

# Min start med Apple



I 1990'erne chokerede Apples iMac en hel branche: "Da jeg ser den første gang, tænker jeg hold kæft, hvor er den flot.

Kan en computer nu også se sådan ud" 90'erne:  
Jan Egebjerg stiftede i 1980'erne Danmarks måske første Apple-forretning, men det hele kulminerede først for ham i 1990'erne, da de kreative brancher for alvor fik øjnene op for Apple. En del af æren for det tilfalder en helt særlig maskine, som lynhurtigt blev et hit på de danske reklamebureauer.

Der er nogle produkter, der er så i øjenfaldende, at de straks påkalder sig din opmærksomhed.



Apples farvestrålende iMac, der blev lanceret i 1998 og udviklede sig til at blive et regulært 90'er-ikon, er et af den slags produkter.

Jan Egebjærg står bag Danmarks sandsynligvis første Apple-forretning, og han kan i dag stadigvæk huske første gang, han så Apples iMac.

”En af mine venner havde fået den, som en af de første herhjemme, og da jeg ser den første gang, tænker jeg hold kæft, hvor er den flot.

Kan en computer nu også se sådan ud, og da vi tænder for den, viser det sig, at den tilmed er lynhurtig,” fortæller Jan Egebjærg. Steve Jobs første produkt Den farvestrålende iMac er det første produkt, som Steve Jobs lancerer efter, at han i 1997 vender tilbage som topchef for det selskab, som han var med til at stifte mere end 20 år tidligere.

Og med det i øjenfaldende og farverige design er iMac'en med til at revitalisere selskabet efter mange års krise.

Det bliver tilmed et af de produkter, som er med til at definere slut-90'erne, og et af de første eksempler på, at en computer ikke kun er et værktøj. Den kan også være et livsstilsprodukt, et statussymbol og et modefænomen.

Kønnere bagfra end konkurrenternes forfra  
Dengang er de fleste computere firkantede, beigefarvet kabinetter med plads til en floppy diskette og et cd-drev, og oven over eller ved siden af kabinettet står en skærm og måske et par højttalere i samme kedelige beige-farve. iMac'ens farver og den organiske form er et markant opgør med den forståelse, som mange folk på det tidspunkt har af, hvordan en computer skal se ud, og da Steve Jobs præsenterer iMac'en tøver han ikke med at kalde konkurrenternes computere for ”uuuuugly”.

”Den er kønnere set bagfra end konkurrenternes er forfra,” siger Steve Jobs, da han på en scene fjerner klædet fra den nye iMac, og verdenspressen kan ved selvsyn konstatere, at den ikke ser ud som nogen anden computer på det tidspunkt.

I stedet for at være firkantet, så har iMac'en kurver. Bag på har den et fikst håndtag, så den let kan flyttes og elektronikken er pakket ind i et transparent blågrønt kabinet.

Apple kalder computens farve for Bondi Blue. Opkaldt efter den farve, som havet har ved Bondi Beach i Australien. I de følgende år kommer den i 13 forskellige farver.

Internettets tidsalder l'et i navnet står for internet og signalerede dermed, at den moderne computer var trådt ind i en helt ny æra, hvor internettet var omdrejningspunktet.

Samtidig tog Steve Jobs en provokerende beslutning om ikke at udstyre den nye computer med et floppy-drev.

”Der var kun et cd-drev i den, og efter iMac'en blev lanceret valgte mange andre producenter også at holde med at bruge floppy,” fortæller Jan Egebjærg. Et hit på reklamebureauer

Han husker også, hvor markant den adskilte fra de andre computere på markedet dengang.

”Pludselig har computerne fået farver, ” siger han og uddyber:

”I nogle virksomheder vælger de eksempelvis, at alle deres computere skal være enten blå eller

røde. Den er især populær på de store reklamebureauer, og det var jo skideflot at træde ind sådan et lokale, hvor der stod 18 eller 20 iMacs side om side,” husker Jan Egebjerg

Steve Jobs-møde ændrede alt Jan Egebjergs parløb med Apple starter dog mange år før iMac'en bliver lanceret.

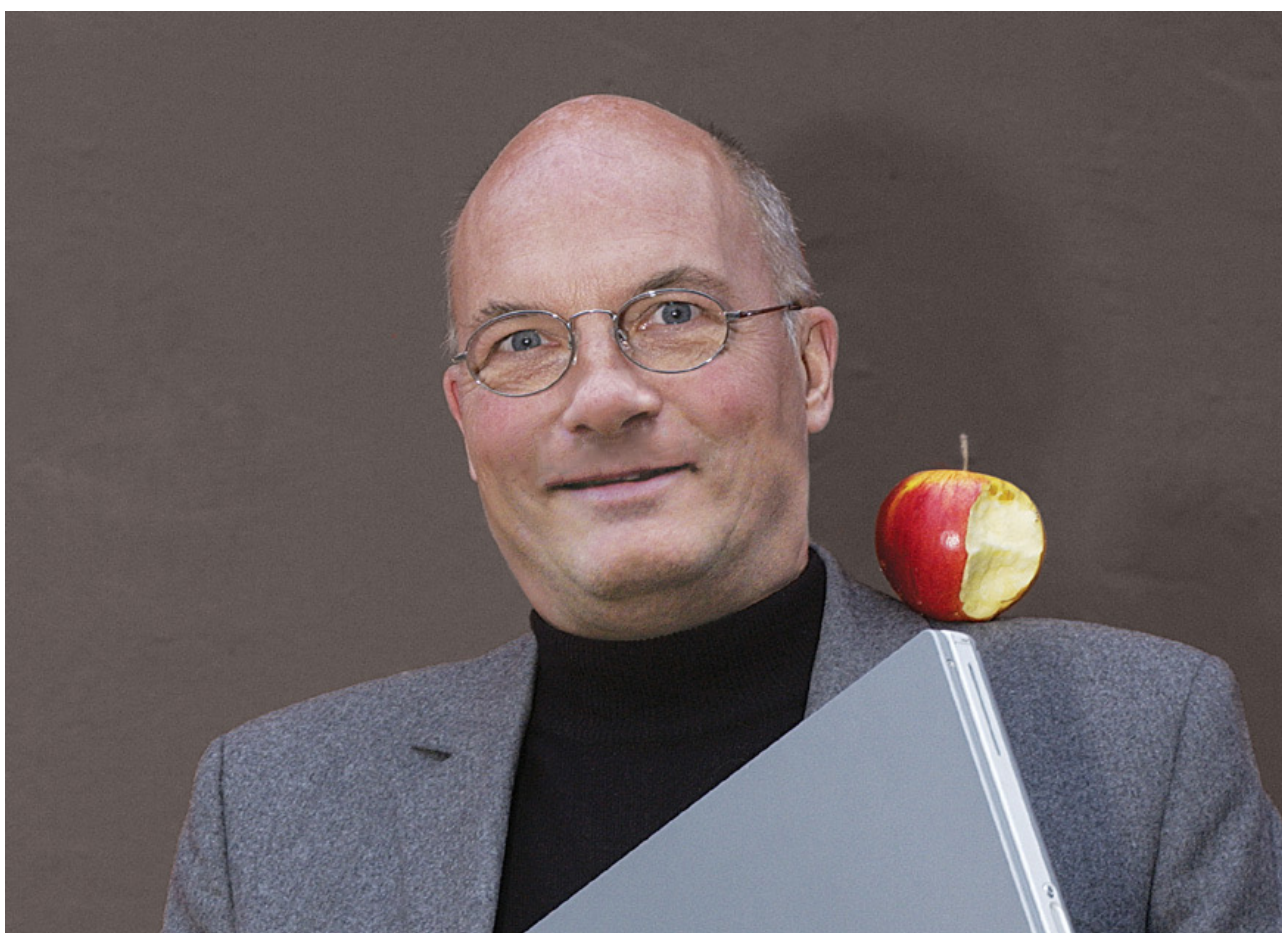
I dag er det næsten 40 år siden, at det hele tog sin begyndelse.

Her kommer en af Jan Egebjergs venner hjem fra en rejse til Californien, og fortæller at han på en computermesse havde mødt en mand, der hed Steve Jobs som sagde, at han var ejer af Apple.





”Du skal da være vores nye forhandler i Danmark,” lyder det ifølge vennen fra Steve Jobs. Måske er det sagt i sjov. Måske lidt i alvor. Uanset hvad hører Jan Egebjærg eller vennen dog aldrig nogensinde fra Steve Jobs igen, men alligevel er en ide født.



Indtil da har Jan Egebjærg været natklub-ejer, men nu vil han prøve noget nyt.

Sammen med sin ven Chris Stendahl åbner han i 1982 en Apple-forretning i Frederikssund. Det er sandsynligvis den første af sin slags i Danmark.

”Jeg kender i hvert fald ikke til andre danske forhandlere på det tidspunkt,” siger han.

Det er dog ikke let at være dansk Apple-forhandler i starten af 80'erne, forklarer han.

### De hårde 80'ere

Den første Macintosh, der bliver lanceret med prompt og pragt i 1984 er på ingen måde billig.

I USA lander prisen på 1995 dollar, men i Danmark kommer du let af med 30.000 kroner, mens prisen på Apples Lisa-computer, der blev lanceret året før, nærmer sig 100.000 kroner.

”Det var altså mange penge i 80'erne, og samtidig er der stadigvæk ikke mange ting, som almindelige mennesker kan bruge sådan en computer til på det tidspunkt” forklarer Jan Egebjærg.

Stille og roligt bliver regnekraften dog øget, og samtidig kommer der flere og flere professionelle værktøjer, som gør det muligt at bruge den nye computer til layout og redigering af film og billeder.

### Loyale kunder

I takt med at det sker, så begynder erhvervslivet også at få øjnene op for mulighederne, og for Jan Egebjærg kulminerer udviklingen i 90'erne.

Paradoksalt nok på et tidspunkt, hvor Windows vinder frem på bekostning af Mac og samtidig med, at Apple som virksomhed var på vej ud i en dyb krise.

”Men jeg mærker ikke rigtigt Apples krise ret meget, fordi de kunder der brugte Mac var ekstremt loyale. De kunne slet ikke forestille sig, at de skulle bruge en Windows-computer,” siger han. De fleste af de kunder, som han har på det tidspunkt er virksomheder i den kreative branche. Det er reklamebureauer, aviser og senere kommer filmproducenterne også med. ”I reklamebranchen brugte man nærmest kun Apple, og når man talte med folk her fik man nærmest indtryk af, at det var umuligt at lave en reklame, hvis det ikke foregik på en Mac,” siger han

## Blev Apples gennembrud

Takket være iMac'en får Apple igen medvind, og selskabet har held til både at fastholde kernekunderne men også hive nye designbevidste kunder ind i folden. Jan Egebjærg fortæller, at den nye computer spredte sig som en steppebrand blandt mange af hans kunder i reklamebranche.

”Når de på et bureau havde opdaget, at en af de andre bureauer havde fået dem, så skulle de også have dem,” forklarer han.

Men computeren banede også vejen for Apple som et prestigebrand hos almindelige forbrugere.





En tendens der fortsatte i årene efter, hvor Apple først lancerer iPoden og senere iPhone og iPaden.

I dag har Jan Egebjærg nået den alder, hvor mange lægger arbejdslivet bag sig. Men han beskæftiger sig stadigvæk med support af Apple-produkter.

”Jeg har stadigvæk mange kunder, som jeg har haft gennem mange år, og jeg synes, at det er sjovere end at gå og spille golf,” siger han.

Jacob Ø. Wittorff  
Computerworld