

Der User ist König

Bei der Informationsbeschaffung spielt Google eine zentrale Rolle. Thomas Hofmann, Director of Engineering Google Schweiz, über das Potenzial, die Verantwortung und die Innovationskultur von Google.



WW: Herr Hofmann, Sie haben Computerwissenschaften und Philosophie in Bonn und Paris studiert, nicht gerade eine übliche Kombination ...

Thomas Hofmann: Mich interessiert es, die Grenzen der Aufgabenbewältigung eines Computers auszuloten. Denken Sie an künstliche Intelligenz, aber mit einem Hang zu Statistik und maschinellem Lernen. Philosophie bietet eine andere Denkschule und Umgang mit tiefeschürfenden Problemen. Ich habe es immer sehr geschätzt, dass ich nicht nur eine technische und mathematische Ausbildung genossen habe, sondern eine breitere Ausbildung,

die auch Philosophie und Geisteswissenschaften im Allgemeinen umfasste.

Sie hatten nach Ihrem Studium Job-Angebote von Yahoo! und Google, doch Sie zogen es vor, die Startup-Firma Recomind mitzugründen. Eine lohnende Erfahrung?

Eine eigene Technologiefirma zu gründen und Produkte von Grund auf zu entwerfen, die auf den eigenen Ideen und Erfindungen basieren, hat zu den erfüllendsten Erlebnissen meines Lebens gehört. Die Aufregung, der Thrill, ist wunderbar, die Komplexität der Herausforderungen an allen Fronten hervorragend. Ich habe selten so viel in so kurzer Zeit gelernt. Was mich aber am meisten faszinierte, war die Möglichkeit, die Identität und Kultur einer Firma zu formen, etwas, das in den ersten Jahren geschieht.

Sie haben anschliessend an der TU Darmstadt und am Fraunhofer-Institut gearbeitet und sind seit Juli 2006 Director of Engineering bei Google Schweiz. Wann wurde Ihnen das Potenzial Googles bewusst?

Ich merkte schon früh im Jahr 2000, dass Google ziemlich etwas Besonderes war, als ich Larry Page an der Internet Archive in San Francisco kennenlernte. Natürlich benutzte ich die Google-Suchhilfe schon wie viele andere Computerwissenschaftler. Aber da kein gutes Business-Modell vorhanden war, war ich skeptisch, dass Google den Grad an Innovationen aufrechterhalten und seine Mission erfüllen könne. Bald realisierte ich, dass ich falsch lag. Seit damals weiss ich, was es für einen grossen Unterschied macht, die besten Leute anzuheuern und eine Innovationskultur aufzubauen, wie Google sie hat.

Google spielt eine grosse Rolle bei der Entwicklung des Internets und damit für die Zukunft schlechthin. Eine grosse Verantwortung ...

Da stimme ich Ihnen zu. Viele Produkte und Dienstleistungen sind in unserem Leben unverzichtbar geworden, aber Googles Dienstleistungen und Produkte schaffen die Basis, aufgrund derer wir unsere Meinung bilden und unser Wissen beschaffen – Information. In Zukunft werden wir nicht nur das Internet noch viel stärker nutzen, sondern einen wichtigen Teil unseres Lebens da draussen zubringen. Darum ist «Putting the user first» (Der User ist König) das Grundprinzip, von dem wir immer ausgehen.

Wie stellt Google Innovation sicher?

Innovation erfolgt auf verschiedenen Wegen. Unser Ausgangspunkt ist die Erkenntnis, dass jeder Angestellte ein Innovator sein kann und möglicherweise eine grossartige Idee hat, aus der ein neues Produkt hervorgehen kann oder die Verbesserung eines bestehenden. In einem gewissen Sinne ist alles, was wir machen und wie wir uns organisieren, auf Innovation ausgelegt: Es ist unser Lebensquell.

Wie muss man sich das konkret vorstellen?

Die Eigenverantwortung kleiner, agiler Teams ist sicher ein Aspekt. Von oben bringen wir die Ausrichtung und Strategie zu den Teams. Das meiste der echten Innovationen erfolgt in kleinen Gruppen.

Google erwartet von allen Ingenieuren, dass sie 20 Prozent ihrer Zeit mit einem Projekt ihrer eigenen Wahl zubringen. Was schaut dabei heraus?

Es gibt viele Beispiele von wichtigen Produkten, die als 20-Prozent-Projekt angefangen haben: Google News, Google Transit oder Google Suggest, das wir erst vor wenigen Wochen gestartet haben.

Gehen «nur» Innovationen aus diesen 20 Prozent hervor?

Nein, in der 20-Prozent-Zeit wird weit mehr erreicht. Unzählige wertvolle Verbesserungen von bereits existierenden Produkten gehen darauf zurück. Ein Faktor, der gerne übersehen wird, ist, dass «zufällige» Verbindungen im Sozialnetzwerk der Ingenieure zustande kommen. So werden Schubladendenken und Stillstand umgangen. In vielerlei Hinsicht trägt die 20-Prozent-Zeit massgebend zu unserer einmaligen Firmenkultur bei.

Warum ist es so schwierig, Veränderungen im Bereich der Technologie vorherzusagen? Gesetzmässigkeiten wie Moores Law scheinen doch ziemlich zuverlässig.

An Hand von Moores Extrapolationen mag man das Skalierungsverhalten von Schlüsseltechnologien wie die Bandbreite von Netzwerken oder Speicherkapazitäten herleiten, ohne dabei zu wissen, welche Innovationen welche Auswirkungen mit sich bringen. Bereits

der nächste Schritt ist schwer: Wie wird sich das Verhalten der User verändern? Wie werden sie die verbesserte Technologie nutzen? Gewisse Veränderungen werden nur stufenweise und quantitativ sein, zum Beispiel: Ich kann mehr von meinen digitalen Fotos und in einer höheren Auflösung speichern, wenn Speicherplatz billiger wird. Aber ab einem gewissen Punkt gibt es möglicherweise eine qualitative Veränderung, eine Übergangsphase, die zu etwas Neuem führt: Ich lade alle meine Fotos hoch und mache sie dem Rest der Welt zugänglich, so wird eine völlig andere Form von gesellschaftlicher Dynamik geschaffen. Gemeinschaften entstehen, und das Verhalten wirkt sich auf die Bedeutung des Bilderschliessens und wofür sie gemacht werden.

Das Internet verändert sich laufend. Google hat kürzlich Lively, eine Alternative zu Second Life, präsentiert. Welche Rolle spielen soziale Netzwerke in Zukunft?

Viele neue Produkte werden «sozial» sein und viele bereits existierende werden sozialer werden. Lively ist ein spezifisches Produkt, das in diese Richtung geht. Aber wichtiger aus meiner Sicht ist OpenSocial von Google, eine gemeine API (application programming interface = Anwendungsprogrammierungsschnittstelle) für soziale Anwendungen auf verschiedenen Websites. Diese ermöglicht Entwicklern, Anwendungen zu schaffen, die Zugang zu den Freunden eines sozialen Netzwerks und so ein Aufdatieren der Datenströme erlauben. Statt alles inhouse und selber zu entwickeln, setzen wir auf die Open-Source-Gemeinschaft von Entwicklern.

Wie sieht die Suchmaschine der Zukunft aus?

Die Suche bleibt das Schlüsselmodell der Informationsorganisation. Eine unserer wichtigsten und laufenden Innovationen in den letzten Jahren war es, mehr Informationen durch die gleiche, einfache Suchbox unserer Web-Search-Engine zugänglich zu machen. Wir grasen nicht nur Websites ab, sondern finden Videos, Bilder, Bücher, Nachrichten, Landkarten, was auch immer. Das nennt man «Universalsearch» (Universalsuche), und diese ist nur möglich, weil wir eine um vieles verbesserte Infrastruktur geschaffen haben, die in der Lage ist, jede erdenkliche Route einer Web-Search-Anfrage zu den verschiedenen Computern nachzuverfolgen.

Google wird oft angegriffen, kürzlich von der neuen Suchmaschine Cuil. Wie verteidigt man seine Position als Marktführer?

Es ist grossartig zu sehen, wenn andere Suchmaschinen neue Wege gehen. Das ist das Richtige für den User und regt uns an, unseren Weg zu überdenken. Wir dürfen weder selbstzufrieden noch reaktiv sein, sondern müssen aktiv neue Wege gehen und uns laufend aufs Neue herausfordern, was wir auch tun.

Interview: Marc Bodmer

European Futurists Conference Lucerne

Thomas Hofmann, Director of Engineering Google Switzerland, wird im Rahmen der 4. European Futurists Conference Lucerne, 26. bis 28. Oktober im Kultur- und Kongresszentrum Luzern, über «Innovation at Google» sprechen.
Mehr Informationen unter www.european-futurists.org.

**So viele Jobs.
Da können Sie lange googeln.**

 **medienjobs.ch**

Der Online-Stellenmarkt für die Schweizer Kommunikationsbranche