

Google – Einblick in die Welt des Suchens

Ein Interview mit Jürgen Allgayer, Google Europa



Das inzwischen weltweit agierende Unternehmen Google blickt auf die denkbar kurze Historie von gut einem Jahrzehnt zurück. Am 7.9.1998 wurde die „Google Inc.“ von Larry Page und Sergey Brin gegründet. Schon damals arbeiteten beide mit der Vision: „Niemals mit dem Besten zufrieden sein“, daran hat sich bis heute nichts geändert. Das Ziel von Google ist es, „alle auf der Welt vorhandenen Informationen zu organisieren und allgemein zugänglich und nutzbar zu machen.“

Was in fast unglaublich kleinem Rahmen begann, ist inzwischen ein Unternehmen geworden, das 20.000 Mitarbeiter, in Büros auf allen Kontinenten verteilt, beschäftigt. Alle diese Mitarbeiter arbeiten daran die einst studentische Vision umzusetzen. Doch die perfekte Suchmaschine allein genügt nicht, seit Gründung des Unternehmens fokussiert man den Blick immer auch auf den „User“, dem man alle angebotenen Dienste so benutzerfreundlich wie möglich anbieten möchte.

Ob hinter diesen Zielen mehr steckt als schöne Worte, ob Google seinen Grundsätzen nach Mitarbeiterführung, sozialen Engagement und Umweltschutz gerecht wird, darüber haben wir uns mit Herrn Jürgen Allgayer, Entwicklungsleiter für Google Europa, unterhalten.

Wie es zu diesem hoch interessanten Gespräch kam? Nun, nennen wir einfach die Stichworte Abi-Jahrgangstreffen in Kaiserslautern und das Auffrischen alter Lerngemeinschaften...



Claudia Nickel, mb-news Redaktion

mb-news: Herr Allgayer, Sie sind seit August 2008 bei dem Unternehmen Google beschäftigt. Wie sieht denn ein „ganz normaler“ Arbeitstag eines „Director of Engineering Productivity in EMEA“ der weltweit agierenden Firma Google aus?

J. Allgayer: Dass ein Tag abläuft wie der andere kenne ich gar nicht. Jeder Tag ist anders, gerade das macht meinen Beruf sehr spannend, auch herausfordernd! Ich erzähle gern, welche Bereiche zu meinen Aufgaben gehören. Manches wiederholt sich, klar, es gibt wiederkehrende Verwaltungsaufgaben, die ich in meinem Büro in Zürich erledige. Da ich aber für ganz Europa zuständig bin, gehört unterwegs sein, um vor Ort mit meinen Leuten zu sprechen ganz selbstverständlich zu meinem Berufsalltag dazu. Ich lege großen Wert auf intensiven Kontakt zu meinen Mitarbeitern. Die Büros, die ich betreue liegen in London, St. Petersburg, Krakau, Zürich, Stockholm und Tel Aviv. Gerade dort, wo nur ein kleines Team für Google arbeitet, ist der persönliche Kontakt wichtig, um das Gefühl der Zugehörigkeit und des Wahrgenommen-seins zu stärken. Regelmäßigen Besuchen räume ich große Priorität ein. Man könnte hier auch das Stichwort „Coaching“ nennen, wir reden über persönliche Entwicklungen, über Leistung – auch über den Umgang mit Erwartungen und Frustrationen, über Konflikte. Das gehört dazu und wird vom Team erwartet.

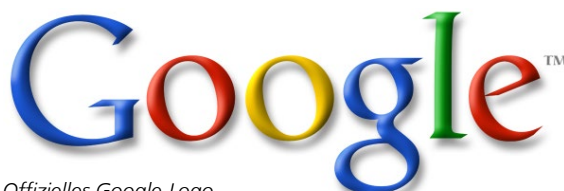
Wir als Team Europa sind Teil einer weltweiten Firma, d.h., ich bin natürlich immer auch in direktem Kontakt zu den Entwicklungsleitern aus dem asiatischen Raum, aus den USA und aus Kanada, gehöre also zur Führungsgruppe Europa und trage Sorge dafür, dass wir die erwartete Leistung bringen und uns weltweit in unseren Teams produktiv ergänzen.

Ein weiteres Aufgabengebiet ist die Leitung eines Expertenteams für unsere Büros im europäischen Raum. D. h. wir haben ein Kompetenz-Team aus etwa 70 Mitarbeitern zusammengestellt, um unsere Teams vor Ort für oft befristete Zeiträume projektbezogen, z. B. in Testphasen, zu unterstützen. Dieses Prinzip verkürzt Projektzeiten und steigert die Produktivität.



Jürgen Allgayer, Google Europa

Zu den eben genannten Themen kommen noch andere Dinge hinzu, wie Fachvorträge halten, Behördenkontakte, Repräsentationsaufgaben und Verwaltung, außerdem soweit möglich die Mithilfe bei der Leitung unseres Züricher Büros. Ein größerer Bereich, auch zeitlich gesehen sind alle Vorgänge, die mit Bewerbungen und Einstellungen zu tun haben. Wir legen großen Wert darauf, motivierte und qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und ich nehme mir entsprechend viel Zeit für die Gespräche mit Bewerbern. Gerade diese Vielfalt von Tätigkeiten ist es, die mir sehr viel Freude macht und Langeweile zu einem Fremdwort werden lässt.



Offizielles Google-Logo.

An besonderen Tagen oder Events veröffentlicht Google abgewandelte Logos, so genannte „Doodles“. Ein paar subjektiv ausgewählte Beispiele finden Sie auf den folgenden Seiten.

mb-news: Wie viele Mitarbeiter hat die Firma Google weltweit und wie viele sind davon in Europa beschäftigt?

J. Allgayer: Weltweit sind wir inzwischen ein Unternehmen mit etwa 20.000 Mitarbeitern. Davon sind außerhalb der USA rund ein Drittel beschäftigt.



04. Juli 2009
Jahrestag „Das Wunder von Bern“
(erschieden in Deutschland)

mb-news: Wie wird eigentlich Software entwickelt bei Google? Woher kommen die Ideen und Innovationen?

J. Allgayer: Bei uns herrscht die sogenannte „bottom up“ Kultur vor. Wir arbeiten in kleinen Teams, ca. 10-12 Entwickler. Dieses Team hat eine konkrete Aufgabe und auch eine Zeitvorgabe, bis wann diese Aufgabe abgeschlossen sein soll. Jeder Mitarbeiter hat jedoch 20% seiner Arbeitszeit frei, um projektunabhängig eigene Ideen zu entwickeln, zu testen, ihnen – den Ideen – Raum zu geben. Hat ein Entwickler also eine neue Idee, sucht er sich im optimalen Fall einige Kollegen und begeistert sie für seinen Plan. Diese Truppe tüftelt in ihrem 20% Rahmen weiter und stellt dann einen Prototyp einem Gremium vor. Kommt die Idee dort gut an, wird aus der 20% Gruppe ein „fulltime head count“. Die Gruppe wird offiziell beauftragt, diese Idee weiter zu verfolgen. Ein Paradebeispiel für eine solche Idee ist Google Maps. Die Idee zu Google Maps ist genau so entstanden – was daraus geworden ist, wissen wir wohl alle.



Dipl.-Ing. Uli Höhn, Geschäftsführer mb AEC Software GmbH
Dieses Prinzip, diese Freiheit fördert Kreativität und Engagement der Mitarbeiter und bringt das Unternehmen wirklich weiter. Natürlich entstehen nicht alle Ideen aus diesen „free-time“ Gedanken. Es gibt gesteuerte Projekte, die von den Entwicklungsleitern in Auftrag gegeben werden. Interessant zu wissen ist sicher auch, dass in dem beauftragten kleinen Team wirklich autark alle Details entwickelt und bearbeitet werden: Entwicklung, Qualitätssicherung, Design, Wartung, Pflege – einfach alles, was zu diesem Projekt gehört. Diese Form von Teamwork fordert unsere Mitarbeiter heraus, macht ihnen aber auch sichtbar Spaß und gibt der Gruppe Selbstbewusstsein.

All unseren Entwicklungsgruppen wird Mut gemacht zum Denken in großen Schritten, „think big“ ist ein stehender Begriff. Wir möchten wesentliche Problemstellungen unserer Zeit lösen. Das ist sicher ein Aspekt in der Firmenphilosophie, der auch zur Motivation der „Googler“ beiträgt.

mb-news: Google verbinden wir in der Regel zuerst mit der Suchmaschine. Wer hat nicht schon nach Begriffen oder Produkten gesucht? Nicht nur Google search, auch fast alle anderen Angebote sind kostenlos. Wie verdient Google denn eigentlich Geld?



J. Allgayer: Die Kernkompetenz von Google liegt ganz klar im Bereich der Suchmaschine. Verknüpft mit der bekannten Google Search Page, die die Suchresultate präsentiert, ist das Business Modell der Anzeigen. Auf jeder Resultatsseite werden am rechten Seitenrand zum Suchbegriff passende Anzeigen platziert. Gute Anzeigen resultieren oft in clicks zu den Werbern, von denen Google profitiert. Je häufiger Anzeigen angeklickt werden, umso mehr nutzt es Google – und natürlich auch den Werbern. Wir stellen sicher, dass dieses Modell sehr fair ist, für den Werber, aber auch für den Internetnutzer: die Anzeigen sind deutlich als solche gekennzeichnet, man kann also jederzeit unsere Suchmaschine nutzen, ohne auf eine Anzeige zu klicken. Wenn man nach bestimmten Produkten sucht, sind die angebotenen Anzeigen zweckmäßig und hilfreich, da sie sich immer nach der Relevanz der Suchresultate in Bezug auf die Suchanfrage richten.



29. Oktober 2009 – Asterix Comic's 50. Geburtstag
©2009 Goscinny - Uderzo (erschieden in ausgewählten Ländern)



03. Oktober 2009 –
Doodle 4 Google Winner Germany
(erschieden in Deutschland)



mb-news: Sie erzählen uns begeistert von der Kreativität der „Geeks“, der Entwickler bei Google: kleine Teams, Unterstützung durch Experten, verteilt auf der ganzen Welt. Wenn man auf der Homepage des Unternehmens stöbert, gewinnt man einen fast familiären Eindruck. Wer behält bei so vielen Mitarbeitern, so vielen Projekten in so vielen Büros eigentlich den Überblick über das gesamte Unternehmen. Oder anders gefragt: Wer hat den roten Faden in der Hand?

J. Allgayer: Das ist eine der wirklichen Herausforderungen in einem Unternehmen dieser Größe und dem erwähnten Innovationsmodell. Google hat ja keine eigenständigen einzelnen Firmen weltweit, sondern alle Standorte gehören zusammen. Das Schlüsselwort ist hier Kommunikation. Google investiert hoch in die Reisetätigkeit von Mitarbeitern, damit Gespräche, Zusammenarbeit und Strategieabsprachen stattfinden können. Außerdem wird Wert auf optimale technische Ausstattung gelegt, z. B. haben alle Tagungsräume die Möglichkeit, Videokonferenzen durchzuführen.

27. September 2009
Bundestagswahl Deutschland
(erschieden in Deutschland)



Für jeden Bereich gibt es ein Team von Führungskräften, die über alle Vorgänge im Bild sind und so den Überblick behalten. Trotz aller technischen Möglichkeiten ist dies sicher ein Punkt, an dem man immer neu überlegen muss, ob die Koordination und die Kommunikation ausreichend sind.

mb-news: Warum ist es überhaupt notwendig, auf allen Kontinenten eigene Büros zu unterhalten? Kann eine Suchmaschine nicht von den USA aus funktionieren?

J. Allgayer: Nur auf den ersten Blick könnte man meinen, dass weltweite Standorte nicht zwingend notwendig sind. Dann wird schnell klar, wie wichtig gerade die Präsenz vor Ort ist. Zum einen beschäftigen wir, wenn möglich, Mitarbeiter aus dem entsprechenden Land als Muttersprachler und Insider. Was Kontext und Kultur angeht, sind einheimische Mitarbeiter ungemein wichtig. Ein Beispiel: In den USA erwartet der Nutzer einer Google-Suche bei nahezu allen Suchanfragen unter den ersten Ergebnissen Sportnachrichten und -ergebnisse, in Deutschland wird mehr Wert auf tagesaktuelle Bezüge gelegt. Diese Rankings sind sehr lokalspezifisch, in Russland hat der User völlig andere Erwartungen als in Indien oder Australien. Natürlich ist es für den kompletten Bereich Verkauf und Marketing von nicht minder großer Bedeutung vor Ort zu sein, denn die Gegebenheiten sind selbst in Ländern eines Kontinents doch sehr verschieden. Hier gilt das Motto: Je näher am Kunden, desto besser!



09. November 2009
20 Jahre Mauerfall

Ein ganz anderer Gesichtspunkt spielt auch noch eine Rolle. Bei der Wahl unserer Standorte weltweit achten wir nicht nur auf attraktive Locations für unsere Mitarbeiter, sondern in besonderem Maß auch auf Standorte im unmittelbaren Einzugsbereich von guten Universitäten. Das sind wirkliche Business Standorte. Dieses Prinzip kennen wir aus den USA, dort ist es ganz selbstverständlich, schon zu Studenten Kontakte aufzubauen, um an sehr, sehr gute Mitarbeiter heranzukommen.

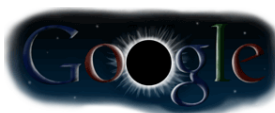


Dipl.-Ing. Johann G. Löwenstein, Geschäftsführer mb AEC Software GmbH



mb-news: Die Firmengeschichte von Google entspricht dem sprichwörtlichen amerikanischen Traum „aus studentischer Idee wird global erfolgreiches Unternehmen“. Warum sind solche Erfolgsgeschichten in Deutschland so selten?

J. Allgayer: Nun, man kann die Situation an den Unis in beiden Ländern sicher nicht direkt vergleichen. Klar ist auch, dass es in den USA nicht nur Erfolgsgeschichten gibt, sondern auch gescheiterte Versuche. Trotzdem bleibt unbestritten, dass das Verhältnis oder auch die Offenheit zwischen Universitäten, Wirtschaft und „Anfängern“ also Studenten, die eine verrückte, auf den ersten Blick unkonventionelle oder einfach geniale Idee haben, ein ganz anderes ist, als in Deutschland. Bestimmt liegt es an einer Verbundenheit, fast gefühlter Verpflichtung der Ehemaligen, die nachkommende Generation der eigenen Uni zu unterstützen. Bestimmt liegt es auch an anderen Gegebenheiten, was Gesetze, Vorschriften, Steuern usw. angeht, die eine Firmengründung in den USA leichter möglich machen, als das hier der Fall ist. Bestimmt liegt es nicht zuletzt an dem Prinzip, ganz gezielt Standorte bestimmter Branchen in Universitäts-Nähe zu etablieren, das jedermann bekannte Silicon-Valley ist nur ein Beweis dafür, dass diese Theorie aufgeht. Hochspezialisiertes Wissen kombiniert mit finanziellen Möglichkeiten hat natürlich eine hohe Anziehungskraft für innovative Wissenschaftler, für Menschen mit großem genialen Potential. Genau dieses Prinzip scheint mir in Europa, auch in anderen Kontinenten mehr und mehr Schule zu machen – auch Google wählt ja ganz bewusst die eigenen Standorte nach diesem Prinzip aus – das Stichwort Business Standort ist schon gefallen. Auch der Stellenwert vom sogenannten „Networking“ ist zurzeit in den USA noch deutlich höher als hier in Deutschland. Ich denke, dass sich das in den nächsten Jahren verändern, verbessern wird.



22. Juli 2009 Sonnenfinsternis
(erschieden in ausgewählten Ländern)

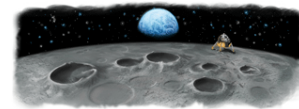


27. Juni 2009 Siebenschläfertag (erschieden in Deutschland)

mb-news: Zurück zum Unternehmen Google - wie sieht die Zukunft von Google aus? In welchen Bereichen wird Google sich in den nächsten Jahren verstärkt betätigen?

J. Allgayer: An dem erfolgreichen Geschäftsmodell wird sich nichts Grundlegendes ändern. Mit diesem Prinzip der freien Anwendung für den User, der angebotenen Werbung als Einnahmequelle, fährt das Unternehmen gut.

Selbstverständlich suchen wir nach neuen Möglichkeiten, ein Thema der Zukunft ist hier der gesamte Mobil-Bereich. Das auf mobile Endgeräte fokussierte Betriebssystem Android bietet Google schon seit gut einem Jahr an, als „open source“ Produkt. Der Anteil der Internet Benutzer aus dem Mobilfunk steigt ständig, das Potential ist noch längst nicht ausgeschöpft.



20. Juli 2009 40. Jahrestag der Mondlandung
(erschieden in ausgewählten Ländern)

Rein logistisch und wirtschaftlich gesehen, werden wir nicht alle bewohnten Gebiete der Erde verkabeln können, diese Infrastruktur wird es wohl so nie geben. Folglich konzentrieren wir uns darauf, dass man das Internet so schnell und komfortabel wie möglich von einem Mobiltelefon aus nutzen kann: Hier muss Google Search, Gmail, Google Maps laufen können und noch mehr. In diesem Bereich sind wir aktiv, seit Jahren schon, aber das wird uns auch in Zukunft herausfordern.





Claudia Nickel (mb-news Redaktion), Jürgen Allgayer (Google) und Uli Höhn (mb AEC Software GmbH) vor dem Firmeneingang in der Europaallee 14, Kaiserslautern

mb-news: Zum Abschluss noch eine letzte Frage an Sie persönlich: Ihr Arbeitspensum ist groß, die Vielfalt der Aufgaben herausfordernd. Wie schaffen Sie es, zwischendurch abzuschalten, bei welchen Hobbys finden Sie Entspannung?



21. Juni 2009 Vatertag (erschieden in ausgewählten Ländern)

J. Allgayer: Meine Familie bezeichne ich sicher nicht als Hobby, aber zum Entspannen und Abschalten brauche ich sie dringend. Zeit verbringen mit Ehefrau, Töchtern und Enkel ist mir sehr wichtig. Eine meiner aktuellen privaten Anschaffungen war ein Rennrad, Rennrad fahren am Zürichsee entdeckte ich gerade neu als sportliche Betätigung. Musik machen auf meiner Gitarre, Musik hören, auch dabei kann ich wunderbar meine Gedanken sortieren oder einfach nur das Schöne genießen. Zugegeben, auch in meiner Freizeit verbringe ich Zeit am Computer, gestalte Websites, bin viel online – das ist schon eine Art Leidenschaft, die mir im Blut liegt.

mb-news: Wir bedanken uns für ein hochinteressantes und informatives Gespräch und wünschen Ihnen Entspannung bei Ihren Hobbys und Erfolg in Ihrem Job. Herzlichen Dank!

Claudia Nickel

Jürgen Allgayer

Director of Engineering Productivity, Google
Verheiratet, 2 Töchter

Hobby: Radfahren am Zürich-See



Berufliches

- 1989 Wissenschaftlicher Mitarbeiter der DFG - Deutsche Forschungsgemeinschaft (Xtra, Pragma)
- 1992 Eintritt bei IBM Deutschland als Gast-Wissenschaftler, Expertensystem für Umweltverträglichkeitsprüfung
- 1994 DB2 Text Extender, technische Leitung
- 1996 Internationaler Einsatz bei IBM Global Services (ISSC) Integration of DB2 Text Extender into Web-based applications Web commerce related customer engagements
- 1997 Versetzung zum Silicon Valley Labor (IBM US)
- 1998 Manager, Content Manager - Library Server
- 1999 Manager, DB2 Extenders (Audio, Video, Image, Text, XML)
- 2000 Manager, Data Management Standards (covering SQL and XML)
- 2001 - 2002 Release Manager Content Manager v8
- 2002 - 2005 Senior Manager, Enterprise Content Management – Operations, QA & Delivery
- 2006 - 2007 IBM Information Management's Merger & Acquisitions, Development Lead
- 2007 - 2008 Director of Development for Data Quality Analytics in IBM's Information Management (IM) division (Includes the IBM products Entity Analytics Systems, Global Name Recognition, and Quality Stage)
Senior Location Executive of IBM for the State of Nevada (covering Las Vegas, and Reno)
Advisory Board member of the Department of Computer Science, University of Nevada at Las Vegas

Besonderes

- 2003 - 2006 Pace-Setter in IBM's Quality Software Engineering cross-functional initiative
- 2004 Program Committee member for the CIKM 04 - 13th Conference on Information and Knowledge Management
- 1996 Dozent an der Universität Saarbrücken, Fortgeschrittenenkurs in Software-Technik
- 1995 Dozent an der Fachhochschule Brandenburg, Wissensrepräsentation – eine Einführung
- Seit 1994 Mitglied des AI Fakultätsrat der „Gesellschaft für Informatik“
- 1994 Sitz im Organisations Komitee der KIFS-94, the German AI Summer School
Dozent an der Fachhochschule Brandenburg, Einführung in wissensbasierte Systeme

Ausbildung

- 1983 - 1987 Diplom-Informatiker (MS Comp Sc), Diplomarbeit „Computer-Mensch Interaktion“
- 1987 - 1992 Weiterführendes Studium an der Universität Saarbrücken, Sprachenzentrum (SZSB)