

Google's Innovationskultur

«Die Welt hat sich in den letzten zehn Jahren stärker verändert, als in den 90 Jahren davor», meinte Isabelle Hen-Wollmarker, Google-Mitarbeiterin, am Venture Apéro vom 1. Dezember 2010 an der ETH in Zürich. Und weil sich alles so schnell verändere, werde «nichtinnovieren» irgendwann lebensbedrohlich.

Sie erzählte, dass einem Teenager unserer Zeit in einem Versuch ein Walkman in die Hand gedrückt wurde, also eines dieser kassettenbasierten Musikgeräte, das in den 1980er-Jahren unter den Jugendlichen ein wichtiges Statussymbol und Sinnbild für eine individuelle, urbane Lebensform war. Der Teenager wurde für sein graues Gerät ausgelacht und brauchte vier Tage, bis er herausfand, dass er die Kassette umdrehen kann, um auch von der zweiten Seite Musik zu hören. – Wer immer noch solche Geräte anbieten würde, hätte ein Problem.

Das Unternehmen Google mit seinen inzwischen 20'000 Mitarbeitenden richtet sich an einer Vision aus: Wir organisieren die Information dieser Welt und machen sie verfügbar und nutzbar. Das Unternehmen Google betrachtet Innovation als sein Herzblut. Und Christian Mitscher, Product Manager Google Maps, fasste die Grundlagen der Innovationskultur von Google in zehn Punkten zusammen:

1. Zuerst kommt der Nutzer

Bei einer Idee für ein neues Produkt stellt sich zuerst die Frage, ob jemand das nutzen

würde. Das kriegt man nur heraus, wenn man die Leute fragt, die Kolleginnen, die Familie, die Freunde, einfach alle möglichen Leute.

2. Stelle Talente ein und gib ihnen Freiraum

Christian Mitscher hat keine hierarchisch untergeordneten Mitarbeitenden. Wenn er etwas umsetzen will, dann muss er es schaffen, die Leute für seine Idee zu gewinnen. Die Leute können völlig frei entscheiden, ob sie mit arbeiten wollen.

3. Biete die richtige Umgebung

Bekanntlich richtet Google den Arbeitsplatz als eine Art Wohlfühloase ein. Wer viel und hart arbeite, soll sich dabei zumindest wohlfühlen. Aber es geht nicht nur ums Wohlfühlen, überall im Unternehmen gibt es weisse Wände und Stifte, damit Ideen auch beim Kaffee, ja überall ausgetauscht und weiter entwickelt werden können.

4. Ideen kommen von überall

Man verliert Ideen und damit Chancen, wenn man zum Beispiel dem Mann von der Sicherheit nicht zuhört. Auch im Kaffee, ja überall kann man Leute ansprechen und fragen, wenn man weitere Ideen und Ansichten braucht.

5. Teile Information und mache die Zusammenarbeit einfach

Bereits eine Möglichkeit, wo alle ihre Kommentare anbringen können, kann wertvoll sein, sei das im Intranet, auf

dem Schwarzen Brett oder wo auch immer.

6. Gib die Zeit, Initiative zu ergreifen

20% ihrer Zeit sollten die Leute ihren eigenen Projekten nachgehen können, damit die nötigen Innovationen zustande kommen.

7. Iss Dein eigenes Hundefutter

Man muss mit den Dingen immer erst selbst arbeiten, sie selbst testen, bevor man sie auf die Kunden loslässt.

8. Arbeite mit Zahlen

Daten sind besser als Meinungen oder Erfahrungen. Wenn A die höheren Klickraten hat als B, ist A besser. Datenanalyse ist die Grundlage für Entscheide.

9. Innovation, nicht Perfektion

Reduziere, wo Du kannst. Alles einbauen dauert auch meistens zu lange. Was ist die Kernidee? Letztlich ist der Kernnutzen wichtig und der muss rasch ins Internet, bevor jemand anders die Neuheit bringt.

10. Fehlertoleranz

Wenn man ausprobiert, gibt es Fehler. Die gehören dazu.

Peter Rusterholz | 11.12.2010

Quelle:

- Isabelle Hen-Wollmarker und Christian Mitscher, «Innovationskultur – wie Google unseren Geschäftsalltag revolutioniert», Venture Apéro vom 1. Dezember 2010 an der ETH Zürich, organisiert vom Institut für Jungunternehmen (IFJ).