



Campus Verlag
2015, 320 Seiten
€ 27,-/sFr 37,10
ISBN: 978-3-593-50216-8

Eric Schmidt und Jonathan Rosenberg mit Alan Eagle
Wie Google tickt
How Google works?

Google wird von manchen als finstere Macht wahrgenommen. «Wie Google tickt» bietet die Gelegenheit, solche Vorurteile einem Faktencheck zu unterziehen. Es ist ein praxisnahes und offenes Buch über eines der spannendsten Unternehmen der letzten Jahre.

ABSTRACT

Zehn Jahre lang, von 2001 bis 2011, war Eric Schmidt Vorstandsvorsitzender von Google, heute sitzt er im Verwaltungsrat. Gemeinsam mit den beiden Google-Managern Jonathan Rosenberg und Alan Eagle hat er letzten Herbst in USA ein Insider-Buch über Google veröffentlicht, das mittlerweile auch bereits auf Deutsch erschienen ist. Die Autoren gewähren einen von der ersten bis zur letzten Seite spannenden Einblick in eines der erfolgreichsten Unternehmen der Welt. 1998 von zwei Absolventen der Universität Stanford gegründet, beschäftigt Google heute rund 50.000 Mitarbeiter und hat im vergangenen Jahr 66 Milliarden Dollar Umsatz und fast 14 Milliarden Dollar Gewinn nach Steuern erzielt.

Google tickt anders

Der Titel «Wie Google tickt» trifft den Kern des Buches perfekt, vor allem, weil Google anders «tickt» als die meisten Unternehmen. Das erfuhr Eric Schmidt an seinem ersten Arbeitstag als CEO hautnah: Anstatt ein repräsentatives Vorstandsbüro zu beziehen, musste er sich erst einmal auf die Suche nach einem freien Schreibtisch begeben und als er ein Büro gefunden hatte, bekam er gleich Besuch von einem Programmierer, der ebenfalls auf Platzsuche war – und gleich mehrere Monate blieb. Schmidt hatte an seinem ersten Arbeitstag bereits zwei wichtige Dinge über Google gelernt: Platzmangel ist Teil der Un-

ternehmenskultur und Ingenieure sind wichtiger als Manager.

Cooler Produkte und die besten Köpfe

Für Marktforschung hat man bei Google nichts als Spott übrig und bei neuen Produkten ist der Coolness-Faktor wichtiger als die Frage, ob man damit Geld verdienen kann. Als übergeordnete Maxime gilt einzig das Mantra: Don't be evil!

Wie kann eine so chaotische Firma derart erfolgreich sein? Die Autoren haben darauf mehrere Antworten. Eine davon lautet: Produktqualität. In Zeiten nahezu unbeschränkter Kommunikationsmittel und umfassender Transparenz des Marktes können sich Unternehmen keine mittelmäßigen Produkte mehr leisten. Was nicht gut ist, wird weder gekauft noch genutzt. Das beste Produkt setzt sich durch, die anderen verschwinden.

Ein weiterer Grund für Googles Erfolg ist der Fokus auf die Mitarbeiterrekrutierung. Sind Bewerbungsgespräche anderswo eine lästige Übung, die man gerne ans Personalbüro abtritt, so sind sie bei Google eine Art Volkssport. Bei Google gilt: Nur die besten Leute entwickeln die besten Produkte. Gebt ihnen maximale Ressourcen und möglichst wenig Beschränkungen. Außerdem: Spaß bei der Arbeit zulassen, Scheitern als Chance begreifen und Geld nicht in den Mittelpunkt stellen. Und für Teams gilt die Zwei-Pizzen-Regel: Wenn das Team von zwei Pizzen nicht satt wird, ist es zu groß.

AUTOREN



Eric Schmidt war von 2001 bis 2011 CEO von Google und sitzt heute im Verwaltungsrat. Jonathan Rosenberg war seit 2002 bei Google für Design und Entwicklung zuständig und ist heute Berater von Google-Chef Larry Page.

BEWERTUNG

Informationswert	Neuigkeitswert	Praxisorientierung	Gliederung	Verständlichkeit	LeseFREUDE
★★★★★	★★★★□	★★★★★	★★★★□	★★★★★	★★★★□