *Wired* erscheinen, sind Personen aus gewissen asiatischen Ländern. In einigen Artikeln kommen beispielsweise Südasiaten oder Chinesen zu Wort. Diese Artikel kann man jedoch an einer Hand abzählen und sie sind verhältnismässig kurz.⁶⁰ Nur der Artikel über den chinesischen Wagniskapitalgeber Bo Feng ist ausführlich.⁶¹

Interessanterweise nimmt die Diversität der portraitierten Personen über die zehn untersuchten Jahre nicht zu. Mitte der 1990er-Jahre wurden genau so wenige BIPOC portraitiert wie 2004. Da die grossen Tech-Firmen Facebook, Apple, Google und Microsoft erst 2014 angefangen haben, sogenannte Diversity Reports zu veröffentlichen, konnten keine Zahlen zur ethnischen Diversität innerhalb der Tech-Branche während der 1990er- und 2000er-Jahre gefunden werden. Im Jahr 2014 waren aber bei allen vier Firmen nur knapp über 50 Prozent der Tech-Fachleute weiss, 30 bis 40 Prozent waren asiatischer Herkunft und knapp 10 Prozent waren Latein- oder Hispanoamerikaner*innen, Afroamerikaner*innen oder Native American.⁶² Da die Zahlen im Vergleich zu den 1990er- und 2000er-Jahren mit Sicherheit nicht abgenommen haben, können sie uns Aufschluss geben, wie ethnisch divers diese Firmen während des Untersuchungszeitraums waren.

Die in dieser Arbeit untersuchten Artikel aus den Jahren 1995 bis 2005 zeigen eindeutig, dass der in *Wired* präsentierte ideale Tech-Entrepreneur jung, weiss und männlich ist. Im Kontext dieser Erkenntnisse ist das Narrativ, welches das Selbstverständnis des Silicon Valley widerspiegelt, umso erstaunlicher: eine reine Leistungsgesellschaft; ein Ort, an dem jede*r unabhängig von sozialer Klasse, Bildungshintergrund, Hautfarbe oder Nationalität an die Spitze aufsteigen kann. Die Vorstellung, dass jede*r mit Köpfchen, Tatkraft und einer grossartigen Idee ein Unternehmen gründen kann, ist ein zentraler Grundsatz des Ethos' der Tech-Branche.

Bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass der Schlüssel zum Erfolg in der Welt der Tech-Entrepreneure ähnlich ist wie in vielen anderen Eliteberufen.⁶³ Ein prestigeträchtiges Studium an einer Eliteuniversität (auch

wenn es nicht beendet wurde) und persönliche Verbindungen (meist aus der Zeit an der Eliteuniversität oder über die Eltern entstanden) sind mindestens ebenso entscheidend wie eine grossartige Idee. Äussere identitätsstiftende Kategorien wie Alter, Geschlecht und ethnische Herkunft spielen, wie wir in den *Wired*-Beiträgen gesehen haben, eine zentrale Rolle, um als Tech-Entrepreneur in der New Economy Erfolg zu haben.



Abb. 6: Im *Wired*-Artikel aus dem Jahr 1997 wird die Informatikerin und MIT-Professorin Pattie Maes portraitiert. Maes ist eine der wenigen weiblichen Tech-Entrepreneurinnen, die in *Wired* vorgestellt wird.

Natürlich muss an dieser Stelle auch erwähnt werden, dass die meisten in diesem Diskurs erwähnten Merkmale die realen Machtstrukturen widerspiegeln. Auch viele andere Branchen wurden während der 1990er- und 2000er-Jahre (und heute immer noch) ausschliesslich von *weissen* und männlichen Personen dominiert. Die Silicon-Valley-Tech-Szene hat sich aber bewusst dafür entschieden, mit einigen klassischen Unternehmer-Charakteristiken, wie etwa dem Alter, zu brechen, andere aber, wie das Geschlecht oder die ethnische Herkunft, aufrechtzuerhalten. Hinzu kommt, dass die Tech-Szene im Gegensatz zu einigen anderen Branchen bis heute keine ernsthaften Anstrengungen unternimmt, ihre Strukturen inklusiver und zugänglicher zu machen.

Der New-Economy-Tech-Entrepreneur

Im Zeitraum zwischen 1995 und 2005 bildete *Wired* vier dominante thematische Diskurse über den idealen Tech-Entrepreneur ab: Tech-Geeks,

College Dropouts, technolibertäre Weltverbesserer sowie junge, *weisse* Männer. Die vier identifizierten Diskurse wurden jedoch nicht von *Wired* selbst konstruiert oder erfunden. Vielmehr hat *Wired* bereits bestehende Diskurse übernommen, sie umgedeutet und sie – und darin liegt die zentrale Rolle von *Wired* – kristallisiert, artikuliert und in eine breite Öffentlichkeit getragen. So etwa den Diskurs über den technolibertären Weltverbesserer, welcher seinen Ursprung in der US-amerikanischen Gegenkultur der 1960er-Jahre und dem *Whole Earth*-Netzwerk hatte. Durch die technolibertäre und cyber-utopische Ausrichtung des Magazins wurden diese zwei politischen Haltungen legitimiert und zur dominanten Haltung der Silicon-Valley-Kultur der 1990er-Jahre erklärt. Des Weiteren wurden in *Wired* bereits bestehende Diskurse, die ursprünglich eine negative Konnotation hatten, wie der des Tech-Geeks oder College Dropouts, durch geschickte Assoziierung und bewusstes Framing zu positiven Begriffen umgedeutet. Der vierte thematische Diskurs – Tech-Entrepreneure als junge, *weisse* Männer – ist abgesehen vom Alter ein Diskurs, welcher in der modernen Geschichte der Menschheit (bei den Kulturen des Globalen Nordens) schon immer das dominante Narrativ über wirtschaftliche Entwicklung war: Sie wird von *weissen* Männern vorangetrieben. Insgesamt unterscheidet sich der New-Economy-Tech-Entrepreneur vor allem durch die ersten drei thematischen Diskurse vom traditionellen Unternehmer der Industrie- und Dienstleistungswirtschaft. Er wird jünger, nerdiger und politisch libertärer; er bricht sein Studium ab und träumt von einem technologischen Utopia. Die wirtschaftliche Macht konzentriert sich jedoch immer noch wie bei der ›Old Economy‹ in der gleichen, homogenen Gruppe von Männern.

Alessandra Biagioni hat den Master in Politikwissenschaft und Geschichte der Neuzeit an der Universität Zürich abgeschlossen.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: *Steve Jobs*, in: *Wired* (Februar 1996), Cover, fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Abb. 2: *Der Physiker Nathan Myhrvold*, aus: Stewart Brand: »The Physicist«, in: *Wired* (September 1995), S. 66f., fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Abb. 3: *Geoff Cook in seinem Kinderzimmer*, aus: *Wired Staff*: »Hey, I just work here«, in: *Wired* (März 2000), S. 230, fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Abb. 4: *HavenCo auf Sealand*, aus: Simson Garfinkel: »Welcome to Sealand. Now Bugger Off«, in: *Wired* (Juli 2000), S. 230f., fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Abb. 5: *Jeff Bezos mit Wasserpistole*, aus: Chip Bayers: »The Inner Bezos«, in: *Wired* (März 1999), S. 114f., fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Abb. 6: *Pattie Maes (MIT)*, aus: Marguerite Holloway: »Pattie«, in: *Wired* (Dezember 1997), S. 236, fotografiert von Lea Della Zassa (2021).

Literatur

- 1 Die *Wired*-Artikel sind aufgrund ihres speziellen Layouts mit mehreren Unterbrechungen auf das ganze Heft verteilt und nicht wie üblich kompakt als ein Artikel angeordnet. Aus diesem Grund werde ich nur die erste Seite angeben.
Simson Garfinkel: »Welcome to Sealand: Now Bugger Off«, in: *Wired* (Juli 2000), ab S. 230, hier S. 232.
- 2 Vgl. David Boje, Robert Smith: »Re-storying and visualizing the changing entrepreneurial identities of Bill Gates and Richard Branson«, in: *Culture and Organization* 16/4 (2010), S. 270–331, hier S. 312.
- 3 Vgl. Fred Turner: *From Counterculture to Cyberculture: Steward Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago: University of Chicago Press (2006), S. 207–236.
- 4 Vgl. Eran Fischer: *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*, New York: Springer (2010), S. 33–37.
- 5 Vgl. Fred Turner: *From Counterculture to Cyberculture: Steward Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago: University of Chicago Press (2006), S. 208.
- 6 Vgl. Eran Fischer: *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*, New York: Springer (2010), S. 35.
- 7 Vgl. Fred Turner: *From Counterculture to Cyberculture: Steward Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago: University of Chicago Press (2006), S. 208.
- 8 Vgl. ebd., S. 69–101.
- 9 Vgl. Paulina Borsook: *Schöne neue Cyberwelt: Mythen, Helden und Irrwege des Hightech*, München: Deutscher Taschenbuch Verlag (2001), S. 149.
- 10 Vgl. Divina Frau-Meigs: »A cultural project based on multiple temporary consensus: Identity and community in Wired«, in: *New Media & Society* 2/2 (2000), S. 227–244, hier S. 228.
- 11 Vgl. *Wired* Staff: »Hey, I just work here«, in: *Wired* (März 2000), ab S. 230, hier S. 231.
- 12 Vgl. David McCandless: »Legion of Doom«, in: *Wired* (März 1998), ab S. 156, hier S. 156.
- 13 Vgl. John A. McArthur: »Digital Subculture: A Geek Meaning of Style«, in: *Journal of Communication Inquiry* 33/1 (2009), S. 58–70, hier S. 61.
- 14 Vgl. Mike Sugarbaker: »What is a geek«, in: *Gazebo – The Journal of Geek Culture* (1998), <http://www.gibberish.com/gazebo/articles/geek3.html>.
- 15 Vgl. Lauren Alfrey, France W. Twine: »Gender-fluid Geek Girls: Negotiating Inequality Regimes in the Tech Industry«, in: *Gender & Society* 31/1 (2017), S. 28–50, hier S. 35.
- 16 Stewart Brand: »The Physicist«, in: *Wired* (September 1995), ab S. 66, hier S. 66.
- 17 Daniel Carter: »Vision Quest«, in: *Wired* (Mai 2001), ab S. 62, hier S. 63.
- 18 Vgl. Lauren Alfrey, France W. Twine: »Gender-fluid Geek Girls: Negotiating Inequality Regimes in the Tech Industry«, in: *Gender & Society* 31/1 (2017), S. 28–50, hier S. 35.
- 19 Tom McNichol: »Capturing Eardrums«, in: *Wired* (Mai 2000), ab S. 246, hier S. 248.
- 20 Gary Rivlin: »Leader of the Free World«, in: *Wired* (November 2003), ab S. 152, hier S. 206.
- 21 David Sheff: »Crank It Up«, in: *Wired* (August 2000), ab S. 186, hier S. 191.
- 22 Po Bronson: »Gen Equity«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 113, hier S. 113.
- 23 Gary Wolf: »The World According to Woz«, in: *Wired* (September 1998), ab S. 118, hier S. 118.
- 24 Vgl. David Boje, Robert Smith: »Re-storying and visualizing the changing entrepreneurial identities of Bill Gates and Richard Branson«, in: *Culture and Organization* 16/4 (2010), S. 307–331, hier S. 315.
- 25 Vgl. Brian Alleyne: *Geek and Hacker Stories: Code, Culture and Storytelling from the Technosphere*, London: Springer (2019), S. 22–24.
- 26 Vgl. Margaret O'Mara: *The Code: Silicon Valley and the remaking of America*, New York: Penguin Books (2019), S. 55.
- 27 Vgl. Po Bronson: »Gen Equity«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 113, hier S. 113.
- 28 Vgl. Jeffrey O'Brian: »Bill Gates, Entertainment God«, in: *Wired* (Juli 2003), ab S. 120, hier S. 120.
- 29 Vgl. Gary Wolf: »The World According to Woz«, in: *Wired* (September 1998), ab S. 118, hier S. 119.
- 30 Vgl. Gary Wolf: »Steve Jobs: The Next Insanely Great Thing«, in: *Wired* (Februar 1996), ab S. 50, hier S. 50.
- 31 *Wired* Staff: »Hey, I just work here«, in: *Wired* (März 2000), ab S. 230, hier S. 231.
- 32 Vgl. ebd., hier S. 237.
- 33 Vgl. Brian Alleyne: *Geek and Hacker Stories: Code, Culture and Storytelling from the Technosphere*, London: Springer (2019), S. 37.
- 34 Tom McNichol: »Capturing Eardrums«, in: *Wired* (Mai 2000), ab S. 246, hier S. 248.
- 35 Vgl. Thomas Rappold: *Silicon Valley Investing: Investieren in die Superstars von heute, morgen und übermorgen*, München: FinanzBuch Verlag (2015), S. 19.
- 36 Vgl. Marina Levina, Amy A. Hasinoff: »The Silicon Valley Ethos: Tech Industry Products, Discourses, and Practices«, in: *Television & New Media* 18/6 (2016), S. 489–495, hier S. 490.
- 37 Vgl. Brian Alleyne: *Geek and Hacker Stories: Code, Culture and Storytelling from the Technosphere*, London: Springer (2019), S. 75.
- 38 Vgl. Paulina Borsook: *Schöne neue Cyberwelt: Mythen, Helden und Irrwege des Hightech*, München: Deutscher Taschenbuch Verlag (2001), S. 8.
- 39 Vgl. Esther Dyson: *Release 2.1: A Design for Living in the Digital Age*, New York: Crown Business (1998), S. 13.
- 40 Vgl. Eran Fischer: *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*, New York: Springer (2010), S. 37.
- 41 Po Bronson: »Gen Equity«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 113, hier S. 116.

- 42 David Sheff: »Crank It Up«, in: *Wired* (August 2000), ab S. 186, hier S. 186.
- 43 Vgl. Fred Turner: *From Counterculture to Cyberculture. Steward Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago: University of Chicago Press (2006), S. 232.
- 44 Vgl. Paulina Borsook: *Schöne neue Cyberwelt. Mythen, Helden und Irrwege des Hightech*, München: Deutscher Taschenbuch Verlag (2001), S. 151; zur technolibertären Einstellung von Kevin Kelly vgl. auch Anne-Christine Schindler: »Cyborgs vs. Bienen: Subjekt und Körperlosigkeit in der New Economy«, in diesem Band.
- 45 Simson Garfinkel: »Welcome to Sealand: Now Bugger Off«, in: *Wired* (Juli 2000), ab S. 230, hier S. 230.
- 46 Ebd.
- 47 Ebd., hier S. 232.
- 48 Vgl. Richard Barbrook, Andy Cameron: »The Californian Ideology«, in: *The HRC Archive* (1995), <http://www.imaginaryfutures.net/2007/04/17/the-californian-ideology-2/>.
- 49 Vgl. Fred Turner: *From Counterculture to Cyberculture: Steward Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago: University of Chicago Press (2006), S. 69–101.
- 50 Wired Staff: »Hey, I just work here«, in: *Wired* (März 2000), ab S. 230.
- 51 Vgl. Marc Laidlaw: »The Egos at ID«, in: *Wired* (August 1996), ab S. 42, hier S. 45.
- 52 Vgl. Po Bronson: »Gen Equity«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 113, hier S. 116.
- 53 Vgl. Chip Bayers: »The Inner Bezos«, in: *Wired* (März 1999), ab S. 114, hier S. 114.
- 54 Vgl. Janice Maloney: »Perlmania«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 102, hier S. 102.
- 55 Vgl. Gary Rivlin: »Leader of the Free World«, in: *Wired* (November 2003), ab S. 152, hier S. 155.
- 56 Vgl. Joseph A. Schumpeter: *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper & Brothers (1942), S. 83; vgl. Ray Oakey: *High-Technology Entrepreneurship*, New York: Routledge (2012), S. 28.
- 57 Vgl. Marguerite Holloway: »Pattie«, in: *Wired* (Dezember 1997), ab S. 236, hier S. 237.
- 58 Vgl. Catherine Ashcraft, Elizabeth Eger, Brad McLain: »Women in Tech: The Facts«, in: *National Center for Women in Technology Report* (2016), https://www.ncwit.org/sites/default/files/resources/ncwit_women-in-it_2016-full-report_final-web06012016.pdf.
- 59 Vgl. Mar Hicks: *Programmed Inequality: How Britain Discredited Women Technologists and Lost Its Edge in Computing*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press (2017).
- 60 Vgl. Po Bronson: »Gen Equity«, in: *Wired* (Juli 1999), ab S. 113; vgl. Wired Staff: »The Wired 25«, in: *Wired* (November 1998), ab S. 100, hier S. 112.
- 61 Vgl. David Sheff: »He's Got Guanxi!«, in: *Wired* (Februar 1999), ab S. 122.
- 62 Vgl. Sara Harrison: »Five Years of Tech Diversity Reports – and Little Progress«, in: *Wired* (Oktober 2019), <https://www.wired.com/story/five-years-tech-diversity-reports-little-progress>.
- 63 Sarah McBride: »Insight: In Silicon Valley start-up world, pedigree counts« in: *Reuters* (12. September 2013), <https://www.reuters.com/article/us-usa-startup-connections-insight-idUSBRE98B15U20130912>.