

Wirtschaft im Gespräch

Der Länderchef von Google Schweiz, Patrick Warnking, ist überzeugt, dass sich mehr Freiheiten für die Angestellten auch für KMU auszahlen

«Hier traut man sich verrückt klingende Ideen vorzuschlagen»

Stefan Häberli

Nein, eine Rutschbahn gibt es im Gebäude der ehemaligen Sihlpost an der Europaallee nicht. Trotzdem wird Google Schweiz auch an seinem zweiten Standort in Zürich – das Hauptbüro befindet sich auf dem Hürlimann-Areal – seinem Ruf gerecht, ein grosszügiger Arbeitgeber zu sein: Das Essen in der Kantine ist gratis. Es steht ein Massagestudio zur Verfügung. Und im Schweizer Team gilt die Regel, dass nach 20 Uhr und am Wochenende keine E-Mails verschickt werden. Jeder Google-Mitarbeiter kann zudem einen Arbeitstag pro Woche eigenen Ideen widmen.

Solche Freiheiten werden in anderen Unternehmen mitunter skeptisch gesehen oder gar belächelt. Wer unter finanziellem Druck stehe und Umsatz bolzen müsse, könne sich solche «Privilegien» kaum leisten, heisst es etwa. Für Patrick Warnking, Länderchef von Google Schweiz, ist das zu kurz gedacht. Er ist überzeugt, dass eine offene Kultur die Innovation und die Leidenschaft für die Arbeit fördert. Der Austausch ausserhalb strenger Rituale schaffe zudem gegenseitiges Vertrauen. «Und so traut man sich auch Themen infrage zu stellen oder verrückt klingende Ideen vorzuschlagen», glaubt der 51-Jährige. In Schweizer KMU sei das nicht anders. Auch deren Innovationskraft und Qualitätsbewusstsein sei das Resultat ihrer Leidenschaft für die Aufgabe. Im Übrigen müsse sich Google in Bereichen wie Travel, Shopping, Advertising, Hardware oder Cloud in einem «sehr intensiven Wettbewerb» behaupten.

Das erste Büro in Zürich eröffnete der Suchmaschinist 2004 am Limmatquai. Das Personal bestand damals aus einem Programmierer und einem Verkäufer. Mittlerweile gibt es über 3000 «Zoogler», wie die Zürcher Google-Angestellten genannt werden. Da das Unternehmen auf eine Matrixorganisation setzt, sind indessen nicht alle von ihnen Warnking unterstellt. Der gebürtige Deutsche stiess 2011 zu Google Schweiz und leitet unter anderem das Verkaufsteam. Dass er trotz seiner steilen Karriere als bodenständig beschrieben wird, könnte auch an seinem Werdegang liegen: Vor dem BWL-Studium absolvierte er eine Banklehre bei einer Zentralbank für Genossenschafts- und Raiffeisenbanken.

Eines seiner – vermutlich nicht ganz uneigennütigen – Steckenpferde ist die Digitalisierung der Schweizer Wirtschaft. Warum wird diese von so vielen Leuten eher als Bedrohung denn als Chance wahrgenommen? Bei der Digitalisierung müsse der Mensch stärker in den Mittelpunkt gestellt werden, so Warnking. Was er damit meint, wird er am Dienstagabend in einem Referat an einer Veranstaltung der Zürcher Volkswirtschaftlichen Gesellschaft im Detail ausführen. So viel sei verraten: Er hält das sogenannte «lebenslange Lernen» nicht nur für einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Firmen, sondern auch für die einzelne Person.

«In grossen Unternehmen würde ich statt über einen <Chief Digital Officer> lieber über einen <Chief Learning Officer> nachdenken», schlägt er vor. Problematisch ist in diesem Zusammenhang die Wahrnehmung mancher Arbeitnehmer: Das Angebot an Weiterbildung ist hierzulande im internationalen Vergleich zwar gross, doch laut einer Deloitte-Studie wird es zu wenig geschätzt; 58% der befragten gering und mittel qualifizierten Arbeitskräfte, die in den vergangenen 12 Monaten an keiner Schulung teilgenommen haben, sahen keine Notwendigkeit darin.

Es fällt auf, dass Eltern mit hohem Sozialstatus vermehrt darauf achten, dass ihre Kinder einen gesunden Umgang mit Smartphones, Tablets und Laptops pflegen. Zum einen vermitteln sie ihren Kindern eine digitale Allgemeinbildung, die in vielen Schulen nicht unterrichtet wird – etwa wie man ein sicheres Passwort wählt. Zum anderen sorgen sie aber auch dafür, dass es Zeiten oder Orte gibt, an denen digitale Enthaltbarkeit geübt wird. Warnking und seine Frau haben fünf Kinder und passen in

dieses Schema. So hat die Familie zu Hause zwei WLAN-Netze: eines für die Kinder, das regelmässig abgeschaltet wird; und ein anderes, das den Eltern vorbehalten ist.

Zementiert diese «Vererbung» digitaler Kompetenzen die gesellschaftliche Schichtung? Der oberste «Zoogler» teilt zwar die Befürchtung, dass die soziale Mobilität abnehmen könnte. Die Pädagogischen Hochschulen hätten diesbezüglich jedoch grosse Fortschritte in der Weiterbildung gemacht. Und dies sei der grösste Hebel, um für mehr Chancengleichheit zu sorgen. Aber klar: Der Lehrplan 21 Sorge zwar für den flankierenden Rahmen für die Inhalte. Letztlich liege es aber in der Verantwortung der Eltern, mit ihren Kindern über Medienkompetenz zu sprechen, findet Warnking. Dass das nicht einfach sei, kenne er aus eigener Erfahrung.