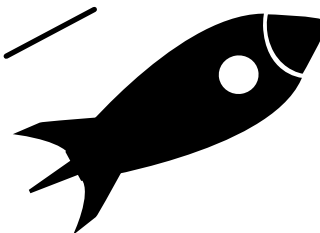


#GrueziGoogle

goo.gle/gruezigoogle



„So ambitioniert wie die Mondlandung“:

Wie der Entwickler
Patrik Reali und sein Team
helfen, klimafreundlichere
Entscheidungen zu treffen

Sprung nach vorn:

Wie Google zusammen mit
Partnern die Schweiz und ihre
Unternehmen unterstützt

„Google Schweiz in einem Wort: Innovation“:

Googles grössten Entwicklungs-
standort ausserhalb der USA
erleben



Inhalt

Google Schweiz

Aus der Schweiz für die Welt

- Seite 6

Unternehmen stärken

Welche Unterstützung jedes Unternehmen von uns bekommt

- Seite 16

Weiterbildung

Wie wir Ausbildung und Training in der Schweiz fördern

- Seite 22

Datenschutz

„Wir verhindern jeden Tag 100 Millionen Phishing-Attacken“

- Seite 28

Nachhaltigkeit

Von kleinen Schritten und Wagnissen so gross „wie die Mondlandung“

- Seite 32

Engagement

Für das Wohl aller in der Schweiz

- Seite 38

Wie alles anfang

und was es mit dem Namen Google auf sich hat

- Seite 43



„Gemeinsam mit den Menschen und Unternehmen in der Schweiz möchten wir die Digitalisierung der Lebens- und Arbeitswelt gestalten. Dabei stehen Verantwortung und Nachhaltigkeit für Mensch und Natur stets im Mittelpunkt. Die Schweiz und Google haben seit jeher einen Fokus auf Innovation. Als Country Director von Google Schweiz ist es mir ein besonderes Anliegen, allen Menschen und Unternehmen in der Schweiz – ob aus ländlichen Regionen oder urbanem Umfeld – Zugang zu den besten Technologien sowie Aus- und Weiterbildungen für eine digitale Zukunft zu ermöglichen. Dies ist nur dank starker lokaler Partnerschaften mit Hochschulen, NGOs, Organisationen, Verlagen, KMUs und grossen Unternehmen möglich.“

Hiermit lade ich Sie ein, in die Welt von Google Schweiz einzutauchen. Viele Innovationen und Produkte wie Google Maps nahmen in der Schweiz ihren Lauf und helfen heute Menschen weltweit in ihrem Alltag.“

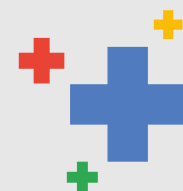
Patrick Warnking

– Patrick Warnking, Country Director, Google Schweiz

Erfahren Sie noch mehr über die Zoogler*innen



Googles Schweizer
Seiten im Internet
goo.gle/gruezigoogle



Willkommen bei Google Schweiz



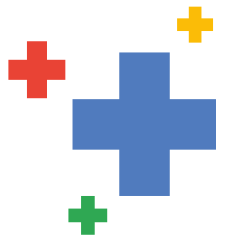
Verwurzelt in Zürich, zu Hause in der Welt: Die Zooglerinnen und Zoogler, so bezeichnen sich die Googler*innen in Zürich selbst, lieben ihre Stadt und die Schweiz. Dass ihre Arbeit weltweit verwendet und beachtet wird, macht sie auch ein bisschen stolz!



Arbeiten und leben: Im Standort Zürich ist alles so eingerichtet, dass die Zoogler*innen sich fast wie zu Hause fühlen. Nachhaltigkeit ist bei alldem selbstverständlich: S. 36



Lucia Terrenghi ist Tech-Standortleiterin in Zürich und der Überzeugung, dass die Vielfalt der Belegschaft die Basis für die erfolgreichen Innovationen ist.



Wie alles anfang und was es mit dem Namen Google auf sich hat: S. 43

Unser Beitrag für verantwortungsvolle Innovation in der Schweiz:

„Zusammen mit Partnern wollen wir **Unternehmen stärken**, den Menschen in der **Schweiz** digitale **Fähigkeiten vermitteln**, **Datenschutz sichern** und eine **klimafreundliche Lebensweise** ermöglichen.“

Eine Arbeitsumgebung, die den Weg zu neuen Ideen kürzer macht: Im Zürcher Standort fließen Schweizer Markenzeichen und moderne Office-Kultur kreativ ineinander.



„Wir denken jedes Produkt täglich neu“



Im Jahr 2004 nahmen am Limmatquai in Zürich die ersten beiden Google-Mitarbeitenden ihre Arbeit auf. Seither ist viel geschehen: Der Standort von Google in der Schweiz entwickelte sich zum grössten Entwicklungszentrum ausserhalb der USA. Rund 5'000 Googlerinnen und Googler aus 85 Nationen arbeiten an Diensten wie der Google Suche, dem Google Assistant oder YouTube. Mit ihren Ideen entwickeln sie Produkte weiter, die Menschen weltweit in ihrem Alltag helfen. Zu ihnen gehört auch Senior Director Eric Tholomé, zuständig für Google Maps.



Die Welt von oben: Eric Tholomé behält bei und mit Google Maps den Überblick.

Eric Tholomé erinnert sich gut an seinen ersten Arbeitstag bei Google. 2007 war das, als Smartphones mit mobilem Internetzugang noch nicht verbreitet waren und nur wenige Autos per GPS navigieren konnten. Tholomé fuhr an einem Sonntagabend von Genf nach Zürich, wo er am Montagmorgen sein neues Team kennenlernen sollte. Auf halber Strecke fiel das Auto-Navi aus. „Es war mitten in der Nacht, und es regnete“, erzählt Tholomé. Um den Weg zu seiner Wohnung zu finden, kaufte er sich an einer Tankstelle einen Strassenatlas und kam mit Verspätung in seinem neuen Zuhause an. „Das hat mir gezeigt, wie sehr ich daran gewöhnt war, digitale Karten und Navigationsgeräte zu benutzen.“

Google Routenplaner:

Über Google Routenplaner lassen sich fast überall auf der Welt Informationen über den öffentlichen Verkehr abrufen. In der Schweiz werden in Kooperation mit der SBB ausserdem Fahrplanänderungen in Echtzeit in der Google Maps App angezeigt – auch das fördert den Umstieg auf nachhaltige Verkehrsmittel wie den öffentlichen Verkehr oder das Velo.

Velo-Navigation:

In der Schweiz wurde die Velo-Navigation 2012 als Pilotprojekt lanciert. 2021 nahm die Suche nach Velotouren in Städten auf der ganzen Welt um bis zu 98 Prozent zu. Für 300 Städte weltweit werden in Google Maps ausserdem Verleihstationen für Velos und E-Trottinettes in der unmittelbaren Nähe der Nutzer*innen angezeigt. In der Schweiz steht der Service in Zürich, Basel und Genf zur Verfügung.

Google Street View:

Als Inspiration oder zur Vorbereitung auf die nächste Reise ermöglicht Google Street View seit 2007 360-Grad-Ansichten von Sehenswürdigkeiten und Naturwundern auf Google Maps. In der Schweiz lassen sich dank einer Partnerschaft mit UNESCO Schweiz zwölf UNESCO-Welterbestätten virtuell besuchen. Die Rhätische Bahn ist die erste Eisenbahn weltweit, die eine kostenlose Fahrt per Street View auf Google Maps anbietet (siehe Seite 10).

Heute hilft Eric Tholomé dabei, den grössten virtuellen geographischen Atlas der Welt zu verbessern: Nach Stationen in anderen Abteilungen bei Google arbeitet er seit drei Jahren für Google Maps. Mit den digitalen Karten suchen und erkunden Milliarden Nutzer*innen auf dem Computer, dem Smartphone oder dem Tablet Orte auf der ganzen Welt. Zwar entwickeln Googler*innen in 20 Büros weltweit Google Maps weiter, doch viele bedeutende Innovationen entstanden in der Schweiz: Mehrere Hundert Mitarbeiter*innen arbeiten hier an dem Tool. Und vielleicht gibt es hierfür kaum einen geeigneteren Ort.

Die Wiege der modernen Kartographie

Der Schweizer Guillaume Henri Dufour war vor gut 180 Jahren auch an der Entwicklung der modernen Kartographie beteiligt. Zwischen 1845 und 1864 erstellte er im Kanton Genf das erste geometrisch korrekte Abbild der Schweiz. In den 1990er-Jahren begann die Firma Endoxon in Luzern Luftbilder zu digitalisieren, daraus Karten zu erstellen und mit Zusatzinformationen zu verknüpfen. Im Jahr 2006 übernahm Google die Firma, und die 50 Mitarbeiter*innen zogen ins Google-Büro in die Freigutstrasse in Zürich – seitdem entwickeln die Zürcher Googler*innen, die sich selbst kurz „Zooglerinnen und Zoogler“ nennen, Google Maps weiter.

Die Anwendung kann heute viel mehr, als Menschen von A nach B zu navigieren. Mit dem Tool lässt sich ein Tisch im Restaurant reservieren oder der aktuelle Andrang im lokalen Schwimmbad herausfinden, lassen sich geeignete Wegstrecken für Rollstuhlfahrer*innen finden oder Fahrservices buchen. „Besonders stolz sind wir auf die Entwicklungen, die Menschen auf der ganzen Welt helfen, nachhaltigere Entscheidungen für ihre nächste Reise zu treffen, etwa aufs Auto zu verzichten“, sagt Eric Tholomé. Viele dieser Funktionen haben ihren Ursprung in der Schweiz.

Das Street-View-Velo hat schon viele Strassenzüge erfasst – nicht nur in Zürich.



„Besonders stolz sind wir auf die Entwicklungen, die Menschen auf der ganzen Welt helfen, nachhaltigere Entscheidungen für ihre nächste Reise zu treffen, etwa aufs Auto zu verzichten.“

– Eric Tholomé

Mit Google Maps auf Weltreise: Dank Street View kann man die Welt virtuell entdecken.

**Outdoor & Indoor Live View:**

Per Augmented Reality weist Outdoor Live View Menschen den Weg: Die Nutzer*innen sehen ihre Umgebung live über das Handydisplay, auf dem ihnen Wegweiser eingeblendet werden. Mittlerweile existiert diese Funktion auch für Innenräume: Der Flughafen Zürich war der erste Flughafen der Welt, in dem Indoor Live View 2019 verfügbar wurde.

Google Timeline:

In Zürich wurde auch Google Timeline entwickelt: Das Feature zeigt den Nutzer*innen Orte, die sie in der Vergangenheit besucht haben. Mittlerweile beinhaltet das Feature auch eine nachhaltige Komponente und informiert die Nutzer*innen jeden Monat über deren persönliche Öko-Bilanz.

Plus Codes:

Eine Erfindung aus der Schweiz: Plus Codes generiert einen Code aus Buchstaben, Zahlen und Ortsnamen, der auf Google Maps angezeigt wird. So kann man Menschen und Orten eine Adresse geben, die keine formelle Adresse haben.

Die Schweiz erleben mit Street View

Nutzerinnen und Nutzer können unter anderem sämtliche 12 UNESCO-Weltkulturerbestätten der Schweiz über Street View entdecken – dazu gehören auch die Rhätische Bahn in der berühmten Landschaft Albula-Bernina, die Schweizer Alpen in der Region Jungfrau-Aletsch sowie die Bibliothek im Stiftsbezirk St. Gallen. Gemeinsam mit Partnern wie Schweiz Tourismus, dem Schweizer Alpen-Club (SAC) und Tourismusregionen wie Zermatt und Tessin zeigt Google auf Street View die Schönheit der Schweizer Natur.

Die Rhätische Bahn in der berühmten Landschaft Albula-Bernina

Die Albulabahn, auch Albulalinie genannt, liegt im Kanton Graubünden und verbindet Thusis am Hinterrhein mit dem Kurort St. Moritz im Engadin. Am 7. Juli 2008 wurden die Albula- und die Berninabahn in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes aufgenommen. Die 61,67 Kilometer lange Strecke, die mit ihren 144 Brücken mit einer Spannweite von über zwei Metern und 42 Tunnels und Galerien zu den spektakulärsten Schmalspurbahnen der Welt gehört, ist Bestandteil des Streckennetzes der Rhätischen Bahn (RhB), das heute 385 Kilometer umfasst. Die RhB ist die erste Eisenbahn weltweit, die komplett in Street View auf Google Maps integriert wurde. Die Panoramabilder geben einzigartige Einblicke in die Strecke der RhB und die Bündner Gebirgslandschaft. Der Bau der Albulalinie hatte im September 1898 begonnen, die Eröffnung fand am 1. Juli 1903 statt. Die Verlängerung bis St. Moritz ging zum 10. Juli 1904 in Betrieb.



Fahren Sie hier mit der Rhätischen Bahn durch die berühmte Landschaft Albula-Bernina.



Betrachten Sie hier die Schweizer Alpen mit Jungfrau-Aletsch.



Erleben Sie hier die Region Lavaux.



Sehen Sie hier den Riffelsee mit Blick auf das Matterhorn.

„Google Schweiz in einem Wort: Innovation“



Ein Gespräch mit Country Director Google Schweiz Patrick Warnking und Tech-Standortleiterin Lucia Terrenghi über Innovation, die enge Bindung zur Schweiz und den Vorteil einer diversen Belegschaft.

Herr Warnking, Sie leiten die Geschäfte von Google in der Schweiz. Wie würden Sie den Standort beschreiben?

Patrick Warnking: In einem Wort: Innovation. Sie steckt in der DNA der Schweiz so sehr wie in der DNA von Google. Hier am Standort entwickeln wir digitale Werkzeuge, die für unsere Nutzer*innen im Alltag hilfreich oder im Geschäft relevant sind.

Frau Terrenghi, als Site Lead stehen Sie an vorderster Front des Produktentwicklungsteams und leiten gemeinsam mit weiteren Manager*innen die Zürcher Büros von Google. Was geschieht hier genau?

Lucia Terrenghi: Zürich ist der grösste Entwicklungsstandort ausserhalb der USA. Gearbeitet wird unter anderem an Produkten wie Google Maps, Google Assistant, Gmail, YouTube oder Google Cloud.

Wie viele Googlerinnen und Googler arbeiten in der Stadt?

Lucia Terrenghi: In Zürich sind es auf unseren beiden Standorten rund 5'000 Menschen aus rund 85 verschiedenen Nationen. Wir erleben hier eine riesige kulturelle und sprachliche Vielfalt.

Innovation entsteht unter anderem dort, wo vielfältige Perspektiven zusammenkommen. Entstehen deshalb gerade hier so viele Neuerungen?

Lucia Terrenghi: Ich komme aus dem Bereich der User Experience, wo wir untersuchen, wie Menschen digitale Anwendungen nutzen. Wenn wir mit unseren Diensten möglichst viele Menschen auf der Welt erreichen wollen, müssen so viele verschiedene Gruppen wie nur möglich am Entstehungsprozess beteiligt sein. Diese Vielfalt an Menschen und Projekten fördert hier in den Büros auch die Mobilität zwischen den Projekten: Die meisten Kolleg*innen bleiben im Durchschnitt drei Jahre bei einem Produkt, wechseln dann

in ein anderes Team und befruchten dort die Arbeit. Diese Vielfalt unserer Belegschaft ist die Basis für erfolgreiche Innovationen.



Patrick Warnking und Lucia Terrenghi gehören zum Führungsteam des Zürcher Standorts.

Herr Warnking, wie wird sich Google Schweiz weiterentwickeln?

Patrick Warnking: Das weiss ich nicht – und das ist die Wahrheit. Unsere Arbeit entwickelt sich dynamisch. Immer wenn Projekte, die in Zürich angeschoben wurden, Erfolg haben, entstehen hier weitere Stellen.

Lucia Terrenghi: In den vergangenen Jahren wuchs zum Beispiel unser Commerce-Team extrem, weil der Handel insbesondere durch die Corona-Pandemie einen Digitalisierungsschub erfuhr. Händler*innen nutzen verstärkt Google Shopping und werden mit ihren Produkten online sichtbar. Wir arbeiten an Lösungen, die dem Handel diese Transformation erleichtern.

Aus der Schweiz für die Welt

Wie die Zooglerinnen und Zoogler Google und seine Produkte prägen.

Ob YouTube, Google Maps oder Google Lens – die Zoogler*innen arbeiten an vielen bekannten Produkten mit.

Zooglerinnen und Zoogler lehren Google Assistant, zuzuhören: Das Software-Team in Zürich entwickelt die Spracherkennung weiter.



Software-Entwickler*innen in Zürich haben grosse Teile des Knowledge Graph entwickelt, der Antworten auf Suchanfragen liefert.

Jeden Tag werden 15 Prozent der von Google verarbeiteten Suchanfragen zum allerersten Mal gestellt.

Googles Algorithmen durchsuchen im Bruchteil einer Sekunde Hunderte Milliarden Webseiten, um die relevantesten Informationen zu einer Suchanfrage zu finden.



Blicken Sie hinter die Kulissen der Google Suche: Wo landet eine Suchanfrage? Wie ist es möglich, nach weniger als einer Sekunde eine Antwort zu liefern? Und warum wird bis zu sechs Mal täglich der Suchalgorithmus geändert? Diese Fragen und viele mehr beantworten die Personen, die tagtäglich daran arbeiten.

Google Cloud

Google Cloud steht für Open-Source-, Multi-Cloud- und Hybrid-Cloud-Prozesse und bietet Zugriff auf Tools wie etwa Google Workspace, ausgelagertes Computing, Sicherheit, Datenanalyse und maschinelles Lernen. All das basiert dabei auf unserer eigenen Infrastruktur.

Kundinnen und Kunden in über 150 Ländern nutzen Google Cloud, um ihre IT-Umgebung für die digitale, vernetzte Welt von heute zu modernisieren. Tausende von Organisationen aus zahlreichen Branchen haben ihre Abläufe bereits mithilfe von Google Cloud transformiert.

Ein Teil des Google-Cloud-Teams ist in Zürich ansässig und arbeitet am Google Calendar, an dynamischen Funktionen wie Erinnerungen sowie an einigen der Hauptfunktionen von Gmail und Inbox by Gmail. Das Team entwickelt ausserdem Lösungen für Google Workspace, dem Enterprise-Paket für Unternehmen, das es ihnen ermöglicht, die Arbeit auf jedem Computer, Telefon oder Tablet nahtlos in der Cloud zu erledigen.



Was andere über Google Cloud sagen

„Swiss-AS fokussiert sein Geschäft ausschliesslich auf den Support für AMOS, der führenden Instandhaltungssoftware für die Luftfahrt. Heute realisieren wir mithilfe von Google Cloud Platform die Bereitstellung unseres AMOS Cloud Service in dedizierten Cloud-Umgebungen weltweit. Dank der lokalen Präsenz von GCP in Zürich rücken unsere Services noch näher an unsere AMOS-Kunden im deutschsprachigen Raum.“

– Alexis Rapior, Hosting Team, Swiss AviationSoftware Ltd.



Urs Hölzle wurde Teil von Google, als das Unternehmen gerade von einer Garage in Menlo Park in ein Büro über einem Velo-Laden in Palo Alto gezügelt war. Als 8. Mitarbeiter wurde er damals eingestellt, um Rechenzentren aufzubauen, die genauso innovativ sein sollten wie der Suchdienst. Bis zum heutigen Tag optimiert Urs Hölzle die Rechenzentren in puncto Sicherheit, Geschwindigkeit und Nachhaltigkeit – für Googles eigene Anwendungen und für die Kundinnen und Kunden von Google Cloud.



Schauen Sie, was Urs Hölzle über die „Swissness“ der Cloud zu sagen hat.

YouTube



YouTube ist eine globale Online-Video-Community, in der Millionen von Menschen Originalvideos entdecken, betrachten und selbst bereitstellen können. Auf diese Weise verbindet YouTube Menschen weltweit miteinander: Es ist ein Forum, um sich zu vernetzen, zu informieren und andere auf der ganzen Welt zu inspirieren.

Das Ziel von YouTube ist es, allen eine Stimme zu geben und den Menschen die Welt zu zeigen. Wir glauben, dass jede und jeder es verdient, eine Stimme zu haben, und dass die Welt ein besserer Ort ist, wenn wir zuhören, uns austauschen und durch unsere Geschichten eine Gemeinschaft aufbauen.

Zugleich gehört zu YouTube auch das Entfernen richtlinienwidriger Inhalte, das Reduzieren der Verbreitung schädlicher Fehlinformationen und grenzwertiger Inhalte. Zuverlässige Nachrichten- und Informationsquellen hingegen werden gefördert, vertrauenswürdige Creators belohnt.

In Zürich sitzt das weltweit zweitgrösste Engineering-Team von YouTube. Es arbeitet an Technologien und Innovationen, die das YouTube-Erlebnis für Nutzer*innen, Creators und Werbetreibende verbessern. Für Creators etwa werden Werkzeuge entwickelt, die das Aufnehmen und Bearbeiten von Videos und Inhalten erleichtern und in YouTube für mehr Urheberrechtsschutz sorgen.

Seit April 2013 können Schweizer YouTube-Partner*innen auf www.youtube.ch mit ihren Video-Inhalten Geld verdienen.

YouTube wird ergänzt durch **YouTube Kids**, eine App speziell für Kinder. Mit YouTube Kids können sie in einer sichereren Umgebung eigenständig eine Vielzahl von Videos entdecken.

Google Assistant



Hey Google, wie wird das Wetter heute in Glarus?

Google Assistant ist die einfache Art, Ihr Smartphone und Ihre Apps per Sprachbefehl zu bedienen. Google Assistant hilft Ihnen und Menschen auf der ganzen Welt, Aufgaben schnell und bequem zu erledigen, und erleichtert so den Nutzer*innen den Alltag. Seit 2019 steht Google Assistant in der Schweiz in drei Landessprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch) zur Verfügung.

Das Google-Assistent-Team in Zürich entwickelt die Spracherkennung des Google Assistant mit. Der Assistant ermöglicht es, sich mit Google auf natürliche Weise zu unterhalten oder Dinge zu erledigen und dabei unterstützt zu werden. Sie können ihm beispielsweise Fragen stellen oder ihn auffordern, etwas zu tun. Er ist Ihr persönlicher Assistent – immer bereit, Sie mit Rat und Tat zu unterstützen.



Entdecken Sie hier mehr über den Google Assistant. Zum Beispiel, was er noch alles kann und wobei er Ihnen hilft.

Google-Produktübersicht

Suchen und entdecken

-  Google Suche (S. 12)
-  Maps (S. 7)
-  Translate
-  Chrome

Videos ansehen und Spiele spielen

-  YouTube
-  YouTube Kids
-  YouTube Music
-  Chromecast

Überall nutzen

-  Google Play
-  Wear OS by Google
-  Android Auto

Telefonieren und texten

-  Gmail
-  Messages
-  Google Duo
-  Google Chat

Den Überblick behalten

-  Fotos
-  Google Kontakte
-  Notizen
-  Kalender

Smarter arbeiten

-  Docs
-  Tabellen
-  Präsentationen
-  Drive

Geräte von Google

-  Smart Home
-  Nest Wifi

Ihre Geschäftstätigkeit ausweiten

-  Google Ads
-  AdSense
-  Analytics



Mehr Infos finden Sie hier.

Unternehmen stärken

Wir unterstützen Schweizer Unternehmen mit unseren Produkten und Trainings



Laut dem Global Innovation Index ist die Schweiz mitunter das innovativste Land der Welt. Damit das so bleibt, unterstützen wir Schweizer Unternehmen mit unseren Produkten und Trainings. So helfen wir ihnen, neue Absatzmöglichkeiten zu finden, mehr Kund*innen zu erreichen und neue Märkte zu erschliessen.

Mit seinem Onlineportal will das Team von ancora.ai Krebspatient*innen den Zugang zu klinischen Studien erleichtern.

Unten links: Das Geschäft von Zubi Schuhe in Herisau.

Als vor 70 Jahren Walter Zuberbühler in Appenzell Ausser-Rhoden eine Schuhmacherei mit Verkaufslokal gründete, spielten digitale Geschäftsmodelle noch keine Rolle. Wachstum und Wandel gab es trotzdem: Neue Filialen kamen dazu, das eigene Angebot veränderte sich hin zu einem Outdoor-Handel für ambitionierte Wanderer und Outdoor-Enthusiasten im Appenzellerland. „2012 haben wir uns dann entschieden, einen ersten Onlineshop aufzubauen“, erzählt der heutige Geschäftsführer Thomas Zuberbühler. Grossen Anteil an Wachstum und Erfolg hatten von Beginn an das Suchmaschinenmarketing (Search Engine Advertising, kurz SEA) und kostenlose Angebote wie das Unternehmensprofil auf Google Maps. Anfangs habe man viel selbst ausprobiert, sagt Zuberbühler, inzwischen kümmere sich eine Agentur um alle Onlinemarketing-Aktivitäten. Gelohnt hat sich das Investment auf jeden Fall.

In den letzten Jahren entwickelte sich der Onlineshop zu einem wichtigen Teil des Geschäftsmodells. Knapp 30 Prozent des Umsatzes werden heute digital gemacht, Tendenz steigend. Sechs Mitarbeitende kümmern sich inzwischen um den Onlineshop. Das Shop-System wurde inhouse entwickelt, auch die meisten Produktbilder entstehen im Familienunternehmen. Die Ausgaben für digitales Marketing wurden in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht. Aus gutem Grund: Neue Kund*innen gewinnt das Unternehmen über Online-Anzeigen und eine gute Position im Suchmaschinen-Ranking. Etwas mehr als die Hälfte aller Besucher*innen der Website kommt darüber auf zubi.swiss. „Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Onlineshops, das Investment in digitales Marketing und die konsequente Nutzung der Google-Services hat sich für uns auf jeden Fall gelohnt. Gerade in schwierigen Zeiten wie der Corona-Pandemie hat das unserem Unternehmen zusätzliche Stabilität gegeben“, sagt Zuberbühler. Der Online-Umsatz hat sich während des Lockdowns im Vergleich zum Vorjahr sogar versiebenfacht, obwohl das Marketingbudget lediglich dreimal so hoch war.

ancora.ai verschafft Krebspatient*innen Zugang zu klinischen Studien – mit künstlicher Intelligenz

Natürlich helfen Google-Services nicht nur etablierten Unternehmen beim Ausbau ihres Geschäftsmodells, sondern auch Gründer*innen wie Danielle Ralic, Emily Jordan und Luca Jahreiss. 2020 haben die drei das Start-up ancora.ai in Zürich gegründet. Gemeinsam mit ihrem Team wollen sie Krebspatient*innen den Zugang zu klinischen Studien erleichtern und damit eine gesundheitsfördernde Behandlung sichern. Darüber hinaus möchten sie Forschende bei der Suche nach Proband*innen unterstützen und so medizinische Erkenntnisse fördern. Doch dafür müssen möglichst viele Patient*innen das Portal erst einmal finden. „Die meisten Menschen suchen über Google nach Gesundheitsinformationen. Umso wichtiger ist es, dass verlässliche Informationen zu klinischen Studien so einfach wie möglich zu finden sind“, sagt Ralic.

Suchmaschinenoptimierung, aber auch die Integration von Diensten wie Google Maps spielten deshalb von Anfang an eine entscheidende Rolle. Ausserdem bewarben sich die beiden Gründerinnen bei der Google for Startups Growth Academy (siehe rechte Seite). „Für uns war es ein grosser Gewinn“, erinnert sich Emily Jordan. „Es gab viele nützliche Schulungen zu Google-Produkten, aber auch zu Präsentationstechniken, der Nutzung von Google-Analytics-Daten oder der Suche nach Investoren.“ Auch das eigene Netzwerk hat sich durch die Academy sinnvoll erweitert, erste Investoren inklusive.



Klinische Studien sind für Krebspatient*innen mit Tumorarten, für die es bislang keine nachhaltig wirksame Behandlung gibt, oft eine grosse Hoffnung – bieten sie doch Gelegenheit, mit als Erste von möglicherweise wirksamen Therapien zu profitieren. Danielle Radic von ancora.ai versucht, ihnen den Weg zu den Studien zu vereinfachen.



Maria de Bettencourt Tavares verkauft Hunde-Leckerlis – seit ihrer Teilnahme an der Google for Startups Growth Academy mit „laserscharfem Businessplan“.

Von der Vision zur eigenen Marke

Ähnlich positive Erfahrungen hat auch Maria de Bettencourt Tavares gemacht. Die Gründerin von LOONAWELL produziert und verkauft hochwertige Hunde-Leckerlis aus der Schweiz. Seit 2022 besucht sie die Google for Startups Growth Academy. Neben dem Austausch mit Gleichgesinnten seien es vor allem die Inhalte, die ihr Geschäftsmodell weiterbringen würden. Schliesslich geht es in der Academy neben Empowerment auch um Dinge wie die strategische Nutzung von Daten, die mit Google Analytics erhoben werden, oder um die Entwicklung von konkreten Wachstumsmassnahmen im Digitalen. „Mein Businessplan wurde durch die Academy laserscharf, und der Weg von meiner Vision hin zu einer Marke für gesunde Hundernahrung ist nun sehr viel klarer“, zieht die Gründerin eine positive Bilanz der letzten Monate im Academy-Programm.

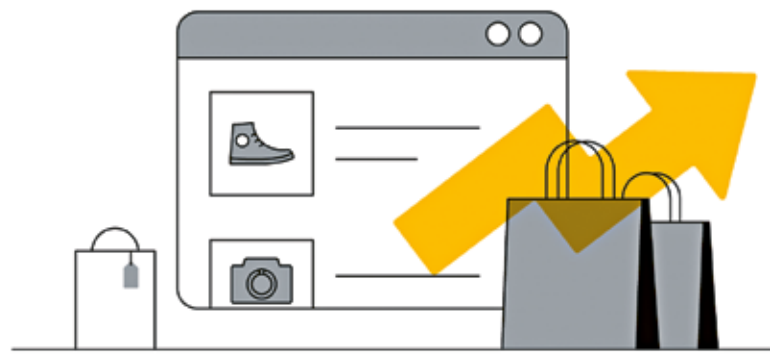
Für Unternehmensgründer*innen: Google for Startups

Google for Startups unterstützt seit vielen Jahren Neugründungen auf der ganzen Welt. Die Sparte, die von den Google-Gründern Larry Page und Sergey Brin ins Leben gerufen wurde, stellt insbesondere umfassendes Know-how, ein weltweites Netzwerk sowie Technologie bereit, um Start-ups weiterzubringen. Um mit all diesen nützlichen Angeboten möglichst viele Gründer*innen in der Schweiz zu erreichen und sie damit tatkräftig zu unterstützen, hat Google seit vielen Jahren eine Partnerschaft mit dem Institut für Jungunternehmen (kurz IFJ).

Die Einrichtung begleitet pro Jahr 20'000 Gründer*innen in der ganzen Schweiz. Austausch gibt es zum Beispiel bei regelmässigen Impulsgesprächen mit Google-Expert*innen. Von der Zusammenarbeit mit Google ist man beim IFJ begeistert: **„Google Schweiz ist ein langjähriger Partner vom IFJ Institut für Jungunternehmen und hat viele Gründer*innen dabei unterstützt, ihre Unternehmen erfolgreich und bekannt zu machen“**, sagt Simon May, Geschäftsführer vom IFJ.

Wie wir Schweizer Unternehmen helfen, sich im Internet zu entfalten

Online sein. Für Unternehmen ist das längst nicht mehr nur eine Notwendigkeit, sondern eine Quelle an Chancen. Google unterstützt mit seinen verschiedenen Services alle Gründer*innen und Unternehmen. Für ihren Erfolg ist es entscheidend, dass Kund*innen ihre Dienstleistungen und Produkte im Netz finden. Ein Überblick über die fünf wesentlichen Angebote:



Wissen erweitern

Um neue Impulse im Bereich der digitalen Weiterbildung zu setzen und Einsteiger*innen zu helfen, sich im digitalen Alltag besser zurechtzufinden, startete Google gemeinsam mit zahlreichen Partnern die Initiative „Google Atelier Digital“.

Die kostenlose Bildungsinitiative umfasst ein grosses Angebot an Kursen, die von wenigen Stunden bis mehreren Tagen dauern können. So kann man einzelne Module oder komplette Kurse aus den Bereichen Daten und Technologie, Onlinemarketing und berufliche Weiterbildung auswählen.

Das passende Training finden: goo.gle/ateliirdigital-ch

Gefunden werden

Auf der Suche nach einem Geschäft, einem Unternehmen oder einer Dienstleistung recherchieren heute je nach Produktkategorie bis zu 75 Prozent der Konsumenten zuerst oder gar ausschliesslich im Internet, unabhängig davon, ob der Kauf online oder im Ladengeschäft erfolgt. Das kostenlose Unternehmensprofil von Google ist eine wichtige Möglichkeit, das Geschäft online für Kunden sichtbar zu machen. Menschen, die nach Produkten des jeweiligen Unternehmens suchen, bekommen Informationen über das Angebot in der Google Suche und in Google Maps angezeigt.

In wenigen Schritten ein kostenloses Unternehmensprofil erstellen: google.ch/business

Umsatz steigern

Die eigene Website oder der eigene Onlineshop ist für Händlerinnen und Händler nicht nur Aushängeschild, sondern auch eine wichtige Stellschraube für den Geschäftserfolg. Sind die mobilen Ladezeiten zu lang, keine oder nicht die richtigen Informationen verfügbar, entscheiden sich Kundinnen und Kunden schnell für andere Anbieter. Die kostenlosen Tools *Grow My Store* und *Test My Site* unterstützen Händler*innen dabei, an alle wichtigen Themen zu denken, die von Käufer*innen heute erwartet werden.

Hier lernen Sie, wie Sie ganz einfach einen Onlineshop erstellen: goo.gle/onlineshop-erstellen_ch

Anzeigen schalten

63 Prozent der befragten Internetnutzer*innen verwenden Google, um sich Produkte anzusehen, die sie später im Ladengeschäft oder online kaufen möchten. Gerade in der aktuellen Situation suchen immer mehr Kund*innen online nach Produkten und Dienstleistungen. Werbeanzeigen von Google Ads helfen hier, neue Kundschaft zu erreichen – und das mit zielgenauer Ansprache.

Erstellen Sie jetzt in ein paar einfachen Schritten Ihre erste Anzeige: google.ch/ads

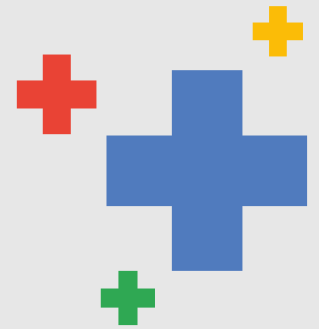
Potenziale finden

Die Suche nach neuen Geschäftsmöglichkeiten ist für wachstumsorientierte Unternehmen ein Dauerthema: Was ist für potenzielle Kund*innen interessant? Werden meine Produkte in anderen Ländern genauso gut nachgefragt wie in der Schweiz? Welche neuen Technologien wie etwa KI-Anwendungen bringen mir neue Möglichkeiten? Die kostenlosen Tools von Google, um sich individuell zugeschnittene Statistiken, Analyseberichte, Branchen- und Marktreports erstellen zu lassen, können hier wichtige Informationen liefern, um die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Entdecken Sie, wie Sie weltweit Kundschaft finden: goo.gle/marketfinder_ch



Unternehmerinnen und Unternehmer erfahren einfach und eingängig im 1x1 der Google-Produkte, wie Google dabei helfen kann, das eigene Unternehmen zu stärken.



Die Medien sind die Bühne und der Spiegel einer Gesellschaft

Google News Initiative

Im Rahmen der Google News Initiative arbeitet Google mit der Nachrichtenbranche zusammen. Google ist einer der grössten Unterstützer der Nachrichtenbranche weltweit und möchte Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter fördern.

Dazu dienen Initiativen wie die Digital News Initiative, die von 2015 bis 2019 mit 300 Millionen US-Dollar entsprechende Projekte unterstützt hat. Darunter waren auch 15 Projekte aus der Schweiz, wie das innovative „Dynamic Paygate“ für die Neue Zürcher Zeitung (NZZ), was eine personalisierte Nachrichten-Zusammenstellung ermöglicht. Aktuell gibt es dazu eine Follow-up-Initiative, die „Google News Initiative Innovation Challenge“ für kleinere und mittlere Medien.



Im Rahmen des Innovationsfonds der Digital News Initiative wurden über 650 Projekte in Europa unterstützt, davon 15 von Schweizer Medien-Organisationen mit einem Gesamtförderbetrag von umgerechnet etwa 3,5 Millionen Schweizer Franken. Laden Sie hier den DNI Fund Impact Report herunter.

Kompetenzen für eine digitale Zukunft

Trainings und Ausbildungsmöglichkeiten für alle Schweizer*innen



Kompetenzen für eine digitale Zukunft sind auf dem Schweizer Arbeitsmarkt so gefragt wie nie. Das gilt insbesondere für den Nachwuchs: Eine Studie von digitalswitzerland zeigt, dass bis zum Jahr 2028 117'900 zusätzliche Personen mit ICT Skills benötigt werden. Das heutige Bildungssystem des Landes, so die Studie, wird nicht in der Lage sein, die benötigten zusätzlichen Fachkräfte bis dahin auszubilden. Seit mehreren Jahren bildet Google am Standort Zürich Applikationsentwickler*innen und nun auch Interactive Media Designer*innen aus. Ein Novum in der Google-Welt. Zugleich bieten wir für alle Interessierten im Atelier Digital wertvolle Trainings für digitale Kompetenzen an. Die Trainerin Evelyn Leu und der Trainer Selim Akyol berichten von ihren Erfahrungen.



Evelyn Leu arbeitet seit neun Jahren für Google Schweiz und verantwortet das Angebot des Atelier Digital in der Schweiz und der Zukunftswerkstatt in Österreich.

Das Atelier Digital startete 2013 als eine echte One-Woman-Show: Ich war die einzige Trainerin und habe mich nicht nur um die Organisation gekümmert, sondern habe auch selbst 130 Trainings im Jahr gegeben. Am Anfang hatten wir 2'000 bis 3'000 Teilnehmende im Jahr. Heute arbeiten in der Schweiz fünf zertifizierte Trainerinnen und Trainer für das Atelier Digital. Jedes Jahr bilden wir mehr als 10'000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Schweiz aus.

Die beliebtesten Kurse waren von Anfang an die Einführung in Google Analytics und Google Ads. Heute ist unser Angebot viel breiter gefächert. Wir haben immer 30 bis 40 verschiedene Trainings im Angebot, sei es zu den Grundlagen des Programmierens, zum Thema 'Produktiver Arbeiten' oder zur Online-recherche.

Teilnehmende lernen, wie sie ihr Unternehmen mit Tools wie dem Google-Unternehmensprofil voranbringen oder ihre Karrierechancen mit einem LinkedIn-Profil verbessern können – oder sie lernen die Programmiersprache Python kennen. Eines meiner Steckenpferde ist die Search Console, davon könnte ich den ganzen Tag erzählen. Das ist ein kostenloses Analyse-Tool von Google, das Websitebetreibende bei der Suchmaschinen-optimierung unterstützt.

Die Herausforderung in den Trainings des Atelier Digital ist, dass die Teilnehmenden sehr unterschiedliche Vorkenntnisse haben. An den Workshops nehmen Studierende, Unternehmerinnen und Unternehmer oder Seniorinnen und Senioren teil, manche über Partnerschaften mit Universitäten, Fachhochschulen, dem Institut für Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer oder der Initiative KMU Digital. Ich möchte alle interessierten Personen ansprechen, ihnen Zusammenhänge auf einfache Art und Weise erklären und so Berührungsängste nehmen. Darum rede ich nicht im typischen Fachjargon, wie man das aus Marketingseminaren kennt. In den Trainings des Atelier Digital kann jede und jeder alles ausprobieren – welche Ziele die Teilnehmenden auch erreichen wollen: Ob sie mehr Kunden ansprechen, mithilfe von cloudbasierten Tools produktiver arbeiten oder ihren Online-Auftritt verbessern möchten, entscheiden sie selbst. Das Schönste an meiner Arbeit ist zu sehen, dass die Menschen wirklich etwas umsetzen und sich weiterentwickeln: wenn sie nach dem Training ein Unternehmen gründen und sich etwas aufbauen. Wenn ich sehe, dass sie vorwärtskommen und ich ein Puzzleteil davon sein darf."

Evelyn Leu ist Lead Education Manager von Atelier Digital Schweiz und der Zukunftswerkstatt in Österreich.

Lebenslanges Lernen

Google engagiert sich seit mehr als zehn Jahren für Weiterbildung und lebenslanges Lernen. Mit vielen Partnern hat Google das Weiterbildungsangebot zu Themen wie Programmieren oder Onlinerecherche in der Schweiz ausgebaut. In Zusammenarbeit mit dem Regionalen Arbeitsvermittlungszentrum (RAV) bietet das Google Atelier Digital seit 2021 Trainings für Arbeitssuchende im Kanton Zürich an. Teilnehmer*innen bilden sich dabei unter anderem für Jobs in den Bereichen IT-Support, Datenanalyse, Projektmanagement und UX-Design weiter. Die Trainings sind auf coursera.org als Selbststudium in Englisch verfügbar und können in weniger als sechs Monaten absolviert werden.

„Mit Google haben wir einen starken, innovativen Partner gefunden, der uns unterstützt und die Chancen unserer Stellensuchenden im Arbeitsmarkt stärkt“, sagt Edgar Spieler, Leiter Arbeitsmarkt im Amt für Wirtschaft und Arbeit im Kanton Zürich.



Selim Akyol lernte in Trainings des Atelier Digital, wie er eine Unternehmensplattform vermarktet, und gründete daraufhin eine Online-marketing-Agentur. Heute gibt er sein Wissen als Google Certified Trainer im Atelier Digital weiter.

Angebote für Privatpersonen:

Persönliche Weiterentwicklung

Das Google Atelier Digital bietet nicht nur Unternehmen (siehe Seite 20), sondern allen Interessierten Live-Trainings an, die sich so wichtige Kompetenzen für ihre Karriere aneignen können, u. a. Hilfsmittel, mit denen sie im Vorstellungsgespräch überzeugen oder sich auf ihre berufliche Karriere vorbereiten.

Erfahren Sie mehr dazu auf
goo.gle/atelierdigital-ch

Job-Funktion in der Google Suche

Mit der Job-Funktion werden Nutzer*innen ab sofort relevante Stellenausschreibungen direkt in den Suchergebnissen angezeigt, wenn diese beispielsweise nach „Jobs in meiner Nähe“, „Bäcker-Stellenanzeige“ oder ähnlichen Begriffen suchen.

Lernen Sie mehr darüber auf
jobs.google.com

Google Career Certificates

Google möchte mehr Menschen Zugang zu Bildung ermöglichen. Aus diesem Grund vergibt Google insgesamt 100'000 Stipendien an Menschen in ganz Europa, dem Nahen Osten und Afrika über die lokalen Grow with Google Partner und von Google.org geförderte Organisationen, darunter das Impact Hub Switzerland, das Regionale Arbeitsvermittlungszentrum (RAV) Kanton Zürich, die INCO Academy und jobs 4 refugees.

Stipendiat*innen können sich kostenfrei auf coursera.org berufsqualifizierende Fachkenntnisse in stark nachgefragten Bereichen wie IT-Support, Projektmanagement, UX-Design und Datenanalyse aneignen.



Google Schweiz ist Gründungsmitglied von digitalswitzerland und setzt sich zusammen mit weiteren Initiativpartnern für lebenslanges Lernen sowie die Förderung von digitalem Know-how ein. Lesen Sie hier mehr dazu.

„In meinem früheren Job bei der Erni Schweiz AG habe ich eine Plattform für Unternehmerinnen und Unternehmer entwickelt, die Nachfolgerinnen oder Nachfolger suchen. Zur Vermarktung der Plattform habe ich damals Marketingfirmen kontaktiert – aber nicht wirklich verstanden, was sie von mir brauchten oder wie sie die Plattform eigentlich bewerben wollten. Wir Entwickler benutzen ja schon viele Abkürzungen, unter Marketing-spezialisten ist das aber noch viel ausgeprägter!“

Zugleich wurde mein Ehrgeiz geweckt, und ich entschied mich, das Marketing selbst in die Hand zu nehmen. Bei meiner Recherche stiess ich auf das Atelier Digital und schrieb mich 2016 zunächst für den Basis-Kurs von Google AdWords ein. Das Tool heisst inzwischen Google Ads. In den folgenden drei Monaten absolvierte ich alle Kurse, die es gab: Ich lernte die Basics über Onlinemarketing, Google Analytics und die Search Console. Evelyn und die anderen Trainerinnen und Trainer erklärten alles ganz einfach. Egal welchen Hintergrund ich habe: Wenn ich interessiert bin, kann ich alles lernen und verstehen, dafür muss ich kein Entwickler oder Marketingspezialist sein. Es gibt Trainings für Anfängerinnen und Anfänger sowie für Fortgeschrittene. So kriegen alle die Chance, Digital-Profi zu werden.

Das Wichtigste, das ich in den Trainings gelernt habe: Alles ist messbar. Google bietet Tools, durch die ich in Zahlen ausdrücken kann, was eine Online-Anzeige bringt. Ich kann verfolgen, wie viele Bestellungen, Kurs-Anmeldungen oder Kontaktanfragen in der Folge bei mir eingehen.

Seit 2021 arbeite ich selbst als Google Certified Trainer und gebe mein Wissen in den Trainings des Atelier Digital weiter. Unter anderem gebe ich Seminare zu Google Analytics, Google Ads und der Search Console. Während der Pandemie habe ich mich zudem mit einer eigenen Digital Agentur selbstständig gemacht. Meine Firma heisst MOLINOTEQ. Mit unserem Wissen über digitales Marketing helfen wir vor allem kleinen und mittleren Unternehmen. Mit Erfolg: Wir wachsen und werden weiter wachsen.“

Selim Akyol arbeitet als Google Certified Trainer im Atelier Digital.

Nachwuchs stärken

Für wen gibt es welche Angebote? Die Förderungen und Weiterbildungsmöglichkeiten von Google Schweiz in der Übersicht.

Lehrkräfte:

CS First

Im Rahmen der „CS First“-Initiative stellt Google Lehrkräften die für den Informatikunterricht notwendigen Hilfsmittel und Ressourcen zur Verfügung – und zwar kostenlos. So erhalten alle Schüler*innen die Chance, sich Kenntnisse anzueignen, mit denen sie später unsere Zukunft mitgestalten können.



Lernen Sie hier mehr über die Initiative CS First kennen.

Schüler*innen:

Virtuelle Exkursionen

Mit Google Arts & Culture können Schülerinnen und Schüler Museen, den Mars und mehr besuchen, ohne das Klassenzimmer zu verlassen. Die virtuellen Exkursionen sind für jede und jeden und überall mit einem Webbrowser oder Mobilgerät verfügbar. Lehrkräfte können nach einer bestimmten Tour suchen oder nach Themen blättern wie Kunst, Naturgeschichte, Wissenschaft und Technik, Geographie oder Geschichte.



Erfahren Sie hier mehr über die virtuellen Exkursionen.

Förderung und Begeisterung von Jugendlichen für die Informatik

In Zusammenarbeit mit der ETH Zürich unterstützt Google Schweiz Jugendliche mit dem „ETH Schnupperstudium“ bei ihrem Entscheid, an der Universität Informatik zu studieren. Zweimal jährlich verbringen teilnehmende Schüler*innen einen halben Tag im Google-Büro, wo sie Kontakte zu Software-Entwickler*innen knüpfen und Einblicke in die Informatik sowie in die tägliche Arbeit gewinnen können. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf Förderung des Interesses an der IT bei weiblichen Jugendlichen gelegt. So beteiligt sich Google auch jeweils im November am nationalen Zukunftstag mit einer Veranstaltung für Mädchen im Alter von 10 bis 12 Jahren, um ihnen einen Einblick in die Magie der Informatik zu geben und spannende Berufsfelder im Technologiebereich vorstellen zu können.

„Haben Kinder erst einmal verstanden, was es bedeutet, eine Website zu gestalten, möchten sie es am liebsten gleich selbst probieren. Dank Google konnten sie sich nun über die Berufsmöglichkeiten in der Branche informieren.“

– Roland Spycher, Sekundarstufenlehrer, SWITCH



Direkt nach der Schule zu Google – geht das?

Am Standort Zürich sehr wohl. Google Schweiz investiert in die Nachwuchsförderung im Informations- und Kommunikationstechnik-Bereich, kurz ICT, und bietet seit einigen Jahren eigene Lehrstellen an. Jeden Sommer starten junge Menschen ihre vierjährige Lehre in der Fachrichtung EFZ Applikationsentwicklung, in diesem Jahr kommt erstmals der „EFZ Interactive Media Designer“ hinzu. Wer gemeinsam mit den Zürcher Googler*innen innovative Produkte für Nutzer*innen entwickeln möchte, sollte Passion und analytische Fähigkeiten mitbringen – Vorkenntnisse in der Informatik sind nicht nötig. Daniela Simões zum Beispiel startete 2017 im ersten Jahrgang „bei null“, wie sie sagt. 16 Jahre war sie damals alt, frisch fertig mit der Schule und die erste Frau in ihrer Familie, die sich für einen technischen Beruf interessierte.

Daniela Simões sieht einen der grössten Vorteile ihrer Lehre darin, die verschiedenen Facetten der Informatik kennengelernt zu haben. „Ich habe einen guten Überblick bekommen, was es gibt und was mir Spass macht.“ Ihr Wissen vertieft sie nun in einem Informatikstudium.

Lernende:

Ausbildung

Seit 2017 bietet Google Schweiz Lehrstellen in der Fachrichtung EFZ Applikationsentwicklung an, seit 2022 auch in der Fachrichtung EFZ Interactive Media Design und fördert damit die jüngste Generation. Die Lernenden der Applikationsentwicklung starten mit einer einjährigen Ausbildung beim Partner Noser Young, danach sind sie für drei Jahre bei Google vor Ort und besuchen gleichzeitig die Berufsschule. Die Lernenden in der Fachrichtung Interactive Media Design starten direkt im ersten Jahr bei Google.

Studierende, Doktoranden, Forschende:

Praktika

Google bietet jährlich über 100 Praktikumsplätze für Bachelor- und Master-Studierende am Standort Zürich an.

Forschungsk Kooperationen und kombinierte Doktoratsprogramme

Mit Hochschulen wie der ETH Zürich und der EPF Lausanne stellt sich Google Schweiz den Herausforderungen, die die Technologie von heute und morgen bestimmen. So werden beidseitig inspirierende Forschungs-k Kooperationen durchgeführt und kombinierte Doktoratsprogramme angeboten, um lokale Talente auszubilden. Unter anderem bei Forschungsprojekten mit Fokus auf den Bereichen maschinelles Lernen, Machine Intelligence, Natural Language Processing oder smarte Algorithmen wird hier zusammengearbeitet.

„Wir verhindern jeden Tag 100 Millionen Phishing-Attacken“



Arbeiten für einen noch besseren Schutz von Nutzer*innen: Tadek Pietraszek und Jeroen Kemperman.

Viele Menschen sorgen sich um die Sicherheit ihrer Daten und erwarten Produkte, die von Haus aus auf Datenschutz ausgerichtet sind. Bei Google Schweiz arbeitet deshalb ein grosses Team daran, die Online-sicherheit der Nutzer*innen zu erhöhen. Zu ihm gehören Tadek Pietraszek und Jeroen Kemperman.

Datenschutz darf nicht kompliziert sein“, so lautet ein Credo der Arbeit des Google Safety Engineering Centers (GSEC) mit Hauptsitz in München. Seit 2019 bündelt Google hier einen wichtigen Teil seines Engagements für mehr Datenschutz und Datensicherheit im Internet.

Die Länder-Teams arbeiten eng mit dem zentralen GSEC zusammen. In der Schweiz sind Tadek Pietraszek und sein Team für den Schutz der Google-Nutzer*innen vor Missbrauch und dem sogenannten Hijacking zuständig – also dem Diebstahl einer fremden, digitalen Identität. „Unsere Arbeit hat mehrere Schwerpunkte“, erklärt der promovierte Software-Ingenieur Pietraszek. „Wir versuchen einerseits Cyberangriffe von den User-Konten fernzuhalten. Andererseits wollen wir die Nutzer*innen unterstützen, ihre Konten möglichst sicher zu machen – durch Aufklärung und durch Tools.“

Ein nicht unerheblicher Teil der Arbeit findet hinter den Kulissen, abseits unserer täglichen Wahrnehmung statt. Jeden Tag werden beispielsweise 100 Millionen Phishing-Attacken auf Google-Mail-Konten verhindert und mehr als 15 Milliarden Spam-Nachrichten blockiert.

Darüber hinaus sieht Pietraszek noch eine gesellschaftliche Verantwortung: „Gerade in diesen Zeiten wollen wir mit unseren Diensten die Arbeit von Journalist*innen, Mitarbeitenden von NGOs und Politiker*innen unterstützen und schützen. Neben kommerziellen Interessen an privaten, sensiblen Daten stehen sie oft besonders im Fokus von Cyberangriffen“, sagt er. Für sie hat Google deshalb ein erweitertes Sicherheitsprogramm entwickelt. Zum Beispiel ist die Zwei-Stufen-Authentisierung nur noch mit einem Schlüssel – entweder im Smartphone oder physisch – möglich.

Daten, Kopien von Ausweisdokumenten oder sensible Informationen über die Familie und Freunde. „Die Phishing-Methoden der Cyberkriminellen werden immer besser. Selbst für Fachleute ist nicht jede gefährliche E-Mail auf den ersten Blick zu erkennen“, bestätigt der Hijacking-Experte Jeroen Kemperman aus dem Schweizer Team. Um selbst auf dem neuesten Stand der Phishing-Methoden zu bleiben, steht das Google-Team im regelmässigen Austausch mit Expert*innen weltweit – sowohl im eigenen Konzern als auch mit Industrie- und Hochschulpartnern. „Als Teil der FIDO-Allianz entwickeln wir zum Beispiel gemeinsam mit über 250 anderen Unternehmen der Tech-Branche sichere Authentifizierungsstandards ohne Passwörter“, sagt Kemperman.

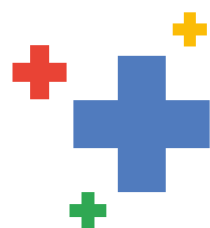
Immerhin nutzen die meisten Menschen ganz verschiedene digitale Anwendungen, mit Schnittstellen zu ganz unterschiedlichen Systemen. Google hat hierzu eine eigene Strategie gefunden. „Wir wollen unsere eigenen, hohen Sicherheitsstandards auch bei anderen Anwendungen in unserem System gewährleisten“, erklärt Pietraszek. Die Safe-Browsing-Technologie schützt zum Beispiel weltweit rund vier Milliarden Geräte. Um das Internet für alle sicherer zu machen, stellt Google die Technologie auch anderen Unternehmen kostenlos in ihren Browsern zur Verfügung. Viele Kooperationspartner bieten ihren Nutzer*innen auch den Login mit einem Google-Konto an. Das ist gerade für kleinere Anbieter attraktiv, denn es hat einen Vorteil: Für die Sicherheit der Daten ist weiterhin Google mit seinem grossen Cyber-Security-Team verantwortlich.

Gemeinsam für mehr Sicherheit

Mit Daten lässt sich im Darknet sehr viel Geld verdienen. Und unsere E-Mail-Accounts bergen genug Schätze, Banking-



Erkennen Sie Phishing?
Machen Sie das Quiz.



Privacy Sandbox

Die 2019 von Chrome ins Leben gerufene Privacy Sandbox ist ein gemeinschaftliches Open-Source-Projekt zur Entwicklung einer Reihe neuer Technologien in Form von Webstandards. Diese haben das Ziel, die Online-Messbarkeit und Zielgruppenansprache mit dem Schutz der Privatsphäre jedes und jeder Einzelnen zu ermöglichen. Webbrowser, Online-Publisher, Ad-Tech-Unternehmen, Werbetreibende sowie Webentwickler*innen sind eingeladen, sich zu beteiligen und zur Privacy Sandbox beizutragen. Sie wird neue Grundlagen für ein sichereres, nachhaltigeres und privateres Web schaffen – damit das Internet offen und für alle zugänglich bleibt.



Secure by default

Integrierte Sicherheit durch standardmässige Schutzfunktionen

Alle Google-Produkte werden durch eine Sicherheitsinfrastruktur geschützt, die zu den fortschrittlichsten der Welt zählt. Durch die integrierten Sicherheitsfunktionen werden viele Gefahren im Internet automatisch erkannt und blockiert, sodass personenbezogene Daten möglichst sicher sind.



You're in control

Innovative Lösungen für die Onlinesicherheit von heute und morgen

Mit benutzerfreundlichen Datenschutz- und Sicherheitseinstellungen haben Sie Ihre persönlichen Daten selbst in der Hand. Wir arbeiten nicht nur daran, Ihre Daten privat und sicher zu halten, sondern wir möchten es für Sie so einfach wie möglich machen zu entscheiden,

- welche Daten freigegeben, gespeichert oder gelöscht werden,
- welche Werbung Sie sehen
- und welche Privatsphäreinstellungen die richtigen für Sie sind.



Private by design

Individueller Datenschutz durch transparente Privatsphäreinstellungen

Für den Schutz der Privatsphäre gibt es keine Einheitslösung. Wir entwickeln Optionen, mit denen Nutzer*innen ganz einfach die für sie passenden Datenschutzeinstellungen auswählen können. Dazu zählen zum Beispiel Einstellungen, mit denen sich festlegen lässt, welche Aktivitätsdaten im Google-Konto gespeichert und verwendet werden, um Google-Dienste zu personalisieren.

Wir handeln stets nach unseren Grundsätzen:

- Wir verkaufen Ihre persönlichen Daten niemals an Dritte.
- Wir verwenden die von Ihnen erstellten und in Anwendungen wie Google Mail, Fotos und Drive gespeicherten Inhalte niemals für Werbezwecke.
- Wir verwenden niemals sensible Informationen zur Personalisierung von Anzeigen – wie Gesundheit, Herkunft, Religion oder sexuelle Orientierung.

Verbesserte Sicherheit durch laufend aktualisierte Technologien

Verschlüsselung schützt Ihre Daten bei der Übertragung

Verschlüsselung sorgt für ein höheres Sicherheits- und Datenschutzniveau der Google-Dienste. Wenn Sie E-Mails senden, Videos teilen, Websites besuchen oder Fotos speichern, werden Daten zwischen Ihrem Gerät, den Google-Diensten und -Rechenzentren hin und her gesendet. Google schützt diese Daten mit mehreren Sicherheitsebenen, darunter führende Verschlüsselungstechnologien wie HTTPS und Transport Layer Security, kurz TLS.

Sicherheitswarnungen helfen, Ihre persönlichen Daten zu schützen

Google informiert Sie über relevante Ereignisse, etwa wenn eine verdächtige Anmeldung stattfindet, Sie eine schädliche Website, Datei oder App öffnen wollen oder Google Empfehlungen für eine Verbesserung Ihres Schutzes hat. Beispielsweise werden Sie von Gmail gewarnt, bevor Sie einen möglicherweise sicherheitsgefährdenden Anhang herunterladen. Oder wenn sich jemand in Ihrem Konto anmeldet von einem Gerät aus, das Sie nicht verknüpft haben. Wenn Google in Ihrem Konto verdächtige Aktivitäten feststellt, wird eine Benachrichtigung an Ihren Posteingang oder an Ihr Smartphone gesendet, sodass Sie Ihr Konto mit nur einem Klick besser schützen können.

Schädliche und irreführende Werbung rechtzeitig blockieren

Werbung, die Malware enthält, kann Ihre Sicherheit oder das Surfen im Internet beeinträchtigen. Sie kann etwa gesuchte Inhalte verdecken, gefälschte Waren anpreisen oder gegen Googles Werberichtlinien verstossen. Google nimmt dieses Problem sehr ernst. Mithilfe einer Kombination aus menschlichen Prüfern und moderner Software blockiert Google jedes Jahr Milliarden unzulässiger Werbeanzeigen – das sind im Schnitt

100 pro Sekunde. Sie können mit Google-Tools auch anstössige Werbung melden und selbst entscheiden, welche Werbung Sie sehen möchten. Ausserdem veröffentlicht Google Erkenntnisse und Best Practices, um sie auch Partnern zur Verfügung zu stellen und so das Internet für alle sicherer zu machen.

Umfassender Schutz Ihrer Daten durch die Google-Cloud-Infrastruktur

Google betreibt eine der sichersten und zuverlässigsten Cloud-Infrastrukturen der Welt, um Ihre Daten zu schützen und Ihnen jederzeit Zugriff zu ermöglichen. Bei einem Ausfall werden die Dienste automatisch und unverzüglich von einem Rechenzentrum in ein anderes verschoben, sodass die Dienste möglichst ohne Unterbrechung weiter bereitgestellt werden können.

Möglichst sichere Anmeldung in all Ihren Onlinekonten

Onlinekonten sind personalisierte Dienste, die das Leben erleichtern können. Gleichzeitig stellt die Anmeldung in solchen Konten aber auch das grösste Sicherheitsrisiko für persönliche Daten dar. Jeden Tag werden Millionen von Passwörtern im Rahmen von Datenpannen preisgegeben – ein grosses Risiko für private Informationen. Googles integrierte Authentifizierungstools und -dienste helfen Ihnen, sich möglichst schnell und sicher in Ihren Lieblings-Apps und -Diensten anzumelden.



Prüfen Sie hier Ihre Datenschutzeinstellungen (Privatsphärencheck) und passen Sie diese an Ihre Bedürfnisse an.

Der Schutz Ihrer Daten beginnt mit modernen Sicherheitsfunktionen.

Alle Google-Produkte werden durch eine Sicherheitsinfrastruktur geschützt, die zu den fortschrittlichsten der Welt zählt. Durch die integrierten Sicherheitsfunktionen werden viele Gefahren im Internet automatisch erkannt und verhindert, sodass Ihre personenbezogenen Daten möglichst sicher sind. Erfahren Sie mehr dazu auf safety.google



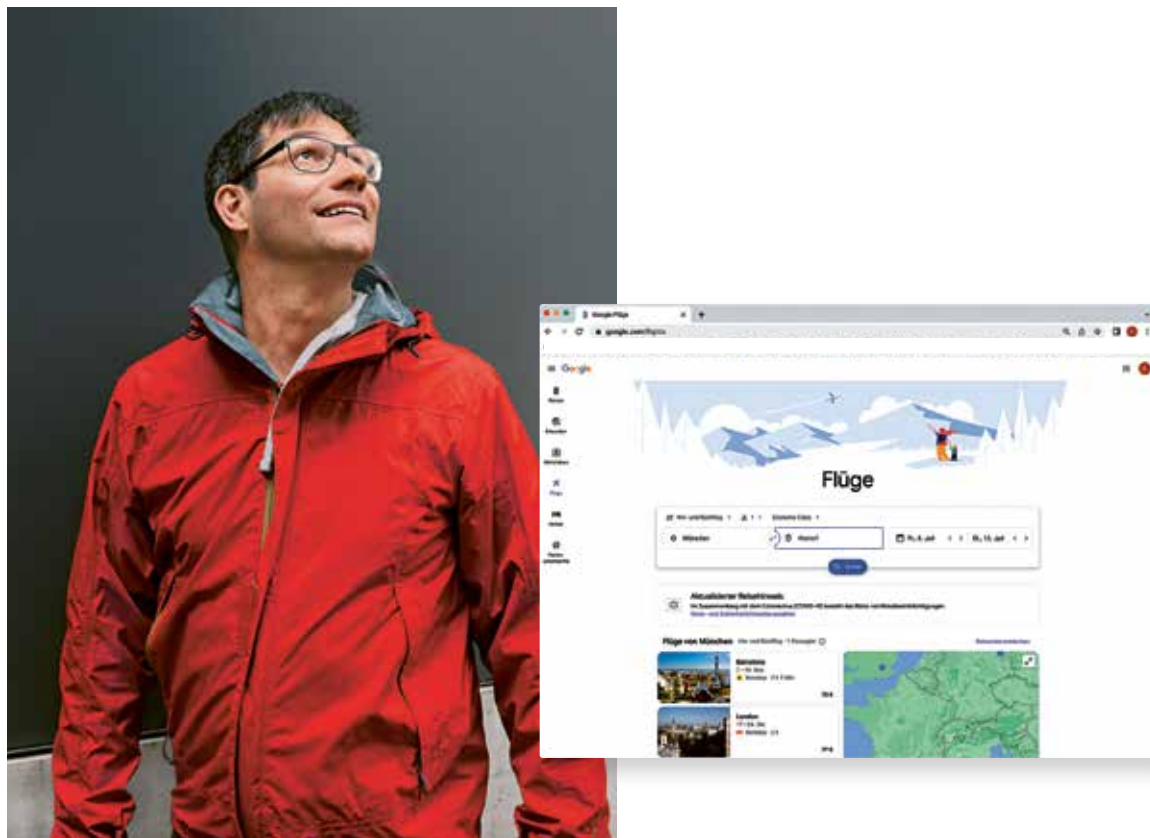
Für die meisten Menschen reicht der standardmässige Kontoschutz von Google aus, um persönliche Daten zu schützen. Doch für diejenigen, die einem erhöhten Risiko gezielter Online-Angriffe ausgesetzt sind, wurde das erweiterte Sicherheitsprogramm entwickelt. Mehr darüber in diesem Video.



Wollen Sie die Sicherheit Ihres Google-Accounts überprüfen, dann machen Sie den Sicherheitscheck und verbessern Sie so Ihre Onlinesicherheit.

Nachhaltigkeit garantieren

„Bis 2030 wollen wir CO₂-frei werden“



Die Gletscher in unseren Alpen schmelzen, Flüsse und Seen laufen über, und Stürme fegen durch die Täler – der Klimawandel ist die grösste Herausforderung der Menschheit. Wir nehmen unsere Verantwortung ernst: Bis 2030 wollen wir unsere Energieversorgung CO₂-frei betreiben. Zudem sollen alle Nutzer*innen mit unseren Produkten klimafreundlicher leben können. Die Entwickler Patrik Reali und Noel Gorelick aus den Zürcher Büros arbeiten daran – mit der Google Earth Engine und einer Suchfunktion für emissionsarme Flüge.



Die Klimakrise zu bewältigen ist eine Mammutaufgabe, die nur gelingen kann, wenn jede und jeder dazu beiträgt: Velo fahren statt Auto zum Beispiel. Oder Economy Class fliegen statt Business Class. Eine kleine Entscheidung für eine einzelne Person – die einen gewaltigen Unterschied machen kann, wenn Millionen von Menschen sich ihr anschliessen. Nutzer*innen dazu befähigen, klimafreundliche Entscheidungen zu treffen – das ist eine Weise, wie Google versucht, seinen Teil zu einer nachhaltigeren Welt beizutragen.

Die andere Weise betrifft Google selbst: Bis 2030 sollen alle Rechenzentren des Unternehmens ausschliesslich mit CO₂-freier Energie betrieben werden. Wie das gehen soll? Die Antwort steht noch aus, gesteht selbst Google-Chef Sundar Pichai: Das Ziel sei so ambitioniert wie die Mondlandung.

Wie kann Reisen nachhaltiger werden?

An dieser Reaktion tritt das Selbstverständnis eines Unternehmens zutage, das seinen Mitarbeitenden mehr als nur die naheliegende Lösung abverlangt. Patrik Reali aus den Zürcher Google-Büros kennt den Anspruch seines Arbeitgebers aus nächster Nähe. Als Engineering Manager treibt er mit seinen Teams verschiedene Projekte voran. Unter anderem beschäftigt er sich mit der Frage, wie Reisen nachhaltiger werden kann: Eines von Realis Teams entwickelt Google Flights weiter, die Suchmaschine für Flüge. Eines Tages, nach einem Vortrag, entspann sich eine Diskussion dazu, ob es nicht denkbar wäre, in den Google-Flights-Resultaten auch Zugverbindungen anzuzeigen – oder gar die Emissionen eines einzelnen Fluges? „So entstand das Projekt, ganz spontan, indem wir sagten: Das probieren wir.“

Patrik Reali ist das Erstaunen über die Entstehungsgeschichte der neuen Anwendung noch immer anzumerken. Wer heute mit Google nach passenden Flügen sucht, sieht Hinweise zu den entstehenden Emissionen – und ob ein bestimmter Platz in einem Flugzeug emissionsärmer als ein anderer ist. Doch von vorne.

In einem kleinen Team aus Freiwilligen wälzten Reali und seine Kolleg*innen die Frage, woher sich die Daten für die geplante Applikation nehmen liessen. „Anders als bei einem Auto, für das ich leicht nachlesen kann, dass es 5,1 Liter pro 100 Kilometer verbraucht, sind die Daten in der Flugzeugindustrie streng vertraulich.“ Die Entwickler*innen testeten vorhandene CO₂-Rechner und staunten, wie unterschiedlich die Annahmen waren, die ihnen zugrunde lagen – und wie verschieden ihre Ergebnisse. Mit Mühe und Beharrlichkeit liessen sich erste Informationspakete auftreiben. Patrik Reali erkannte, durchaus naheliegend, dass neuere Flugzeuge weniger Kerosin verbrennen als ältere. Platzsparende Economy-Sitze schneiden mit

Blick auf die durchschnittlichen Emissionen besser ab als raumgreifende Business-Class-Sessel. Weil beim Start besonders viel Kerosin verbrennt, fallen bei Kurzstreckenflügen mehr Emissionen an. „Sogar die Biegung der Flügelspitzen eines Flugzeuges beeinflusst seinen Kerosinverbrauch“, sagt Patrik Reali. Schritt für Schritt und viele Rechenoperationen später näherte sich sein Team dem an, was sich als verlässliche Schätzung des CO₂-Fussabdrucks einer Person auf einem bestimmten Flug auf einem bestimmten Platz formulieren lässt.

Ein Wettbewerb in der Luftfahrtindustrie ist entbrannt

Die Resonanz auf das Ergebnis und die neue Funktion im Rahmen von Google Flights war gross. Weit über 1'000 Pressemeldungen befassten sich im Herbst 2021 mit der kleinen, aber wegweisenden Funktion, entwickelt in der Schweiz. Google-CEO Sundar Pichai verweist heute häufig auf die Entwicklung aus Zürich, weil sie belegt, an wie vielen Stellen Google für mehr Nachhaltigkeit arbeitet. Patrik Reali freut die Reaktion, er weiss um den möglichen Impact: Millionen Menschen nutzen täglich Google Flights und können mit ihren nachhaltigen Entscheidungen Tonnen an CO₂ sparen. Zugleich regen sie einen neuen Wettbewerb in der Luftfahrtindustrie an, viele Airlines haben ihre anfängliche Zurückhaltung aufgegeben. „Unser Projekt hat eine Dynamik in der Industrie ausgelöst, die sehr interessant ist“, sagt Patrik Reali. „Alle wollen etwas zum Umweltschutz beitragen.“ Der Veränderungswille war auch bei Google zu spüren. „Als wir neue Mitarbeiter*innen suchten, wurden wir von Anfragen überrollt, weil viele Lust auf ein derart sinnvolles Projekt hatten“, erinnert sich Patrik Reali. Zusammen mit den 20 Kolleg*innen aus seinem neuen Team blickt er nun nach vorne, es gebe viel zu tun: „Das Projekt befindet sich nach wie vor in einer frühen Phase.“

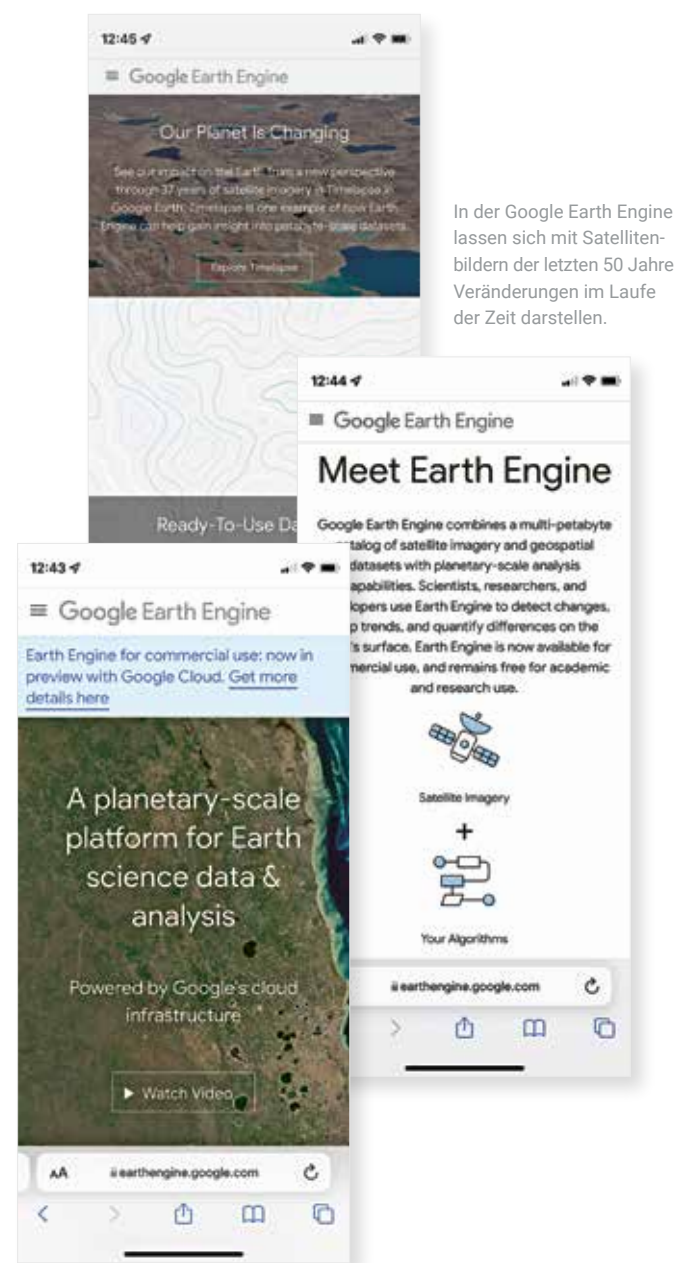
Umweltveränderungen in Echtzeit verfolgen

Noel Gorelicks Projekt wirkt im Vergleich zu Patrik Realis Arbeit schon etwas gereifter. Gorelick arbeitet seit 15 Jahren bei Google, erst in der Zentrale im kalifornischen Mountain View, später zog er samt Familie aufs Land nahe Zürich und wurde Teil der Schweizer Google-Community. Gorelick entwickelte die Google Earth Engine, eine Website, die Satellitenbilder aus mehr als 50 Jahren menschlicher Geschichte vorhält. Mit der Google Earth Engine lassen sich bildliche Zeitverläufe erstellen und Fragen beantworten: Wie entwickelte sich die Abholzung der Wälder im südamerikanischen Regenwald? Wo und wie schnell schreiten Wüsten in Afrika voran? Wie entwickelt sich die Siedlungsstruktur in der Schweiz?

Seit Kurzem gibt es ein Google-Werkzeug, mit dem sich solche Veränderungen nahezu in Echtzeit verfolgen lassen: Dynamic

World, so der Name des Projekts, das bald allen zur Verfügung stehen soll, ist ein Ergebnis einer Zusammenarbeit des World Resources Institute und Google.

In Dynamic World kann man sich zum Beispiel die Veränderung der Umwelt nach dem Vulkanausbruch auf der Kanareninsel La Palma ansehen. Die Detailgenauigkeit, kombiniert mit der Aktualität, dürfte es Wissenschaftlern und politischen Entscheidungsträgern künftig ermöglichen, das Ausmass aktueller Ereignisse überall auf der Welt – wie Schneestürme, Waldbrände oder Vulkanausbrüche – innerhalb weniger Tage zu erkennen und zu quantifizieren.



In der Google Earth Engine lassen sich mit Satellitenbildern der letzten 50 Jahre Veränderungen im Laufe der Zeit darstellen.

Google und der Einsatz fürs Klima

2007 ist Google das erste Grossunternehmen der Welt, das klimaneutral ist.

Wir verfolgen mit unseren Praktiken, Partnerschaften und Produkten ein zentrales Anliegen: Wir möchten Nachhaltigkeit im grossen Massstab fördern. Darum stellt Google Umweltdaten zusammen, die mithilfe von Technologie praktisch umgesetzt werden können. So wird Menschen geholfen, gemeinsam etwas zu bewirken.

Das Tempo vorgeben

Unser Handeln ist umweltorientiert. Als weltweit grösster gewerblicher Abnehmer von erneuerbarer Energie (auf Jahresbasis) suchen wir laufend nach innovativen Möglichkeiten, um die Betriebstätigkeit nachhaltiger zu gestalten und andere zu inspirieren, Googles Beispiel zu folgen.

2017 ist Google das erste Grossunternehmen der Welt, das seinen gesamten Stromverbrauch mit erneuerbaren Energien deckt.

Neue Wege beschreiten

Nachhaltigkeit lässt sich leichter verwirklichen, wenn alle am gleichen Strang ziehen. Deshalb arbeitet Google mit Non-Profit-Organisationen, Forschungsinstituten, Behörden und Unternehmen zusammen, um massgeschneiderte Technologien und Hilfsmittel zu entwickeln und schneller eine Wende herbeizuführen.

Persönlicher Einsatz zählt

Wir möchten nachhaltiges Handeln so einfach wie möglich gestalten. Deshalb werden Produkte und Technologien entwickelt, die den Menschen helfen, die Auswirkung ihres Handelns besser zu verstehen.

CO₂-freie Cloud

Jedes Produkt in der Google Cloud ist klimaneutral, unabhängig davon, ob man einfach privat zu Hause die Google Suche nutzt oder ein grosses Unternehmen sein Geschäft über Google Cloud abwickelt.

Bis 2030 will Google das erste Grossunternehmen der Welt sein, das mit CO₂-freier Energie arbeitet, und dabei helfen, eine CO₂-freie Zukunft für alle zu ermöglichen.

Nicht nur Unternehmen fragen sich, was sie noch tun können, um den Planeten zu schützen – auch Privatpersonen stellen sich zunehmend diese Frage. Google hat im Oktober 2021 mehrere neue Produkte vorgestellt, die dazu beitragen können, dass Menschen nachhaltigere Entscheidungen treffen. Dazu gehören Hilfsmittel, die umweltfreundlichere Optionen für Reisen und Einkäufe aufzeigen, ein „Nest“-Programm, um saubere Energie von zu Hause aus zu unterstützen, und eine umweltfreundliche Routenplanung auf Google Maps. So zeigt etwa ein Beispiel aus Berlin, dass man ganze 18 Prozent Treibstoff einsparen kann mit einer Fahrstrecke, die nur drei Minuten länger dauert als die schnellste Route.

Dies alles soll dazu beitragen, das Ziel von Google zu erreichen, eine Milliarde Menschen dabei zu unterstützen, nachhaltigere Optionen zu wählen.

Google unterstützt mehr als 500 Städte bei der Messung und Nachverfolgung ihrer CO₂-Emissionen und will so bis 2030 insgesamt eine Gigatonne CO₂ einsparen.



Erfahren Sie hier mehr über die neuesten Fortschritte von Google auf sustainability.google

Mit vielen kleinen Schritten zu nachhaltigen Büros

Wie klimafreundlich geht es? An den Zürcher Google-Standorten wird kontinuierlich der Weg in Richtung Nachhaltigkeit gegangen – inzwischen sind die Offices in vielen Bereichen zum Modell für eine umweltfreundliche Arbeitsumgebung geworden.

Sechs Gebäude umfasst der Zürcher Google-Standort an der Europaallee – und er dient nicht nur Google-intern als Modell für eine nachhaltige Arbeitsumgebung: 1'500 Velo-Stellplätze gibt es hier. Kostenlose Parkplätze für Autos stehen hingegen nicht zur Verfügung. Am sogenannten Bike to Work Day bietet Google allen Mitarbeiter*innen an allen Standorten in der Schweiz kostenlose Velo-Check-ups an. E-Trottinettes können sich die Zoogler*innen ausleihen.

50 Mitarbeiter*innen in den Facility-Teams kümmern sich um die Gebäude an den beiden Google-Standorten in Zürich. Ein Teil von Reya Shawkys Arbeit besteht aus dem Erheben und Auswerten von Daten – zum Beispiel über den Wasser- und Stromverbrauch sowie das Abfallaufkommen an den Standorten. Alle Erkenntnisse werden bestmöglich umgesetzt und fliessen in die Planung neuer Standorte ein. Vier Beispiele:

Wasser einsparen: Vor Kurzem wurden auf allen Stockwerken in den Schweizer Google-Büros Wasseruhren installiert. Um den Wasserverbrauch zu senken, werden nun die Armaturen in den Toiletten mit Bewegungssensoren ausgestattet: Das Wasser läuft dann nur noch, wenn der Sensor aktiviert wurde. Mehr als 600 Wasserhähne werden zu diesem Zweck an den Standorten ausgetauscht. Und bald soll auch der Wasserdruck verringert werden, von gut 5 Litern pro Minute auf 0,4 Liter pro Minute – um Wasser zu sparen.



Facility-Managerin Reya Shawky und ihr Team kümmern sich darum, dass die Zürcher Google-Standorte immer nachhaltiger werden.



Von der Abfallvermeidung beim Kantineessen über dichtere Vorhänge zur Wärmeisolierung bis hin zur Mülltrennung: Der Standort Zürich ist ganz auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

Kleineres Geschirr: Seit einer Weile nutzt man in der Kantine kleineres Geschirr, weil man festgestellt hat, dass grosse Teller dazu verleiten, grössere Portionen zu nehmen, als man essen kann, und das Essen dann im Abfall landet. Mit den kleinen kann man dafür öfter Nachschlag holen.

Mülltrennung: Überall im Gebäude stehen „Better Bins“, in denen Aluminium, PET und Restmüll getrennt werden. „Wir recyceln alles und nutzen recyceltes Material, wo es geht“, sagt Shawky.

Energienutzung: In den Räumen an der Zürcher Europaallee hängen schwere Vorhänge von den hohen Decken. „Im Winter halten sie die Wärme innen, im Sommer draussen“, sagt Reya Shawky. „Ausserdem dämpfen sie die Lautstärke, damit die Zooglerinnen und Zoogler konzentriert arbeiten können.“

Restor

Das Projekt Restor will die globale Forschungsgemeinschaft mit einer wissenschaftsbasierten offenen Datenplattform dabei unterstützen, Daten über die Erde zu sammeln. Bedrohte oder zerstörte Ökosysteme sollen dadurch gezielt geschützt und wiederhergestellt werden können. Weil dafür enorme Rechenleistung erforderlich ist, unterstützt Google das Projekt mit der Google Cloud. Restor nutzt ausserdem Daten der Google Earth Engine, um beispielsweise herauszufinden, welche Tierarten in welchen Gebieten der Erde besonders bedroht sind, wo besonders viel Niederschlag fällt oder wie sich die Vegetation verändert. Weltweit haben sich bereits mehr als 520 Organisationen in 110 Ländern an Restor beteiligt.

Swisscleantech

Im Verband Swisscleantech haben sich klimabewusste Schweizer Unternehmen zusammengeschlossen. Auch Google gehört dazu und will seine Erfahrungen aus den Bereichen Energieeffizienz und erneuerbare Energien mit den rund 500 Mitgliedern aus allen Branchen teilen. Durch den Einsatz eigener Chip Units, fortschrittlicher Kühlungstechniken sowie Machine Learning zur Automatisierung der Energieoptimierung hat Google es beispielsweise geschafft, dass die eigenen Data Centers im Durchschnitt fast doppelt so energieeffizient sind wie vergleichbare Data Centers anderer Unternehmen. Im Unterschied zu vor fünf Jahren bringen sie ausserdem rund sechs Mal mehr Rechenleistung, nutzen aber weiterhin die gleiche Menge elektrischer Energie.



Sundar Pichai, CEO Google und Alphabet, stellt Optionen zur Nachhaltigkeit mit Google vor.

Engagement

Für das Wohl aller

Den Spirit, dass sich unsere Mitarbeiter*innen am Standort wohlfühlen sollen, wollen wir auf die ganze Gesellschaft in der Schweiz übertragen. Dazu unterstützt Google viele kleine und grosse Projekte.



Um das Leben für alle Menschen zu verbessern, setzen wir uns dafür ein, Wissen zu teilen und Diversität zu fördern. Dazu kooperieren wir im Rahmen von vielen Partnerschaften mit Medien, Museen und Stiftungen. Auch aus dem Team von Google Schweiz kommen vielversprechende Initiativen – etwa das Projekt HURIDOCS, bei dem künstliche Intelligenz den Zugang zu Menschenrechten verbessern soll. Die Zooglerin Grace Danciu hat im Rahmen einer Google.org Fellowship einige Zeit bei HURIDOCS mitgearbeitet und wurde nachhaltig davon geprägt. Hier berichtet sie von ihren Erfahrungen.

Alle, die sich professionell für die Verteidigung von Menschenrechten einsetzen, brauchen Beweise, Gesetze und Forschungsergebnisse, um Gerechtigkeit und Rechenschaftspflicht zur Geltung zu verhelfen. HURIDOCS entwickelt Instrumente und Strategien, die diese Informationen zugänglich machen. Die Zooglerin Grace Danciu (Foto rechts) hat 2019 und 2020 im Rahmen einer Google.org Fellowship das HURIDOCS-Team verstärkt.



Woran haben Sie bei Google gearbeitet, bevor Sie an der Google.org Fellowship teilgenommen haben?

Grace Danciu: Ich habe an Google Assistant gearbeitet, genauer gesagt in dem Teil des Teams, der versucht, Google Assistant hilfreicher zu machen, indem er persönlicher und proaktiver wird. Ich habe auch an Gmail, Google Calendar, Google Flights und verschiedenen Google-Produkten für Werbetreibende, Webmaster und sogar Buchverlage gearbeitet.

Was bedeutete die HURIDOCS-Mission für Sie?

Grace Danciu: Als langjährige Googlerin glaube ich fest an die Mission von Google, die Informationen der Welt zu organisieren und sie allgemein zugänglich und nützlich zu machen. Als ich anfang, mit HURIDOCS zu arbeiten, war ich erstaunt zu entdecken, dass es da eine ganze Ecke im Informationsuniversum gab, die scheinbar zurückgelassen worden war: nämlich eine Menge wichtiger Menschenrechtsdokumente. Auch wenn diese Daten technisch gesehen im Internet zugänglich sind, sind sie nicht so organisiert, dass sie wirklich greifbar und verwendbar sind. Es war daher erfüllend, in HURIDOCS in einem Bereich zu arbeiten, der nicht genug Aufmerksamkeit erhalten hatte.

Wie sah ein typischer Tag bei HURIDOCS aus? Woran haben Sie gearbeitet?

Grace Danciu: Ich habe vor allem an dem Feature gearbeitet, das mithilfe von maschinellem Lernen Dokumente automatisch kategorisiert – diesen Algorithmus richtig hinzubekommen, ist der Schlüssel zu einer besseren Auffindbarkeit und Verwendung von Informationen in Bezug auf Menschenrechte. Aber es gab auch viel zu tun, um den zugrunde

liegenden Bedarf zu verstehen. Wir sprachen mit unseren Nutzerinnen und Nutzern eingehend über die Vorteile und Grenzen des maschinellen Lernens und verfeinerten den Algorithmus auf der Grundlage von Nutzereingaben. Maschinelles Lernen wird heutzutage viel gepriesen, aber für viele Menschen ist es immer noch ein mysteriöses und beängstigendes Thema, das entweder all ihre Probleme auf magische Weise lösen wird oder zu unerklärlich schlechten Ergebnissen führt. Wir haben viel Zeit damit verbracht, unseren Nutzerinnen und Nutzern die Grundlagen des maschinellen Lernens auf verständliche Weise zu erklären, um ihm die Aura des Mysteriösen zu nehmen und ihnen zu helfen, auch ihre Rolle für den Erfolg der Funktion zu verstehen.

Hat die Erfahrung mit dem Stipendium Ihre Einstellung zu Ihrer Arbeit bei Google verändert?

Grace Danciu: Das kann man wohl sagen! Mir ist bei HURIDOCS schnell klar geworden, dass die Arbeit an einer Sache, die ich zutiefst bedeutsam finde, kein „nice to have“ ist, sondern etwas, auf das ich nicht mehr verzichten möchte. Entsprechend habe ich mich nach meiner Fellowship orientiert. Ich habe einen Master in Social Innovation in Teilzeit an der University of Cambridge angefangen, bei dem ich aktuell schon in der zweiten Hälfte bin. Bei Google bin ich jetzt im Team „Jigsaw“, wir beschäftigen uns mit der Öffnung der Bekämpfung von Zensur – ebenfalls ein soziales Thema. Und bei HURIDOCS bin ich seit meiner Fellowship im Board und begleite die Arbeit des Teams so weiter. Klar, das ist alles zusammen recht viel, aber weil ich überall einen grösseren Sinn sehe, macht mir das kaum etwas aus – ich wollte es gar nicht anders.

Wir sind auf der Suche nach Ideen, die die Welt verändern

Wenn es dann an die Umsetzung geht, braucht es Geld, Ideen, Fachwissen und einen langen Atem. Google.org hilft hier weiter.

Mit Google.org will Google die grossen Herausforderungen unserer Zeit angehen. Deshalb stellt Google finanzielle Mittel, Ideen und Fachwissen zur Verfügung, um benachteiligte Bevölkerungsgruppen zu unterstützen und gleiche Chancen für alle zu schaffen. Die Lösung komplexer Probleme erfordert langfristigen Einsatz, und Google möchte aktiv dazu beitragen.

Google.org Fellowship

Die Google.org Fellowship ist ein Pro-bono-Programm, in dessen Rahmen Mitarbeitende von Google bis zu sechs Monate lang in Vollzeit technische Projekte bei Non-Profit-Organisationen und Bürgervereinigungen unterstützen. Die Fellows lassen ihren regulären Job bei Google ruhen und entwickeln zusammen mit den Mitarbeitenden der Organisationen skalierbare Lösungen, die deren Projekte nachhaltig und langfristig fördern.

Google.org Impact Challenges

Im Mittelpunkt jeder Challenge steht ein bestimmtes Problem oder eine Gemeinschaft – wie etwa eine Stadt, ein Kontinent oder die ganze Welt. Google sucht Non-Profit-Organisationen und Sozialunternehmen mit schnell umsetzbaren, skalierbaren Lösungskonzepten für die Herausforderungen unserer Zeit. Die besten und ambitioniertesten Ideen werden mit einem Strategiepaket aus Geldmitteln, Mentoring und technologischer Hilfestellung unterstützt. Im Jahr 2021 hat Google.org eine Impact Challenge zur „Gleichstellung und vollständiger wirtschaftlicher Teilhabe für Frauen und Mädchen“ sowie zu „Klima 2021“ durchgeführt, ein grosser Teil der Projekte war in Zürich entstanden und gereift.

Google Serve und Holiday Giving Campaign

Jeweils im Monat Juni führt Google weltweit an allen Standorten Google Serve durch. Dabei machen Google-Mitarbeitende Freiwilligeneinsätze bei gemeinnützigen Organisationen vor Ort oder virtuell. Im November organisiert Google jährlich die Holiday Giving Campaign – eine weltweite Spendenaktion für Hilfsorganisationen, die den Bedürftigsten helfen.

Google for Nonprofits

Mit Google for Nonprofits möchte Google einen positiven Beitrag zum lokalen Umfeld leisten, in dem alle Menschen leben und arbeiten. Gemeinnützige Organisationen erhalten vergünstigten oder gar kostenlosen Zugang zu Google-Produkten wie Google Workspace, Google Ad Grants, YouTube oder Google Earth und Google Maps.

Google Schweiz organisiert zudem regelmässig den Google NPO/NGO Summit, an dem Organisationen aus dem karitativen Bereich bei ihren Aktivitäten durch Know-how und Tipps unterstützt werden und von den Erfahrungen und Technologien von Google profitieren.



Entdecken Sie hier mehr über Google for Nonprofits.

Career Certificate Partner



Die Fondation Beyeler ist ein bekanntes Museum für moderne und zeitgenössische Kunst mit dem Anspruch, Kunst einer breiten Bevölkerung schmackhaft zu machen – besonders der jungen Generation.

Unterstützung für die Kultur – den Kitt der Gesellschaft

Von der Fondation Beyeler bis zur Tonhalle Zürich: Google fördert Kulturprojekte schweizweit.

Google Arts & Culture

Seit 2011 gibt es mit Google Arts & Culture ein Engagement von Google, Kultur ins Internet zu bringen und sie einem möglichst grossen Publikum zugänglich zu machen. Dank Google und der Kooperationsbereitschaft namhafter Museen, Kunsthallen und Institutionen können Kunstliebhaber auf der ganzen Welt mit nur wenigen Klicks Gemälde, Skulpturen, Strassenkunst und Fotos entdecken. Zu den Schweizer Partnern von Google Arts & Culture zählen unter anderem das Kunsthaus Zürich, die Fondation Beyeler in Riehen/Basel, die Tonhalle Zürich, das Musée d'ethnographie in Neuenburg oder das Olympische Museum in Lausanne.



Entdecken Sie hier mehr aus der Fondation Beyeler.



Erfahren Sie hier mehr über das Olympische Museum in Lausanne.



Sehen Sie sich hier sämtliche Schweizer Partner auf Google Arts & Culture an.



In einer Welt, in der jeder Mensch dazugehört, ist alles möglich.

Wir arbeiten aktiv daran, Barrieren für alle zu beseitigen.

Vielfalt und Zugehörigkeit: Wir fördern aktiv eine Kultur der Vielfalt und der Zugehörigkeit. Erst das Verfolgen dieser Grundsätze ermöglicht es uns, Produkte zu entwerfen und zu entwickeln, die allen gerecht werden.

Inklusion: Google ist Teil von PurpleSpace und lenkt die Aufmerksamkeit auf den ökonomischen Beitrag von weltweit 386 Millionen Berufstätigen mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen. Das ermutigt weitere Menschen dazu, noch inklusiver zu leben.

Geschlechtergerechtigkeit: Wir fördern gezielt Frauen und deren Entfaltung, dazu führen wir bei Google Schweiz regelmässig Trainings und Programme wie #IamRemarkable (siehe rechts) und Women Will, eine Initiative von Grow with Google, die dabei unterstützt, das wirtschaftliche Potenzial von Frauen durch digitale Fähigkeiten und Gemeinschaftsbildung zu stärken. Mehr unter womenwill.google

PRIDE – Stolz, dazuzugehören: Wir unterstützen LGBTQIA+-Gemeinschaften in der Schweiz, etwa das Zurich Pride Festival: Wir finanzieren und feiern integrative Räume, die die Zugehörigkeit für alle fördern.



Erfahren Sie hier mehr über pride.google

#IamRemarkable

#IamRemarkable ist eine Google-Initiative mit dem Ziel, Menschen zu ermutigen, offen über ihre beruflichen und privaten Erfolge zu sprechen und kritisch über Bescheidenheitsnormen zu reflektieren. In einer Gesellschaft, in der häufig Bescheidenheit erwartet wird, fällt es vielen Menschen – vor allem Frauen – schwer, selbstbewusst über Erfolge zu sprechen.

Im Training #IamRemarkable von Google Atelier Digital lernen Sie, offen über das zu sprechen, was Sie beruflich und persönlich auszeichnet. Das Training beinhaltet eine kurze theoretische Einleitung, Diskussionen und Übungen, die Ihnen helfen, zukünftige Herausforderungen mit mehr Selbstvertrauen meistern zu können.

Bis heute hat Google mit den #IamRemarkable-Trainings 185'000 Menschen in über 150 Ländern erreicht.

82 Prozent gaben an, sich seit der Teilnahme an dem Training selbstbewusster zu fühlen.



Erfahren Sie hier mehr über [#IamRemarkable](https://iamremarkable.com).

Bildnachweise

Cover und Seiten 3, 5, 11, 32–33: Yves Bachmann; Seiten 4, 6, 23–24: Marvin Zilm; Seiten 4, 16–18, 28, 36: Miriam Kuenzli; Seiten 7–9, 27: Anne Gabriel-Jürgens; Seite 10: Getty Images; Seite 16: Zubi; Seite 19: Rita Palanikumar; Seiten 4–5, 7–10, 12–15, 20–22, 34, 37–39, 43: Google; Seite 38: Fletcher Priest; Seite 41: Mark Niedermann/Fondation Beyeler

Impressum

Google Switzerland GmbH
Brandschenkestrasse 110
8002 Zürich
1. Auflage Juli 2022
Kontakt:
press-ch-external@google.com

Wie alles anfang...



Eines der ersten Gruppenfotos. Damals war Google noch so klein, dass alle Mitarbeiter auf ein Foto passten. Das hat sich geändert. Die hohen Ideale und die Mission aber sind bis heute geblieben.

Die Geschichte von Google begann 1995 an der Stanford University. Larry Page überlegte, an der Uni zu studieren, und Sergey Brin, der bereits Student dort war, sollte ihm den Campus zeigen.

Einigen Erzählungen zufolge konnten sie sich während ihres ersten Treffens auf schier gar nichts einigen – doch schon im folgenden Jahr begannen sie ihre Zusammenarbeit. In ihren Wohnzimmerzimmern entwickelten sie eine Suchmaschine, die mithilfe von Links die Wichtigkeit einzelner Websites im World Wide Web ermittelte, und nannten diese BackRub.

Kurze Zeit später wurde BackRub (zum Glück!) in Google umbenannt. Dieser Name basiert auf einem Wortspiel mit der mathematischen Bezeichnung für die Ziffer 1 mit 100 Nullen und steht für die Mission von Brin und Page, die Informationen der Welt zu organisieren und für alle zu jeder Zeit zugänglich und nutzbar zu machen.

Im Laufe der nächsten Jahre begann sich nicht nur die akademische Welt für Google zu interessieren, auch Investoren im Silicon Valley wurden auf die Suchmaschine aufmerksam. Im August 1998 stellte Andreas von Bechtolsheim, einer der Gründer von Sun Microsystems, Brin und Page einen Scheck über 100'000 US-Dollar aus. Google Inc. wurde offiziell registriert. Dank dieser Investition zügelte das neu eingetragene Unternehmen aus dem Studentenwohnheim in sein erstes Büro – die Garage von Susan Wojcicki (Mitarbeiterin Nr. 16 und aktuell CEO von YouTube) im kalifornischen Menlo Park. Kluge Desktop-Computer, eine Tischtennisplatte und leuchtend blaue Auslegware bestimmten nun die Arbeit von den frühen Morgen- bis in die späten Abendstunden. Die Tradition einer farbenfrohen Arbeitsumgebung hält bis heute an.

Bei Google ging es von Anfang an eher unkonventionell zu: Der erste Server wurde aus Legosteinen gebaut, und das erste „Doodle“ (1998) bestand aus einem Strichmännchen im Logo, das Besucher der Website darauf hinwies, dass sich das gesamte Team freigenommen hatte und zum Burning Man Festival gefahren war. Der Leitsatz „Tu nichts Böses“ reflektiert die unkonventionellen Methoden. In den folgenden Jahren begann das Unternehmen rasch zu expandieren, stellte Informatiker ein, baute ein Vertriebsteam auf und begrüßte mit Yoshka den ersten Google-Hund im Team. Die Garage in Menlo Park wurde schnell zu klein, und Google zügelte erst nach Palo Alto und schliesslich nach Mountain View, seinem derzeitigen Unternehmenssitz, auch Googleplex genannt. Der Wunsch, die Dinge anders anzugehen, zügelte mit. Und Yoshka auch.

Die unablässige Suche nach besseren Antworten steht nach wie vor im Mittelpunkt des gesamten Schaffens. Inzwischen beschäftigt Google über 150'000 Mitarbeitende in über 50 verschiedenen Ländern und stellt Hunderte Produkte her, die von Milliarden Menschen weltweit genutzt werden – von YouTube über Android bis hin zu Gmail und natürlich der Google Suche. Obwohl die Lego-Server abgeschafft wurden und noch ein paar Hunde hinzukamen, hat sich auf dem Weg von der Garage zum Googleplex bis heute eines nicht geändert: weiterhin Technologien für alle Menschen zu entwickeln.



Sehen Sie sich hier das erste Doodle von 1998 an.

Unsere Mission:

Die Informationen dieser Welt
organisieren und allgemein zugänglich
und nutzbar machen.



Google