

goo.gl/gruezigoogle

#GrueziGoogle

GEMEINSAM ERFINDEN



„INNOVATION STECKT IN DER DNA DIESES LANDES“

Warum Google in der Schweiz stark auf Partnerschaften setzt – und auf gemeinsames Erfinden

AUF AUGENHÖHE GEGEN CYBERKRIMINELLE

Wie Google-Teams in Zürich Hackerangriffe simulieren und Sicherheitslücken aufspüren

„EINE EXZELLENTRE BASIS FÜR KI-FORSCHUNG“

Weshalb die ETH Zürich und Google Hand in Hand elementare Zukunftstechnologien voranbringen

Inhalt

- 04 Willkommen bei Google Schweiz**
5'000 Googler*innen aus 85 Nationen arbeiten heute bei Google in Zürich.
- 06 „Wir erfinden gemeinsam“**
Länderchefin Christine Antlanger-Winter erklärt, warum Partnerschaften für Innovationen so wichtig sind.
- 09 Google Miniature**
In Zürich sind alle Produktbereiche von Google an einem Standort präsent.
- 10 „Exzellente Basis für starke KI-Forschung“**
Wie Google und das AI Center der ETH Zürich die Erfinderkultur der Schweiz nutzen.
- 12 Nur zusammen sind wir stark!**
Mit vielen Partnern arbeitet Google zusammen an Projekten, die Menschen im Alltag unterstützen.
- 14 Weiterbildung bringt den digitalen Wandel voran**
Lebenslanges Lernen, Jobscouting und MINT-Förderung stärken die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz.
- 18 Nachwuchs stärken**
Schüler*innen, Lernende oder Studierende: Google bietet viele Förderungen für junge Menschen.
- 20 Die Chancen im Internet nutzen**
Nur wer online sichtbar ist, kann heute erfolgreich sein. Google unterstützt Unternehmen und Start-ups.
- 22 Cyberkriminellen Paroli bieten**
Wie Google-Teams in Zürich gegen Hacker*innen kämpfen. Plus: Googles Grundsätze für stärkeren Schutz.
- 28 So ambitioniert wie die Mondlandung**
Wie digitale Innovationen beim Umstieg in eine nachhaltige Welt helfen können.
- 32 Eine einfache Idee machte YouTube gross**
Ein Team um den Schweizer Reto Strobl unterstützte die Entwicklung völlig neuer Werbetechnologien.
- 36 Bedingungslose Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion**
Zoogler*innen erzählen, wie diese Philosophie bei Google gelebt wird.
- 42 Google Arts & Culture**
Von der Tonhalle Zürich bis zum Olympischen Museum in Lausanne: Google bringt Schweizer Kulturprojekte online.
- 43 Wie alles anfang ...**
In ihren Wohnheimzimmern entwickelten die Google-Gründer Larry Page und Sergey Brin ihre Suchmaschine.

Erfahren Sie noch mehr über die Zoogler*innen



Google in der Schweiz
goo.gl/gruezigoogle



Die Schweiz ist ein Land, in dem der Geist der Innovation seit jeher lebendig ist. Von Erfindungen wie dem Reissverschluss und dem Taschenmesser bis zu technologischen Meilensteinen wie dem World Wide Web schaut die Schweiz auf eine reiche Tradition des Erfindergeistes zurück. Heute setzt sich dieser in der Technologiewelt fort: Die Schweiz ist Heimat einer blühenden Tech-Szene, die nicht nur tolle und erfolgreiche Unternehmen hervorbringt, sondern auch ein interessantes Umfeld für Innovationen schafft. Diese Ausgangslage inspiriert uns bei Google Schweiz. Wir sind überzeugt davon, dass Innovation der Schlüssel zur Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unserer Zeit ist. Ob es darum geht, den Klimawandel anzugehen, die Medizin voranzutreiben oder unsere Gesellschaft gerechter zu gestalten, Innovation bietet Lösungen für komplexe Herausforderungen. Doch niemand kann das alleine schaffen. Deshalb engagieren wir uns gemeinsam mit zahlreichen Partnern aus Bildung, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für eine innovative Schweiz, in der alle von den Chancen der Technologie profitieren können. In der Schweiz erfinden wir gemeinsam!

Christine Antlanger-Winter

CHRISTINE ANTLANGER-WINTER,
Country Director, Google Schweiz

Gemeinsam erfinden

Eine digitale Zukunft für die Schweiz. Mit Weitblick.
Verantwortungsvoll. Aus Zürich.

In kreativer Zusammenarbeit mit Partnern aus Wissenschaft, Bildung und Industrie entwickeln wir verantwortungsvolle Technologien, die grosse und kleine Chancen für uns alle eröffnen und Menschen weltweit im Alltag unterstützen.

GOOGLE SCHWEIZ

Gemeinsam für Innovation, von der alle profitieren

In Zürich arbeiten über 5'000 Googler*innen aus 85 Nationen an Diensten wie Google Maps, Search und YouTube und entwickeln Anwendungen zu künstlicher Intelligenz oder Cybersecurity mit. Alle Google-Produktbereiche sind hier an einem Standort präsent – eine Art „Google Miniature“*. Das ist einzigartig und ermöglicht kurze Wege, persönlichen Austausch und Nähe.

DIGITALISIERUNG

Gemeinsam Zukunft lernen

Wir vermitteln Fähigkeiten und Wissen für die persönliche Weiterentwicklung oder um das eigene Unternehmen voranzubringen. Das Ziel: Eine digitale Zukunft für alle.

KLIMASCHUTZ

Gemeinsam für eine nachhaltigere Zukunft

Die Wissenschaft ist sich einig: Die Welt muss jetzt handeln, wenn wir die schlimmsten Folgen des Klimawandels abwenden wollen. Doch kein noch so ambitionierter Akteur kann eine so grosse Herausforderung allein lösen. Was wir tun können, ist, Technologien zu entwickeln, die es uns, unseren Partnern und den Menschen auf der ganzen Welt ermöglichen, sinnvolle Massnahmen zu ergreifen.

IDEENVIELFALT

Gemeinsam für eine Schweiz, in der alle eine Stimme haben

Mit YouTube bieten wir kreativen Köpfen eine Plattform: Jeden Tag lernen, teilen und diskutieren Millionen von Menschen in der Schweiz auf YouTube – dank eines lebendigen Umfelds aus vielfältigen Inhalten.

ONLINE-SICHERHEIT

Gemeinsam für ein sichereres Internet für alle

2022 zählte das Bundesamt für Statistik mehr als 33'000 Fälle von Cyberkriminalität in der Schweiz – das ist über ein Drittel mehr als noch vor zwei Jahren. Bei Google arbeitet deshalb ein grosses Team daran, allen Nutzer*innen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie ihre Privatsphäre schützen können.

GLEICHSTELLUNG

Gemeinsam für bedingungslose Diversität, Gleichstellung und Inklusion

Damit echte Gleichstellung und Gleichberechtigung funktionieren, braucht es keine Slogans, sondern passende Voraussetzungen: flexible Arbeitsmodelle und Aufgabenverteilungen, Fördermöglichkeiten und eine Grundeinstellung, die individuelle Unterschiede anerkennt und berücksichtigt.

„Wir erfinden gemeinsam“

CHRISTINE ANTLANGER-WINTER ist Country Director von Google Schweiz. Im Interview erklärt sie, was sie an diesem Standort so schätzt, warum ihr Partnerschaften mit lokalen Institutionen und Unternehmen wichtig sind und welchen Beitrag Google für eine digitale Schweiz für alle leistet.

Sie sind seit dem Frühjahr 2023 Länderchefin von Google Schweiz. Was macht den Standort Zürich so besonders?

Zürich und die gesamte Schweiz sind stolz auf ihren Erfindergeist. Aus diesem Land gingen Innovationen wie der Reissverschluss, das Taschenmesser oder auch das Tourbillon hervor, eine Vorrichtung bei Armbanduhr, welche die Präzision verbessert. Dieser Erfindergeist setzt sich längst auch im technologischen Bereich fort. Die Ingenieur*innen von damals sind gewissermaßen die Software Engineers von heute. Dieser Spirit hat tolle, erfolgreiche Unternehmen hervorgebracht – und ein fruchtbares Tech-Innovationsumfeld, das uns auch bei Google sehr inspiriert. Ein wesentlicher Grund dafür sind die herausragenden Bildungseinrichtungen wie beispielsweise die ETH Zürich und EPF Lausanne, mit denen wir seit vielen Jahren eng zusammenarbeiten. Überhaupt wird Zusammenarbeit bei Google gross geschrieben – sowohl intern als auch extern. Wir erfinden gemeinsam. Das ist ein Wert, den Google und die Schweiz teilen. Innovation steckt in der DNA der Schweiz so sehr wie in der DNA von Google.



Sie selbst sind Diplom-Ingenieurin in Software Engineering im Bereich Medientechnik und -design. Hilft Ihnen diese Ausbildung bei Ihrer Arbeit?

Ich bin fest davon überzeugt, dass ein technischer Hintergrund in jeder Situation von Vorteil ist, ganz gleich, um welche Aufgabe es geht. Hier bei Google in Zürich merke ich, wie er mir dabei hilft, die vielfältigen Sichtweisen und Herangehensweisen der verschiedenen Teams und Produktbereiche zu verstehen. Das ermöglicht mir, konkrete Vorstellungen darüber zu entwickeln, welche Möglichkeiten sich aus ihrer Arbeit ergeben. Ich finde es inspirierend, dass ich in meiner Rolle direkt mit Teams zusammenarbeite, die an innovativen Produkten arbeiten, die Menschen weltweit in ihrem Alltag helfen. Das Tolle ist: In Zürich wird an vielen Produktbereichen mitgearbeitet. Das ist einzigartig und ermöglicht kurze Wege.

Was bedeutet es für die über 5'000 Mitarbeitenden und die Kultur bei Google Schweiz, dass an diesem Standort so viele Produktbereiche vertreten sind?

In erster Linie ergibt sich daraus über verschiedene Produktbereiche hinweg eine kollaborative Kultur. Das führt dazu, dass Zürich zu einem bedeutenden Forschungs- und Entwicklungsstandort von Google avanciert ist. An verschiedenen Produktentwicklungen und -Features wurde hier mitgearbeitet; etwa innerhalb von Google Assistant, Google Maps, der Bilderkennung Google Lens oder Content ID, mit dessen Hilfe YouTube Creator und Labels ihre Urheberrechte schützen. Jeder Produktbereich hat seine eigenen Schwerpunkte und Arbeitsweisen, aber in unseren Büros, zum Beispiel im Café, begegnen sich Mitarbeitende aus verschiedenen Bereichen regelmässig. Das fördert den interdisziplinären Austausch und kann zu neuen Ideen führen. Was

unseren Standort in Zürich aber wirklich besonders macht, ist die enorme Vielfalt der Menschen, die hier arbeiten. Mit Mitarbeitenden aus 85 verschiedenen Nationen sind wir einer der vielfältigsten Google-Standorte weltweit.

Wie wichtig ist Ihnen diese Vielfalt?

Vielfalt schafft eine kreative Umgebung, in der neue Denkweisen und Herangehensweisen erblühen können. Dies wiederum ermöglicht es uns, Technologie interdisziplinär zu betrachten und mit anderen Bereichen wie Bildung oder Klimaschutz zu verknüpfen. Das tun wir zum Beispiel mit Google Maps, einem meiner Lieblingsprodukte...

... das sehr vielen Menschen dabei hilft, den Weg von A nach B zu finden.

In diesem Produkt steckt noch so viel mehr! 56 Prozent der User*innen sagen beispielsweise, dass Google Maps es für sie leichter macht, fundierte und klimabewusste Entscheidungen zu treffen – beispielsweise durch eine Routenplanung, die Kraftstoff sparen hilft, oder durch die Angabe von Öko-Zertifizierungen bei Hotels. Weil Unternehmensprofile integriert sind, ist auf einen Blick zu sehen, ob Geschäfte geöffnet sind und wie stark frequentiert ein Ort gerade ist. Zudem zeigt Google Maps inzwischen an, wo sich die nächste Velo-Station befindet und ob freie Velos oder (E-)Trottinets von Anbietern wie beispielsweise Publibike zur Verfügung stehen. Auch Verkehrsinformationen der SBB, des ZVV und anderer Transportanbieter integrieren wir immer stärker und zunehmend in Echtzeit. Am Flughafen Zürich können sich Reisende dank der Funktion „Indoor Live View“ sogar in Augmented Reality ans Ziel führen lassen. →

„Die Schweiz ist ein hoch innovativer und attraktiver Standort für Tech-Unternehmen wie Google. Das soll auch in Zukunft so bleiben. Deshalb engagieren wir uns als Dachverband der Schweizer Wirtschaft gemeinsam mit unseren Partnern für bestmögliche Rahmenbedingungen für das digitale Ökosystem.“

Monika Rühl,
Vorsitzende der Geschäftsleitung,
economiesuisse



„Die Stadt Zürich setzt sich dafür ein, wettbewerbsfähige und attraktive Rahmenbedingungen für Unternehmen und Mitarbeiter zu schaffen. Zürich ist der wichtigste Wirtschaftsmotor der Schweiz und ein weltweit anerkannter Innovations- und Forschungsstandort. Der Google-Standort in Zürich trägt entscheidend zu dieser Erfolgsgeschichte bei.“

Anna Schindler,
Direktorin Stadtentwicklung, Stadt Zürich



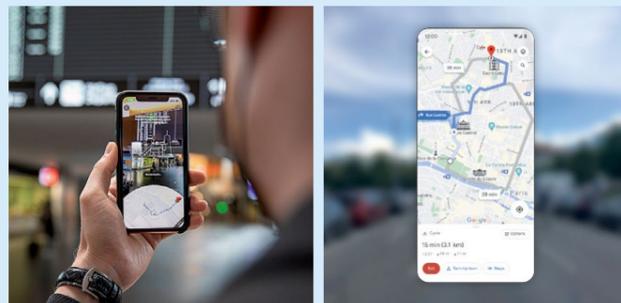
Das vierköpfige Site-Lead-Team: Christine Antlanger-Winter leitet zusammen mit Sarah Clatterback (li.), Yariv Adan und Lucia Terrenghi (re.) den Standort von Google in Zürich.

2024 feiert der Google-Standort in Zürich das 20. Jubiläum. Wie sehr ist Google mit der Schweiz und ihrer Wirtschaft verbunden?

Als Google Schweiz konnten wir über die Jahre zu einem lebendigen digitalen Ökosystem beitragen: Eine Untersuchung von Public First (im Auftrag von Google) zeigte, dass durch die Nutzung von Google-Diensten 2023 in der Schweiz geschätzt eine Bruttowertschöpfung von mindestens 6 Milliarden Franken generiert wurde. Zudem sind Google-Dienste eine Grundlage für 34'000 Arbeitsplätze in der Schweiz. Es ist bemerkenswert zu sehen, wie viele ehemalige Googler*innen inzwischen selbst Start-ups in der Schweiz gegründet haben. Andere wurden Professor*innen an namhaften Hochschulen oder arbeiten in renommierten Schweizer Unternehmen. Neben universitären Einrichtungen tauschen wir uns auch eng mit kantonalen, städtischen und eidgenössischen Behörden, NGOs sowie zahlreichen Schweizer Unternehmen aus. Einige davon sind globale Player geworden, wie beispielsweise der Sportschuh-Hersteller On oder das Touristik-Unternehmen GetYourGuide. Es erfüllt uns mit Stolz, ihr Wachstum und ihren Erfolg über viele Jahre hinweg begleitet zu haben. Google ist sehr stark mit der Schweiz verbunden.

Die Schweiz ist bekannt für ihren Drang zu Konsens und Kompromissen. Dafür ist ein enger Austausch mit Partnern und Verbündeten entscheidend. Kann Google hier mitspielen?

Zusammenarbeit und Austausch mit unseren Partnern im Forschungsbereich sowie gemeinsames Vorandenken sind uns sehr wichtig. Deshalb unterhalten wir seit Langem enge Beziehungen und Forschungsk Kooperationen mit universitären Einrichtungen wie der ETH Zürich oder der Universität Zürich. Darüber hinaus unterstützen wir Forschung im Bereich CO₂-Abbau und haben in diesem Jahr den „Google Carbon Removal Research Award“ vergeben. Aber nicht nur die Zusammenarbeit im universitären Bereich ist uns wichtig. Seit 2017 bieten wir in Zürich Lehrstellen an, damals ein Novum in der Google-Welt. Heute beschäftigen wir über 40 Lernende in den Bereichen Informatiker*in (EFZ) Applikationsentwicklung und Interactive Media Designer*in (EFZ). 2023 hat sogar ein Zoogler als Jahrgangsbester des Kantons Zürich abgeschlossen. Zudem pflegen wir zahlreiche Bildungs-



Mit Indoor Live View können Nutzer*innen via Augmented Reality durch ausgewählte Innenräume navigieren. Der Flughafen Zürich implementierte diese Technologie als erster Airport weltweit.

Googler*innen in der Schweiz arbeiten an der Velo-Navigation für Google Maps mit. Sie schlägt Velo-Fahrer*innen geeignete Strecken vor und zeigt in vielen Städten weltweit Verleihstationen für Velos und E-Trottinets an.

„Von der hervorragenden Lebensqualität über moderne Infrastruktur bis hin zu exzellenten Hochschulen ist der Kanton Zürich ein idealer Standort für internationale Unternehmen. Google stärkt mit seiner Präsenz und seinem Know-how unsere Position als führende Region für Innovation, Forschung und Entwicklung neuer Technologien.“

Fabian Streiff,
Chef Amt für Wirtschaft, Kanton Zürich



Xoogler*innen, also ehemalige Google-Mitarbeitende, haben in der Schweiz über

110
Start-ups gegründet und damit fast
1'700
Stellen geschaffen.

kooperationen wie mit dem Institut für Jungunternehmen, der FH Nordwestschweiz oder dem Amt für Arbeit des Kantons Zürich.

Die Schwerpunkte liegen also bei Hochschulen und im Bereich der Berufsausbildung?

Beides ist sicherlich elementar, aber unser Engagement beschränkt sich keinesfalls nur darauf. Google ist es wichtig, dass niemand im Zuge der Digitalisierung vergessen oder abgehängt wird. Daher unterstützt Google.org zum Beispiel die Nachbarschaftshilfe Zürich. Diese ermöglicht es, in den verschiedenen Stadtkreisen in Zürich DigiCafés sowie Unterstützung für ältere Menschen anzubieten, die Fragen zur Digitalisierung haben – beispielsweise im Umgang mit Handy oder Computer. Neben unserem wachsenden Ausbildungsprogramm für Lernende liegt uns die Begeisterung des lokalen Nachwuchses im Bereich der Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) sehr am Herzen. Gemeinsam mit Partnern wie der NGO Little Scientists organisieren wir MINT-Kurse oder machen beim CSNOW ETH-Schnupperstudium für junge Frauen mit.

...die dann vielleicht einmal selbst die Zukunft der Schweiz mitgestalten. A propos: Wo sehen Sie Google Schweiz in zehn Jahren?

Ich hoffe, dass wir in zehn Jahren ein Innovationsumfeld mitgestaltet haben, das sich spürbar weiterentwickelt und die digitale Zukunft der Schweiz gestärkt hat. Das ist nur gemeinsam und im Austausch möglich. Deshalb wollen und werden wir weiterhin in enger Zusammenarbeit mit Partnern aus Wissenschaft, Bildung und Industrie verantwortungsvoll Technologien entwickeln, die grosse und kleine Chancen für uns alle eröffnen und Menschen weltweit im Alltag unterstützen.

Digitale Vielfalt

In der Schweiz sind alle Google-Produktbereiche an einem Standort präsent.*
Eine kleine Übersicht.

Suchen und entdecken

- Chrome
- Google Maps
- Google-Suche
- Lens
- Übersetzer

Videos ansehen

- Google TV
- YouTube
- YouTube Kids
- YouTube Music

Überall verbunden

- Android
- Google Play
- Wear OS by Google

Einfach kommunizieren

- Gmail
- Google Chat
- Google Meet
- Messages

Smarter arbeiten

- Bard
- Docs
- Drive
- Präsentationen
- Tabellen

Den Überblick behalten

- Fotos
- Google Kontakte
- Kalender
- Notizen

#MadeByGoogle

- Google Store
- Nest Wifi
- Pixel
- Smart Home

Ihr Unternehmen voranbringen

- Analytics
- Google Ads
- Google Cloud
- Unternehmensprofil

*Wichtig ist an dieser Stelle festzuhalten, dass Google Switzerland GmbH keine Entscheidungsbefugnis in Bezug auf die Produktentwicklung hat. Design-Entscheidungen werden von anderen Google-Konzerngesellschaften vorgegeben (weitere Informationen dazu unter policies.google.com/privacy).



Mehr Produkte finden Sie hier.

„Exzellente Basis für starke KI-Forschung in der Schweiz“

Die Schweiz ist einer der bedeutendsten Forschungsstandorte von Google weltweit.

Ein Gespräch mit der Forschungskordinatorin des AI Center an der ETH Zürich,

JENNIFER WADSWORTH, und BEHSHAD BEHZADI, Vice President

Engineering bei Google Cloud in Zürich, darüber, wie exzellente universitäre Forschung und unternehmerische Innovationskraft in Zeiten von KI zusammenwirken.



Unser Google-Cloud-Team in der Schweiz erhält jetzt jeden Tag Anfragen von Unternehmen, die über KI-Anwendungsmöglichkeiten reden möchten. KI ist ein weiterer technologischer Schritt, um beispielsweise Produktivität zu erhöhen.

Wie stellt Google sicher, dass künstliche Intelligenz auf verantwortungsvolle Weise angewandt und weiterentwickelt wird?

Behzadi: Wir arbeiten eng mit Expert*innen aus Behörden, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und der Wirtschaft zusammen, um ambitionierte KI-Projekte verantwortungsvoll umzusetzen. Im ständigen Austausch wollen wir sicherstellen, dass unsere Anwendungen mit künstlicher Intelligenz von gesellschaftlichem Nutzen sind. Dabei sind wir uns der Risiken von KI bewusst. KI-Algorithmen dürfen beispielsweise keinesfalls Fehlinformationen verbreiten oder die digitale Privatsphäre verletzen. Wie auch unser globaler CEO Sundar Pichai sagt, ist KI zu wichtig, um sie nicht zu regulieren, aber auch zu wichtig, um sie nicht richtig zu regulieren.

Laut einer Pressemitteilung des Europäischen Patentamts vom März 2023 belegt die Schweiz 2022 weltweit den siebten Platz bei Patentanmeldungen, umgerechnet auf die Einwohnerzahl sogar den ersten Platz. Und die Schweiz ist seit elf Jahren in Folge führend beim Global Innovation Index. Was macht das Land richtig?

Wadsworth: Die Schweiz hat schon immer grossen Wert auf Bildung gelegt, und Menschen aus aller Welt schicken seit jeher ihre Kinder auf unsere Schulen. Die ETH gehört traditionell zu den besten Universitäten der Welt, insbesondere im Bereich Computerwissenschaften. Um mit der Forschung und den Talenten zusammenzuarbeiten, siedeln sich seit Jahrzehnten führende Tech-Unternehmen im Grossraum Zürich an. Die Schweiz stellt ausserdem die optimalen Rahmenbedingungen zur Verfügung, indem sie einen Bottom-up-Ansatz, also einen Prozess von unten nach oben, verfolgt: Gemeinsame Projekte von Unternehmen und Academia sind in der Regel marktgetrieben und nicht von staatlicher Seite initiiert. Das führt zu Innovationen, die auf dem Markt gebraucht werden.

Behzadi: Tatsächlich ist die ETH mit einer der wichtigsten Gründe, warum Google den Forschungsstandort Schweiz vor rund 20 Jahren gewählt hat. Wir pflegen einen engen Austausch, vor allem mit der Fakultät für Computerwissenschaften.

Sie beide arbeiten seit Jahren zum Thema künstliche Intelligenz (KI). Waren Sie auf den Hype, den KI-Sprachbots ausgelöst haben, vorbereitet?

Wadsworth: Nein, und ich denke, die meisten anderen Forschenden waren es auch nicht. Seither herrscht eine unglaubliche Dynamik. Viele Wissenschaftler*innen, von denen manche seit Jahrzehnten an KI forschen, sind überrascht, wie das Thema innerhalb kürzester Zeit von einem Spezialgebiet zum Gegenstand einer intensiven öffentlichen Diskussion wurde, bei der es auch um die Sorge über die zukünftigen Auswirkungen geht. Jetzt ist es Zeit, darüber zu diskutieren, wie wir bei KI weiter so vorgehen, dass die Gesellschaft bestmöglich davon profitiert.

Behzadi: Google forscht und arbeitet bereits seit vielen Jahren an und mit KI. Deshalb wussten wir, was möglich ist. Aber es hat auch uns überrascht, wie schnell das Interesse gestiegen ist.

Wie arbeiten Google und das AI Center der ETH zusammen?

Wadsworth: Das AI Center bringt die besten Expert*innen aus unterschiedlichen Disziplinen zusammen, um an den grossen Herausforderungen wie Klimawandel, Weltgesundheits- und demografischem Wandel zu arbeiten. Google beteiligt sich an der Finanzierung von Stipendien für Studierende, und wir planen diese Zusammenarbeit weiter zu vertiefen. Das Besondere an unserem Programm ist, dass die Stipendiat*innen jeweils von zwei Professor*innen unterschiedlicher Fachrichtungen sowie von Fachleuten aus Unternehmen betreut werden, um einen umfassenden Ansatz zu gewährleisten.



400 Mio.

Jahre Forschung hat das KI-Modell AlphaFold der Wissenschaft bei der Kartierung aller 200 Millionen Proteine erspart.

Quelle: Google: DeepMind

Generative KI gewinnt für Unternehmen rasant an Bedeutung. Wie unterstützt Google Cloud Firmen bei der Anwendung von KI?

Behzadi: Unternehmen verstehen, dass die Einstiegshürden, KI zu nutzen, wesentlich niedriger sind als noch vor einem Jahr. KI-gestützte Chatbots wie Googles KI-Experiment Bard werden anhand einer Vielzahl öffentlich zugänglicher Daten aus dem Internet trainiert. Das Gleiche können Unternehmen mit ihren eigenen Informationen machen und so innerhalb von kurzer Zeit einen unternehmenseigenen Chatbot erstellen. Zurzeit arbeiten wir an einer Art „Unternehmensgehirn“, das alle Fragen der Mitarbeiter*innen schnell und effizient beantworten kann. Ein solches Modell wird in der KI-Infrastruktur von Google Cloud für jede Firma individuell aufgebaut. Aber Unternehmen können von KI auch profitieren, indem sie interne Verwaltungs- oder Bestellprozesse effizienter gestalten, beispielsweise mit automatisierten Abrechnungen oder Bedarfsprognosen oder die Kundenbindung und -ansprache mit Chatbots verbessern.

Wie setzen Schweizer Unternehmen bislang KI-Modelle auf der Basis von Google Cloud ein?

Behzadi: Der Detailhändler Coop kann mithilfe von KI-Prognosemodellen in der Google Cloud seinen Bedarf an Lebensmitteln um 43 Prozent akkurater planen. Wenn man bedenkt, dass Coop nach eigenen Angaben täglich 1'000 Tonnen Obst und Gemüse verkauft, macht das einen gewaltigen Unterschied, nicht nur finanziell, sondern auch bei der Vermeidung von Foodwaste. Auch in der Luftfahrt, der Reisebranche und im Finanzsektor gibt es viele Beispiele, ebenso wie in der öffentlichen Verwaltung.

Werden wir uns in ein paar Jahren fragen, warum früher Dinge wie Anfragen an Verwaltungen oder die Suche nach unternehmensinternen Informationen so mühsam waren?

Wadsworth: Bei vielen anderen Vorgängen ist das bereits jetzt der Fall. KI hilft uns überall im Alltag. Ich wüsste nicht, was ich ohne Google Maps machen würde.

Behzadi: Teams aus Zürich waren wesentlich an der Entwicklung von Google Maps beteiligt. In einigen Städten bietet die App jetzt immersive Ansichten mit starkem Live-Erlebnischarakter, die von der KI auf der Basis von Milliarden von Street-View- und Luftaufnahmen erstellt werden. KI-gestützt sind auch neue Funktionen bei Google Assistant mit automatischen Antwortvorschlägen, Google Lens für Informationen über Bildinhalte oder Google Foto, bei der KI beispielsweise die Umgebung von Fotos ergänzen kann. Wenn wir einige Jahre zurückgehen, sehen wir: Was uns damals ungewohnt erschien, ist heute Teil unseres Alltags.

Wadsworth: Es geht aber nicht nur um Alltagshilfen und effizientere Prozesse, sondern KI trägt tatsächlich bereits jetzt dazu bei, Menschenleben zu retten. Etwa beim Brustkrebs-Screening können Radiolog*innen mithilfe von KI viel früher Anomalien entdecken als noch vor kurzer Zeit.

Behzadi: Oder nehmen Sie das Google DeepMind KI-Projekt AlphaFold, das die Struktur und Funktion jedes der rund 200 Millionen Proteine in Minuten vorhersagen kann. Das entspricht etwa 400 Millionen Jahren an Forschung. Diese Erkenntnisse können beispielsweise in der Diagnose von Krankheiten oder Entwicklung neuer Medikamente genutzt werden. Deswegen wollen wir gemeinsam mit Forschungspartnern wie der ETH weiterdenken, wie KI in der Wissenschaft von Nutzen sein kann.

„Google ist ein wichtiger Innovator für die gesamte Schweizer Wirtschaft und insbesondere auch jetzt beim Thema Cloud und künstliche Intelligenz (KI). Googles ethische KI-Prinzipien und die innovativen Forschungsprojekte sind wegweisend, und die Partnerschaften mit der Schweizer Industrie stärken die Schweiz als attraktiven Standort für diese Zukunftsthemen.“

Peter Grütter,

Präsident asut – Schweizerischer Verband der Telekommunikation

”

Lesen Sie das ganze Interview hier.



Nur zusammen sind wir stark!

Vereine und Verbände prägen traditionell den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Schweiz. Wir sind stolz, an unterschiedlichen Stellen Teil dieses Miteinanders zu sein und viele Partner an unserer Seite zu wissen. Sie stammen aus Bildung und Wissenschaft, der Industrie, der Kunst und Kultur, dem Sozial- und Nachhaltigkeitsbereich sowie aus Schweizer Verbänden und Vereinen. Vom Kleinen zum Grossen engagieren wir uns gemeinsam und arbeiten jeden Tag an Projekten und Ideen, um die Menschen in der Schweiz zusammenzubringen und weltweit im Alltag zu unterstützen.

SCHAFFHAUSEN

BASEL

ZÜRICH

St. GALLEN

BERN

LUZERN

CHUR

FRIBOURG

Lausanne

GENÈVE

Bellinzona

BILDUNGSPARTNER

- EPF Lausanne
- ETH Zürich & ETH AI Center
- Fachhochschule Nordwestschweiz
- IFJ - Institut für Jungunternehmen
- Informatiktage Kanton Zürich
- Nationaler Zukunftstag
- RAV (Regionales Arbeitsvermittlungszentrum) Kanton Aargau
- RAV (Regionales Arbeitsvermittlungszentrum) Kanton Zürich und viele weitere



GOOGLE FOR STARTUPS

- Impact Hub Zürich

SOZIALES ENGAGEMENT DURCH GOOGLE.ORG

- Caritas Zürich
- Förderverein Nachbarschaftshilfe Zürich
- Pro Juventute
- Schweizerisches Rotes Kreuz Kanton Zürich



VERBANDS- UND VEREINSMITGLIEDSCHAFTEN

- asut (Schweizerischer Verband der Telekommunikation)
- digitalswitzerland
- economiesuisse
- Förderstiftung Avenir Suisse
- gfm (Schweizerische Gesellschaft für Marketing)
- IAB Switzerland Association
- IGEM Interessensgemeinschaft Elektronische Medien Schweiz
- Pro Velo Kanton Zürich
- SFTI (Swiss Fintech Innovations)
- Sustainable Switzerland Entrepreneursclub
- Swico
- Swiss Diversity (ab 2024)
- Swiss-American Chamber of Commerce
- swisscleantech
- swissmem
- Verein Unternehmens-Datenschutz (VUD)
- Vereinigung Europaallee
- Women in Tech Switzerland
- Zürcher Handelskammer



GOOGLE ARTS & CULTURE

- CERN
- Das Olympische Museum
- Fondation Beyeler
- Kunsthaus Zürich
- Museo Vincenzo Vela
- smem
- Tonhalle Zürich und viele weitere



Weiterbildung bringt digitalen Wandel voran

Die Schweiz braucht mehr Fachkräfte in der Informations- und Kommunikationstechnologie-Branche (ICT), um ihre digitale Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Weiterbildung ist einer der Schlüssel, um den Bedarf zu decken. Deshalb bietet Google Schweiz mit den Career Certificates digitale IT-nahe Weiterbildungen an, für die sich bereits fast 17'000 Menschen in verschiedenen Berufen sowie Stellensuchende registriert haben. Über 1'700 Teilnehmende haben ein Zertifikat erworben.



Edgar Spieler, Leiter Arbeitsmarkt mit den Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV) im Zürcher Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA), stellt den Stellensuchenden Angebote von Google zur Verfügung.

Selbst die beste Ausbildung kann nicht so viele Fähigkeiten vermitteln, dass es für ein ganzes Berufsleben reicht. Das stellte auch Oliver Schneider fest. Er arbeitet als Projektmanager beim Zürcher Unternehmen für Cloudsoftware AX und hat als Absolvent der ETH Zürich, Fachrichtung Elektrotechnik, bereits eine hervorragende Ausbildung im ICT-Bereich. Trotzdem hat er ein Google Career Certificate in Projektmanagement erworben. „Ich leite jetzt grosse Aufträge für Cloudlösungen in einer jungen, stark wachsenden Firma und brauche neben dem technischen Know-how mehr Managementkenntnisse, um den Job so effektiv wie möglich zu erledigen“, sagt er. Die erste Zeit in seiner Funktion konnte Schneider noch davon profitieren, dass er als Student viele Events im Zürcher Nachtleben organisiert hatte: „Da hielt ich auch viele Fäden in der Hand, um alles zu koordinieren. Aber als die Projekte im Job immer grösser wurden und mehrere gleichzeitig stattfanden, hielt ich eine professionelle Weiterqualifikation für notwendig.“

Oliver Schneider (rechts) und **Maxime Paquin** (rechts unten) nutzen die Google-Angebote von **Edgar Spieler** (links), um beruflich weiterzukommen.



Der Frankokanadier Maxime Paquin hingegen nutzt die Google-Zertifikate, um seinen Berufswechsel vorzubereiten. Zwar hat er einen guten Job bei der UN in Genf im Bereich Kommunikation, aber auf längere Sicht möchte er im Bereich Künstliche Intelligenz und Cybersicherheit arbeiten. „Als ich entdeckt habe, dass mir Computerwissenschaften Spass machen, habe ich nach Weiterbildungsangeboten gesucht und bin auf die Google Career Certificates (Certs) gestossen.“ Paquin hat bereits Kurse in IT-Support, Datenanalyse und Cybersecurity absolviert. Zurzeit studiert er an zwei Online-Unis. Die Certs sind hilfreich für beide Studiengänge. Eine Uni erkennt sein Zertifikat in IT-Support sogar an, sagt Paquin. Dies spare ihm Etliches an Zeit und Aufwand im Studium.

Die beiden jungen Männer nehmen mit ihren Weiterbildungen einen Weg, der in vieler Hinsicht exemplarisch ist. Lebenslanges Lernen ist längst zur Realität in der Arbeitswelt geworden. Es findet mittlerweile in grossen Teilen virtuell und zu selbst gewählten Zeiten statt.

Genau dieses Konzept verfolgt das Google Atelier Digital mit den Google Career Certificates, die über den Partner coursera.org angeboten werden. Die Kurse sind auf Inhalte für IT-nahe Berufe fokussiert: Cybersecurity, Datenanalyse, digitales Marketing und E-Commerce, IT-Support, Projektmanagement sowie UX-Design (User Experience Design beschäftigt sich mit der Analyse, Kreation und Optimierung der Usererfahrung). Wie lange die Kurse dauern, hängt vom individuellen Lerntempo ab. Ziel ist es, die IT-Fähigkeiten in der Schweiz auszubauen und Quereinsteiger*innen ein niederschwelliges Angebot im ICT-Bereich zu machen. Die Vorlagen und Tools, deren Handhabung in den Kursen erlernt



wird, sind nicht nur Google-Produkte. So können die Teilnehmenden ihre Kenntnisse problemlos in unterschiedlichen Programmen anwenden.

Damit leistet Google einen signifikanten Beitrag zur digitalen Transformation, die im Beruf und Alltag stattfindet. Möglich ist dies aber nur mit starken Partnern wie den Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV). Edgar Spieler, Leiter Arbeitsmarkt im Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) des Kantons Zürich und zuständig für die RAV, hat einen genauen Überblick, wie es um die Situation mit ICT-Fachkräften in der Schweiz bestellt ist. Er bringt es auf den Punkt: „Es gibt heute keinen Beruf, der nicht Fähigkeiten aus dem ICT-Bereich verlangt.“ Die RAV des Kantons Zürich sind 2021 eine Kooperation mit Google Atelier Digital eingegangen und erhalten Stipendien für Certs-Kurse, die an Stellensuchende vergeben werden. „Bereits 115 Stellensuchende der RAV des Kantons Zürich haben Career Certificates erworben, um mit zusätzlichen Fähigkeiten ihre Chancen auf einen neuen Job

„Die Zusammenarbeit mit Google und anderen grossen Tech-Unternehmen hier in Zürich ist ein schönes Beispiel, wie sich Unternehmen und Menschen über den Kreis der Mitarbeitenden hinaus miteinander entwickeln.“

Edgar Spieler,
Leiter Arbeitsmarkt im Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) des Kantons Zürich

”

Maxime Paquin bereitet sich mit zwei Studiengängen und Google Career Certificates auf einen Job im Bereich Cybersecurity und Künstliche Intelligenz vor.



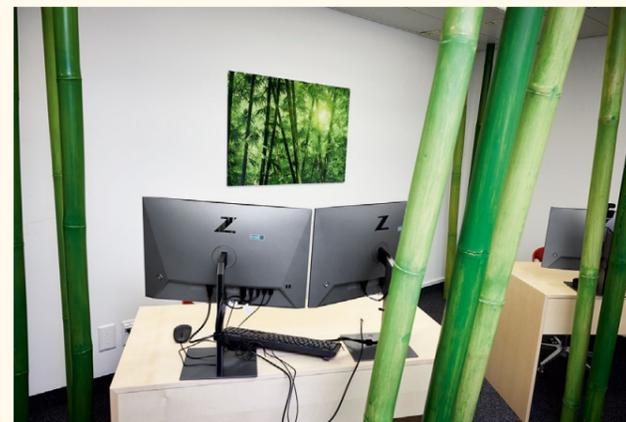
zu verbessern“, berichtet Spieler. Besonders nachgefragt seien die Kurse für Projektmanagement und Datenanalyse, was den Arbeitsmarkt-Experten nicht wundert: „Diese Fähigkeiten sind in vielen Branchen nützlich.“

Die Weiterbildung von Stellensuchenden ist sehr wichtig für die Schweiz, die ein Innovationsland ist und einen enormen Bedarf an Fachkräften hat. Doch es wird immer schwieriger, die Arbeitsplätze in der Tech-Branche zu besetzen. Konkret sagt eine Studie von digitalswitzerland einen Bedarf von 30'000 bis 40'000 ICT-Fachkräften bis 2030 voraus, den die Ausbildungsstätten – Universitäten, Hochschulen und Unternehmen – nicht decken können, weil es schlicht nicht genügend Studierende gibt. Die Beschäftigung in der ICT-Branche wuchs seit 1990 um beinahe das Dreifache. „Der Nachwuchs, aber auch Quereinsteiger und die Zuwanderung reichen bei Weitem nicht aus, um mit diesem rasanten Wachstum Schritt zu halten“, stellt Spieler fest. Das schwächt die Branche in der Schweiz. „Wir verlieren ein erhebliches Innovationspotenzial – mit allen Konsequenzen, die das für unsere wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung hat“, konstatiert Spieler.

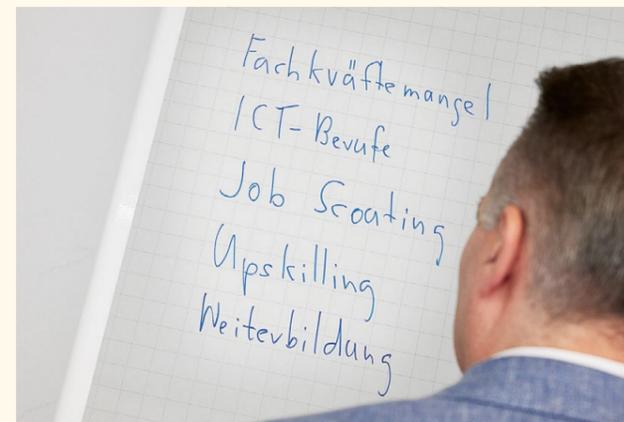
Tatenlos zuzusehen ist keine Option. Mit etlichen Massnahmen stemmt sich die Schweiz gegen diese Entwicklung. „Mit der Kampagne Women in Tech wollen wir im Kanton Zürich junge Menschen und vor allem Frauen stärker für die MINT-Berufe begeistern“, erklärt Spieler. Auch Google Schweiz engagiert sich

stark in der MINT-Förderung und bietet zusammen mit lokalen Bildungspartnern verschiedene Kurse für Kinder und Jugendliche an. Um die in Zukunft geforderten Skills genauer zu kennen, untersucht ein Projekt von Arbeitsmarkt und Standortförderung des Zürcher Amtes für Wirtschaft und Arbeit gemeinsam mit Verbänden und Unternehmen der ICT- und Bankenbranche, welche Fähigkeiten die Arbeitnehmenden in naher Zukunft mitbringen müssen. „Wenn diese definiert sind, erstellen wir gemeinsam eine Roadmap und überlegen, was die staatlichen Institutionen und was die Unternehmen leisten können, um uns alle besser vorzubereiten“, sagt Spieler.

Auch von den Arbeitssuchenden, die sich mit Google weiterbilden, bekommt Spieler positives Feedback. „Sie müssen ja eini-



Nicht besetzte ICT-Arbeitsplätze kommen die Schweiz und die Unternehmen teuer zu stehen.



Mit etlichen Massnahmen stemmt sich die Schweiz gegen den Fachkräftemangel im ICT-Bereich.

ges an Engagement und Zeit aufbringen, aber sie erhalten am Ende ein Zertifikat von einem renommierten Unternehmen, das etwas wert ist“, sagt er. Die Kooperation von Google mit den RAV umfasst auch die Teilnahme an der Google Summer Academy, bei der Google zusammen mit lokalen Bildungspartnern fokussierte Webinare zu aktuellen digitalen Themen anbietet. Beim Jobscooting ist Google Gastgeber für eine Veranstaltung, bei der sich Recruiter*innen verschiedener Tech-Unternehmen und Stellensuchende unverbindlich näher kennenlernen.

Auch der Markt reagiert auf die steigende Nachfrage an Weiterbildung mit einem grossen Angebot. „Ich habe mich umgesehen und festgestellt, dass man gerade bei Projektmanagement-Kursen leicht auf das Hundertfache der Gebühren kommen kann, die ich für die Teilnahme am Google-Kurs an Coursera bezahlt habe“, sagt Oliver Schneider. Da sein Arbeitgeber die Kosten übernimmt, wäre das für ihn auch kein Problem gewesen. Ihn hat vor allem der Aufbau des Google-Kurses überzeugt: „Von der Offerte über Budgetierung bis hin zur Nachbereitung ist alles genau erklärt, und ich habe einen eigenen Projektplan erstellt, den ich über mehrere Wochen perfekt ausgefeilt habe.“ Dass ein Kommunikationsplan nicht erst im Krisenfall erstellt werden sollte, war ebenfalls ein besonderer Lerneffekt für Schneider, von dem auch die Kundschaft seines Unternehmens bereits profitiert hätte. Den Zeitaufwand habe er allerdings unterschätzt. Rund 20 Stunden im Monat, etwa die Hälfte davon als Arbeitszeit, hat er aufgewendet und insgesamt drei Monate gebraucht.

Maxime Paquin attestiert den Google-Kursen, dass sie die Inhalte praxisnah und mit vielen Übungsmöglichkeiten vermitteln: „Ich habe bereits sehr viele Onlinekurse absolviert und finde die Certs-Kurse klar strukturiert.“ Er legt gerne sein eigenes Tempo fest und probiert das neu Erlernte am liebsten gleich aus. Was Paquin sehr gut gefällt, ist die seiner Meinung nach exzellente Ton-, Grafik- und Bildqualität: „So lenken keine Störungen von den Inhalten ab.“

Digitale Transformation ist auch ein gesellschaftliches und ein politisches Thema, findet Spieler. Und: „Die Zusammenarbeit mit Google und anderen grossen Tech-Unternehmen hier in Zürich ist ein schönes Beispiel, wie sich Unternehmen und Menschen über den Kreis der Mitarbeitenden hinaus miteinander entwickeln.“ Damit die Schweiz weiterhin ein Innovationsland bleibt.



Edgar Spieler initiierte, dass die RAV des Kantons Zürich Angebote von Google für ihre Stellensuchenden nutzen.

69%
der Nutzer*innen der Google Suche in der Schweiz verwenden sie unter anderem, um Angebote zum Erlernen neuer Fähig- und Fertigkeiten zu finden und so ihr lebenslanges Lernen in privater und beruflicher Hinsicht zu unterstützen.
Quelle: Economic Impact Report 2023

Mehr als
1'700
Personen haben seit dem Start 2018 ein Google Career Certificate in der Schweiz erworben.



Oliver Schneider, Projektmanager bei dem Zürcher Unternehmen für Cloudsoftware AX, konnte seine neu erworbenen Fähigkeiten sofort im Unternehmen anwenden.

Direkt nach der Schule zu Google – geht das?

Am Standort Zürich sehr wohl. Wie die Ausbildung bei Google abläuft – und mit welchen weiteren Angeboten Google die digitale Bildung in der Schweiz fördert.



Google Schweiz investiert in die Nachwuchsförderung im Informations- und Kommunikationstechnik-Bereich, kurz ICT, und bietet seit 2017 eigene Lehrstellen an. Jeden Sommer starten junge Menschen ihre vierjährige Lehre in der Fachrichtung „EFZ Applikationsentwicklung“, 2022 kam der „EFZ Interactive Media Designer*in“ 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.

Sie 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 Daniela Simões nun in einem Informatikstudium.

Nach ihr haben noch viele weitere junge Menschen eine der beiden Ausbildungen begonnen. Die Lernenden der Applikations-

entwicklung 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 fangen direkt im ersten Jahr bei Google an. Im Jahr 2023 beschäftigte Google Schweiz über 40 Lernende direkt nach der Schule - und freute sich über einen grossen Erfolg: Ein Zoogler schloss seine Lehrzeit 2023 als Jahrgangsbester des Kantons Zürich ab, mit einem Notendurchschnitt von 6,0.

Jetzt anmelden zum Schnuppertag

Neugierig geworden? Schülerinnen und Schüler, die sich grundsätzlich für den ICT-Bereich interessieren, können sich bei einem der regelmässig angebotenen Schnuppertage bei Google selbst ein Bild machen. Die jungen Teilnehmenden erhalten Einblicke in die Arbeitswelt und können erste Programmiererfahrungen sammeln.

Mehr Infos zum Schnuppertag gibt's hier.



„Google ist ein wichtiger Partner für die ETH Zürich. Wir freuen uns über unsere Forschungszusammenarbeit und darüber, den Technologiestandort Zürich zu stärken und Innovationen aus der Schweiz in die Welt zu tragen.“

Prof. Dr. Joël Mesot,
ETH Zürich



Jeden Sommer starten Schulabsolvent*innen am Google-Standort Zürich ihre Ausbildung als Applikationsentwickler*innen oder EZF Interactive Media Designer*innen.

Studierende, Doktoranden, Forschende

Praktika

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

Forschungskooperationen 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 Forschungskooperationen 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.

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.



Schüler*innen

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 Softwareentwickler*innen knüpfen und Einblicke in die Informatik sowie in die tägliche Arbeit gewinnen können.

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.

MINT-Förderung

Mädchen und junge Frauen für technische und naturwissenschaftliche Berufe zu begeistern ist das Ziel der MINT-Förderung. Google Schweiz bietet mit lokalen Bildungspartnern Kurse an und beteiligt sich jährlich am Nationalen Zukunftstag mit einer Veranstaltung für Mädchen von 10 bis 12 Jahren. Sie bekommen dort Einblicke in die Welt der Informatik und lernen spannende Berufe im Technologiebereich kennen.

Erfahren Sie hier mehr über die virtuellen Exkursionen.

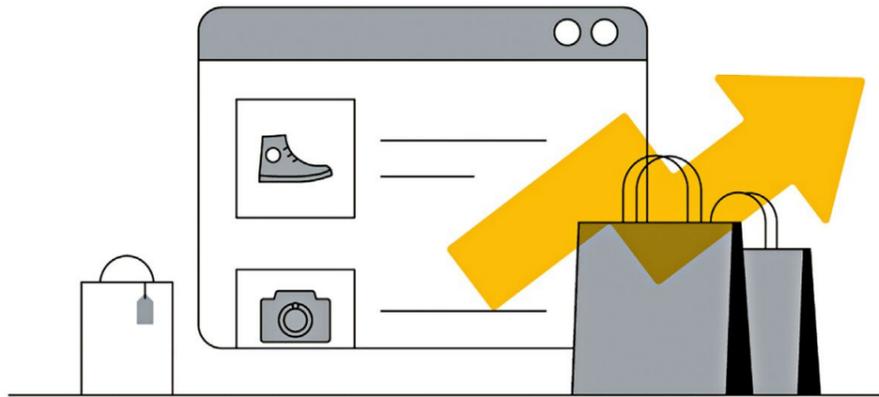


Hier finden Sie aktuelle MINT-Veranstaltungen.



Digitale Potenziale optimal nutzen

Die Online-Welt bietet unzählige Chancen, um ein bestehendes Business voranzutreiben oder neue Geschäftsideen umzusetzen – und mit der eigenen Passion Geld zu verdienen. Google unterstützt Schweizer Gründer*innen und Unternehmen in vielerlei Hinsicht.



Kompetenzen ausbauen

Für alle, die ihr Geschäft ausbauen, ihre Karriere voranbringen oder neue digitale Fähigkeiten erlernen möchten, bietet Google gemeinsam mit zahlreichen Partnern „Google Atelier Digital“. Die kostenlose Bildungsinitiative umfasst ein grosses Angebot an Kursen, die von wenigen Stunden bis zu 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/atelierdigital-ch

Kostenlos gefunden werden

Auf der Suche nach einem Geschäft, einem Unternehmen oder einer Dienstleistung recherchieren heute je nach Produktkategorie bis zu 75 Prozent der Konsument*innen 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:
goo.gle/business

Ladezeit optimieren

Was ist eigentlich der erste Eindruck, den Nutzer*innen von einer Website gewinnen? Den bekommen sie schon, während die Startseite lädt. Hier geht die Kundenreise los – und endet auch gleich wieder, wenn die aufgerufene Seite zu lange lädt. Da immer mehr Websites über Mobilgeräte aufgerufen werden, ist es besonders wichtig, die Seite für mobile Endgeräte zu optimieren, um keine Kunden zu verlieren. Lädt eine Einzelhandels-Website nur um 0,1 Sekunden schneller, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit einer Interaktion um 8,4 Prozent. PageSpeed Insights misst die Geschwindigkeit von Websites auf allen Geräten und gibt Tipps zur Optimierung.

Testen Sie hier Ihre Webseiten:
goo.gle/psi



So wie für viele Schweizer Unternehmen wird der Onlinehandel auch für den Outdoor-Spezialisten zubi.swiss immer wichtiger: Zuletzt machte das Unternehmen damit knapp 30 Prozent seines Umsatzes.

Anzeigen schalten

63 Prozent der befragten Internetnutzer*innen verwenden Google, um sich Produkte anzusehen, die sie später im Ladengeschäft oder online kaufen möchten. Werbeanzeigen von Google Ads helfen hier, neue Kundschaft zu erreichen – und das mit zielgenauer Ansprache.

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

Effizienter werden

Doc AI von Google Cloud kann eine Vielzahl von manuellen und zeitaufwendigen Aufgaben automatisieren, die bisher von Mitarbeitenden erledigt wurden. Dazu gehören beispielsweise das Klassifizieren, Scannen und Verarbeiten von Dokumenten. Zudem kann das Tool dabei helfen, bessere Entscheidungen zu treffen, indem es grosse Datenmengen schnell und effektiv analysiert. Dies kann beispielsweise dazu beitragen, Kundenbedürfnisse besser zu verstehen, Risiken zu identifizieren und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen.

Erfahren Sie mehr über Doc AI:
cloud.google.com/document-ai

Prozesse optimieren

Mit AppSheet bietet Google Cloud Unternehmen eine Plattform, auf der Mitarbeitende ohne Code-Erfahrung Prozesse visuell darstellen und automatisieren können. Das kann den Mitarbeiter*innen Zeit sparen und es ihnen ermöglichen, sich auf komplexere Aufgaben zu konzentrieren. Ausserdem hilft es dabei, Abläufe besser zu verstehen und potenzielle Probleme zu identifizieren.

Weitere Informationen zu AppSheet gibt es hier:
cloud.google.com/appsheets

Gründung voranbringen

Google for Startups unterstützt seit vielen Jahren Neugründungen auf der ganzen Welt. Das Programm stellt insbesondere umfassendes Know-how, ein weltweites Netzwerk sowie Technologie bereit, um Start-ups voranzubringen. In der Schweiz unterhält Google eine Partnerschaft mit dem Impact Hub Zürich.

Schauen Sie ins Event-Programm für Start-ups in der Schweiz:
goo.gle/Startups-CH

„Wir haben uns für Google Cloud entschieden, weil sie die am weitesten entwickelten und umfangreichsten Operations Research Tools auf dem Markt bietet. Unsere Partnerschaft zeichnet sich durch Transparenz und Offenheit aus, die es uns ermöglicht hat, die Google-Philosophie leistungsstarker Teams auch in unserem Unternehmen zu integrieren.“

Christian Most,
Senior Director Operations
Optimization, Lufthansa Group



1,3 Mrd.

Franken Wertschöpfung werden in der Schweiz allein durch Google Ads und Google Suche erwirtschaftet.

Quelle: Economic Impact Report 2023

„Google for Startups hat es sich zur Aufgabe gemacht, Start-ups durch Mentoring- und Trainingsangebote sowie regelmässige ‚Lunch & Learn Community Sessions‘ aktiv zu unterstützen. Das Team in Zürich ist für uns beim Impact Hub ein wertvoller Partner in unserer Mission, ein florierendes Innovationsökosystem zu schaffen und die grossen Herausforderungen unserer Zeit gemeinsam zu lösen. Zudem bietet die Partnerschaft einen grossen Mehrwert für unsere Start-up Community, da unsere Mitglieder so nicht nur direkt mit Google Zürich in Kontakt treten können, sondern auch die vielfältigen Angebote von Google nutzen können.“

Eliane Albrecht,
Program Lead Climate Action & Circular Economy,
Impact Hub Zürich



Wie Googles Sicherheitsteams Cyberkriminellen Paroli bieten

Vor Hackerangriffen ist niemand sicher: Universitäten, Medienverlage, Behörden – das sind nur einige Beispiele von schweizweit bekannten Zielen von Cyberangriffen der vergangenen Monate. Zwei Google-Teams in Zürich kämpfen auf Augenhöhe gegen Hacker*innen: Das Red Team um DANIEL FABIAN simuliert Hackerangriffe auf Google, während das Project Zero Team um TIM WILLIS nach Sicherheitslücken in eigener und fremder Software sucht.

Tim Willis
vom Team Project Zero.
Das Ziel: Schwachstellen im Internet finden.



Daniel Fabian vom Team Red.
Die Aufgabe: Angriffe simulieren, die versuchen, Google zu hacken. Unterstützt wird das Team auch von externen, nicht kriminellen Hacker*innen.

Juni 2023: Im Darknet taucht ein ganzes Datenpaket mit persönlichen Daten von in der Schweiz lebenden Diplomaten, Bundesrät*innen, Spitzenbeamten sowie vielen anderen vom Bundessicherheitsdienst beschützten Personen auf. Die Hackergruppe Play hatte sie bei einem Berner IT-Unternehmen entwendet, zu dessen Kunden auch Schweizer Bundesbehörden zählen. Hacker*innen griffen jüngst auch Schweizer Spitäler, Gemeindeverwaltungen, zahlreiche Unternehmen und sogar eine Kunstmesse an. Häufig verschlüsseln die Cyberkriminellen alle Daten und verlangen Lösegeld, englisch Ransom. Laut dem US-Telekommunikationsunternehmen Verizon haben sich die durchschnittlichen Kosten pro Ransomware-Angriff in den vergangenen zwei Jahren auf 26'000 Dollar verdoppelt, wobei ein einzelner Angriff auch Lösegeld in Millionenhöhe zur Folge haben kann.

„Der einzige Weg, Hacker*innen zu stoppen, ist, wie sie zu denken.“ So lautet das Intro jeder der insgesamt sechs Folgen der YouTube-Serie *Hacking Google*. Darin gewähren Sicherheitsspezialist*innen von Google Einblicke in ihre Aufgaben, ihre Vorgehensweise und ihre Motivation. Letztere steigt, denn die Bedeutung ihrer Arbeit nimmt stetig zu: Laut der Unternehmensberatung Cobalt gab es 2022 weltweit mehr schwerwiegende Cyberangriffe auf die digitale Infrastruktur als je zuvor – unter anderem gegen öffentliche Versorgungseinrichtungen, Unternehmen, Regierungen und Menschen auf der ganzen Welt. Auch in der Schweiz zählte das Bundesamt für Statistik 2022 insgesamt 33'345 Fälle von digitaler Kriminalität – ein Anstieg von mehr als 35 Prozent gegenüber 2020. Weltweit verursachen Cyberattacken Schäden in Höhe von 318 Milliarden Dollar. In der Schweiz sind es 728 Millionen Dollar.

Dieser Entwicklung begegnet Google unter anderem mit eingebauten Schutzmassnahmen: Die Sicherheitseinstellungen bei Gmail blockieren beispielsweise 99,9 Prozent aller E-Mails mit schädlichem Inhalt wie Phishing-Mails, falschen Zahlungsaufforderungen oder Softwareviren. Und das Schutzprogramm für sicheres Surfen, das in Googles Browser Chrome integriert ist, wehrt Tag für Tag über drei Millionen Angriffe ab. Erfolge, die dank des Einsatzes von künstlicher Intelligenz (KI) erzielt werden können. KI wird zukünftig massgeblich dazu beitragen, Cyberattacken zu verhindern und die damit verbundenen Kosten zu senken. Der Einsatz von KI in Unternehmen zur präventiven Risikoüberwachung und die Weiterbildung von Mitarbeiter*innen im Bereich Cybersicherheit könnte in der Schweiz Cybersicherheitsrisiken im Wert von 130 Millionen Franken mindern. Dies ist eine Schätzung einer Studie, die Public First im Auftrag von Google durchgeführt hat. Googles Sicherheitsteams wollen den Cyberkriminellen immer einen Schritt voraus sein und arbeiten dafür mit staatlichen Behörden, Unternehmen und Fachleuten zusammen.

Das gilt auch für die Teams aus der Videoserie *Hacking Google*. Die fünfte von sechs Folgen widmet sich Project Zero, das Google 2014 mit dem Ziel startete, gravierende Sicherheitslücken zu finden. Vorausgegangen war ein Angriff namens



„Operation Aurora“, bei dem sich Hacker*innen im Dezember 2009 erfolgreich Zugriff auf Teile des Google-Netzwerks verschafften. Ihr Einfallstor war eine Schwachstelle in einem weit verbreiteten Internetbrowser. „Damals erkannte Google, dass der schwächste Punkt auch ein fremdes Produkt sein kann“, erklärt Tim Willis, der Project Zero heute leitet. Seitdem sucht sein Team permanent nach Schwachstellen in Googles eigenen Produkten sowie in denen anderer Unternehmen. „Wir konzen-

Wenn KI branchenübergreifend zur vorbeugenden Risikoüberwachung eingesetzt wird und Mitarbeitende im Bereich Cybersecurity geschult werden, kann die Schweiz Cybersecurity-Risiken im Wert von

130 Mio.

Franken abmildern.

Quelle: Economic Impact Report 2023

trieren uns auf die gleichen Schwachstellen, nach denen auch die Angreifer*innen suchen, unabhängig davon, ob die Software von Google stammt oder nicht. Wenn wir Sicherheitslücken finden, arbeiten wir mit den Entwickler*innen zusammen, um diese Lücken innerhalb von 90 Tagen zu schliessen“, erklärt Willis.

Der Name des Teams leitet sich vom englischen Begriff für eine nicht vom Hersteller entdeckte Schwachstelle ab: Zero Day bedeutet, dass niemand auf einen Angriff über diese Sicherheitslücke vorbereitet ist, die Vorwarnung also null Tage beträgt. →

„Cybersicherheit ist ein sehr wichtiges Thema in der Schweiz für alle: für Behörden, KMUs und Privatpersonen. Ich freue mich, dass wir mit den Expert*innen von Google so viel Know-how und Innovationsfähigkeit in Zürich haben. Es ist unser Ziel, die Stellung der Schweiz als einer der weltweit führenden Wissens-, Bildungs- und Innovationsstandorte auch in der Cybersicherheit auszubauen.“

Florian Schütz,
Direktor Bundesamt für Cybersicherheit (ab 2024)



Hacker*innen führen meist gar nicht selbst einen Angriff über die von ihnen entdeckte Schwachstelle aus, sondern verkaufen ihr Wissen häufig an andere Kriminelle oder an Geheimdienste. „Leider wird es wohl nie ein komplett sicheres Internet geben. Aber wir wollen den Handel mit Sicherheitslücken so schwierig und den damit verbundenen Aufwand so teuer wie möglich machen“, sagt Willis.

Um Schwachstellen zu finden, brauchen die Teammitglieder manchmal nur Tage, manchmal aber auch Wochen oder Monate. „Wenn wir eine Sicherheitslücke entdecken, verständigen wir das betroffene Unternehmen mit dem Hinweis, dass wir unser Wissen in 90 Tagen veröffentlichen“, erklärt Willis. Google unterhält einen eigenen Blog zu Project Zero. Hier ist öffentlich einsehbar, wo das Sicherheitsteam welche Schwachstellen gefunden hat und wann das betroffene Unternehmen einen sogenannten Patch, also eine Lösung zur Behebung der Sicherheitslücke, zur Verfügung gestellt hat.

Das Project Zero Team ist auch in der Lage, die gefundenen Schwachstellen zu Demonstrationszwecken auszunutzen, indem es sogenannte Exploits entwickelt. Erst damit wird eine Sicherheitslücke auch zu einem Einfallstor, das vor allem nationalstaatliche Akteure wie Geheimdienste nutzen. „So können wir beweisen, dass die Lücke eine Gefahr für alle Nutzer*innen darstellt“, erklärt Willis. Wie wichtig die Arbeit des Teams ist, zeigt seine Erfolgsbilanz: Bis heute hat es über 1'800 schwerwiegende Schwachstellen in Software-Applikationen gefunden. Im Zeitraum von 2019 bis 2021 betrafen sie in 16 Prozent der Fälle Google selbst, der Rest verteilte sich auf andere Unternehmen.

Einen ganz anderen Weg, Google-Produkte für alle sicherer zu machen, geht das Red Team. „Wir simulieren Angriffe, die versuchen, Google zu hacken“, erklärt Daniel Fabian, der eine führende Position im Team mit den Standorten Zürich, New York und Mountain View einnimmt. Die Bezeichnung Red Team stammt aus dem US-Militär und steht für Einheiten, die in die Rolle der Angreifer*innenschlüpfen, um möglicheAngriffsszenarien durchzuspielen und dadurch besser vorbereitet zu sein. Fabian erinnert sich sehr gut an seine Anfangszeit bei Google: „Mein erster Tag war der 7. Dezember 2009, und eine Woche später gab es einen schweren Angriff, der auf die E-Mail-Konten von Menschenrechtsaktivist*innen in China gerichtet war und Google sowie andere Unternehmen betraf. Das war ein Weckruf für das Unternehmen, die Sicherheitsmassnahmen zu verstärken. Kurz darauf erweiterten wir unsere Sicherheitsteams um das Dreifache.“

Jede Übung des Red Team beginnt damit, einen Fuss in das geschützte System zu bekommen und mögliche Schwachstellen

auszumachen. Dazu gehen die Google-Hacker*innen genauso wie Cyberkriminelle vor und nutzen häufig menschliche Unachtsamkeit. Sie spielt laut einem Bericht des US-amerikanischen Telekommunikationsunternehmens Verizon in 74 Prozent der Sicherheitsverletzungen eine entscheidende Rolle. Dabei ist das sogenannte Social Engineering, also zwischenmenschliche Manipulation, häufig der erste Schritt: Eine bösartige E-Mail sieht dann harmlos aus, weil sie beispielsweise vermeintlich von einem Kollegen oder einer Kollegin oder auch von jemandem aus einer Forschungseinrichtung stammt. In Wahrheit handelt es sich aber um eine Phishing-Mail, die vertrauliche Daten abgreifen will. Andere Einfallstore für Schadsoftware können beispielsweise manipulierte USB-Geräte sein, die an den Computer angeschlossen werden.

In Google-Kreisen ist der Fall des Plasma-Globus berühmt. Die Kugel, ein Spielzeug mit Plasma-Effekten, schickte das Red Team anonym an Kollegen, die es über die USB-Buchse anschlossen, um es mit Strom zu versorgen. Innerhalb von einer Zehntelsekunde schickte die im Plasma-Globus versteckte Software ein Programm an den Rechner, das eine Hintertür für das Red Team öffnete.

Die Ziele der Übungen legt das Red Team gemeinsam mit Sicherheitsverantwortlichen der einzelnen Produktbereiche fest. Die Threat Analysis Group (TAG), die Angriffe von echten Hacker*innen im Internet beobachtet und analysiert, gibt dem Red Team wichtige Hinweise, auf welche Bereiche es die Cyberkriminellen aktuell besonders abgesehen haben. Wenn das Red Team die Sicherheitsvorkehrungen überwinden konnte, übernimmt das Sicherheitsteam des Produktbereichs und schliesst die Lücken.

Unterstützung erhält das Red Team von externen, ethischen Hacker*innen: Google hat als eines der ersten Unternehmen ein Vulnerability-Reward-Programm eingeführt. Ziel ist es, Sicherheitslücken in den Produkten und Diensten von Google zu finden. Ethische Hacker*innen – also Personen, die Schwachstellen finden und auf diese Weise helfen, die Sicherheit von Produkten und Diensten für alle Nutzer*innen zu verbessern – erhalten eine finanzielle Belohnung. „Sie zerlegen gerne die Dinge, um sie besser zu verstehen – und um sie sicherer zu machen“, sagt Fabian. So tragen ethische Hacker*innen und das Red Team dazu bei, dass es für Cyberkriminelle immer schwerer wird, Einfallstore zu finden.

Hacking Google: Die sechsteilige YouTube-Serie gewährt Einblicke in die Arbeit der Cybersecurity-Teams bei Google.



CYBERSECURITY CERTIFICATE

Gemeinsam mit vielen Expert*innen hat Google ein Certificate-Programm entwickelt, das mehr Menschen Zugang zu digitaler Weiterbildung gibt. Für das Cybersecurity Certificate etwa lernen Teilnehmende, wie sie Risiken und Schwachstellen identifizieren und reduzieren können.



Erfahren Sie mehr zu diesem und den weiteren Career Certificates.

Wissenswertes rund um Cybersecurity

Was ist ein Datenleck und wieso ist Social Engineering so gefährlich?

CYBERSECURITY

Mit **Cybersecurity** oder auch IT-Sicherheit sind alle Massnahmen gemeint, um böswillige Hackerangriffe auf Computer, mobile Geräte, Server, elektronische Geräte, Netzwerke und Daten abzuwehren.

DATENLECK

Von einem **Datenleck** oder einer Datenpanne wird dann gesprochen, wenn sich Unbefugte Zugang zu einem Unternehmensnetzwerk oder einer Datensammlung verschaffen.

Das Bundesamt für Statistik zählte 2022 insgesamt

33'345

Fälle von digitaler Kriminalität – ein Anstieg von mehr als 35 Prozent gegenüber 2020.

DOXING

Doxing wird auch im Zusammenhang mit Hacking erwähnt. Darunter versteht man das Zusammentragen und Veröffentlichen persönlicher Daten wie Adressen, Telefonnummern oder Bankverbindungen. Ziel ist es, die Opfer einzuschüchtern.

RANSOMWARE-ANGRIFF

50'000'000

US-Dollar forderten Hacker*innen 2021 von Acer nach einem **Ransomware-Angriff**.

SOCIAL ENGINEERING

Beim sogenannten **Social Engineering** erschleichen Hacker*innen sich am Telefon oder per E-Mail das Vertrauen von Mitarbeiter*innen in Unternehmen. Dadurch bringen sie diese dazu, sensible Daten preiszugeben oder interne Sicherheitsvorkehrungen zu umgehen und den Angreifer*innen so Zutritt zum Unternehmensnetzwerk zu verschaffen.

MALWARE

Malware (Überbegriff für Schadsoftware) nutzen Hacker*innen, um die Sicherheitsvorkehrungen von Computern, Mobilgeräten, Netzwerksystemen zu umgehen: Sie kann Daten löschen, verschlüsseln, manipulieren, sammeln oder die Kontrolle über Systemfunktionen übernehmen. Der gehackte Rechner kann andere Computer als Teil eines Botnetzes angreifen.

Drei Grundsätze für stärkeren Schutz in der digitalen Welt ...

Führende Sicherheitslösungen, um das Internet für alle Nutzer*innen sicherer zu machen

Integrierte Sicherheit ist das Fundament unserer Produktstrategie, damit alle Google-Produkte standardmässig über moderne Schutzmechanismen verfügen. Aufbauend auf unserer KI-Expertise entwickeln wir innovative Sicherheitslösungen für die Zukunft, um Menschen, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen besser zu schützen.

Verantwortungsvoller Umgang mit Daten, um private Informationen zu schützen

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Daten ist uns wichtig. Dazu gehört, dass wir niemals personenbezogene Daten verkaufen oder mithilfe von Inhalten, die Nutzer*innen in Diensten wie Gmail oder Google Fotos erstellen, Anzeigen aussteuern. Wir haben u.a. durch die Nutzung von KI innovative Techniken entwickelt, mit deren Hilfe wir Daten nutzbar machen, ohne Rückschlüsse auf Individuen zu erlauben. Um verschiedenen Ansprüchen an Datenschutz und Personalisierung gerecht zu werden, bieten wir Tools, mit denen Nutzer*innen einfach die für sie passenden Einstellungen wählen können.

Vertrauenswürdige Informationen & Inhalte, um vor Falschinformationen zu schützen

Viele Menschen verlassen sich bei der Suche nach Informationen und Inhalten auf Google. Wir nehmen diese Verantwortung sehr ernst. Mit integrierten, KI-gestützten Sicherheitsvorkehrungen versuchen wir, die Distribution schädlicher Inhalte in der Google Suche oder auf YouTube zu verhindern. Darüber hinaus unterstützen wir Nutzer*innen mit kontextuellen Informationen und Kampagnen dabei, Falschinformationen zu erkennen.

Mithilfe von KI in Gmail werden

99,9 %

Spam, Phishing und Malware blockiert.

Google Safe Browsing warnt vor riskanten Websites und schützt damit jeden Tag

5 Mrd.

Geräte.

PRIVACY SANDBOX

Die 2019 von Chrome ins Leben gerufene **Privacy Sandbox** ist ein gemeinschaftliches Open-Source-Projekt zur Entwicklung neuer Webtechnologien. Diese haben unter anderem das Ziel, die Onlinemessbarkeit und Zielgruppenansprache mit dem Schutz der Privatsphäre aller 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.



Erfahren Sie mehr über die Privacy Sandbox.

„Chrome verfolgt mit seiner Privacy Sandbox eine klare Datenschutzstrategie mit dem Ziel, die Interessen der Nutzer mit jenen der Werbekunden zu verknüpfen.“

Martin Radelfinger,
Präsident iab CH



... und viele laufend aktualisierte Sicherheitsfunktionen

Erweiterte 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 Werberrichtlinien verstossen. Google nimmt dieses Problem sehr ernst. Mithilfe einer Kombination aus menschlichen Prüfern

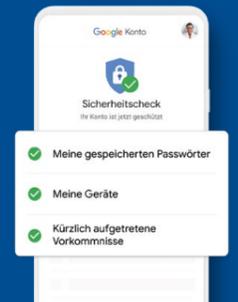
und moderner Software blockiert Google jedes Jahr Milliarden unzulässiger Werbeanzeigen – das sind im Schnitt 100 pro Sekunde. Sie können mit Google-Tools auch anstössige Werbung melden und selbst entscheiden, welche Werbung Sie sehen möchten. Ausserdem veröffentlicht Google Erkenntnisse und Best Practices, 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.

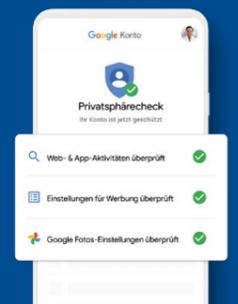
Möglichst sichere Anmeldung dank Paskey

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. Mit Passkeys brauchen Sie dafür nicht einmal mehr ein Passwort. Sie können sich einfacher und sicherer per Fingerabdruck, Gesichtserkennung oder Displaysperre anmelden



SICHERHEITSCHECK MACHEN

Wollen Sie die Sicherheit Ihres Google Accounts überprüfen? Dann machen Sie den Sicherheitscheck und verbessern Sie so Ihre Online-Sicherheit.



PRIVATSPHÄRECHECK MACHEN

In nur wenigen Minuten können Sie einstellen, welche Aktivitätsdaten in Ihrem Google Konto gespeichert werden, was Sie mit Freunden teilen oder veröffentlichen und welche Art von Werbung Sie sehen möchten.



So ambitioniert wie die Mondlandung



Was sagen uns Satellitenbilder über die Entwicklung der globalen Ökosysteme?
Wie finden Menschen bei der Flugsuche emissionsarme Angebote?
Die Geschichten der Zürcher Google-Entwickler
PATRIK REALI und **NOEL GORELICK** zeigen, wie digitale Innovationen
beim Umstieg in eine nachhaltige Welt helfen können.

Engineering Manager **Patrik Reali** (li.) und sein Team beschäftigen sich unter anderem mit der Frage, wie Reisen nachhaltiger werden kann.



Noel Gorelick entwickelte die Google Earth Engine mit, eine Website, die anhand von Satellitenbildern Veränderungen der Erde in den vergangenen 50 Jahren zeigt.

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, nachhaltige 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 werden¹. Wie das gehen soll? Die Antwort steht noch aus, gesteht selbst Google-Chef Sundar Pichai: Das Ziel sei so ambitioniert wie die Mondlandung.

An dieser Reaktion tritt das Selbstverständnis eines Unternehmens zutage, das seinen Mitarbeitenden mehr als nur die nahe liegende Lösung abverlangt. Patrik Reali aus dem Zürcher Google-Büro 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 ent-

wickelt Google Flights weiter, die Suchmaschine für Flüge. Eines Tages, nach einem Vortrag, entspannt sich eine Diskussion darüber, 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.“ →

„2020 begann das Crowther Lab mit der Zusammenarbeit mit Google, um Restor zu einem wirkungsvollen Online-Ökosystem von Organisationen auf der ganzen Welt, die sich mit der Natur beschäftigen, aufzubauen und zu skalieren. Dazu gehören auch kommunale Naturschutzgruppen nichtstaatliche Umweltorganisationen, Unternehmen, Zertifizierer, Regierungen und Wissenschaftler.“

Thomas Elliott, CEO Restor



„Google Schweiz verfolgt nicht nur ambitionierte eigene Klimaziele, sondern bietet gemeinsam mit swisscleantech auch immer wieder Plattformen, damit sich unsere Mitglieder aus allen Branchen zu Chancen und Herausforderungen rund um Netto-Null austauschen können. So trägt Google Schweiz dazu bei, dass Wirtschaft und die Politik schneller vorankommen.“

Fabian Etter, President swisscleantech

”



Insgesamt begleitete Gorelick fünf Mars-Missionen, eine Saturn-Mission und eine Mond-Mission.

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.“

Noel Gorelicks Projekt wirkt im Vergleich zu Patrik Realis Arbeit schon etwas gereifter. Gorelick arbeitet seit 16 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.

„Danke Google dafür, nicht nur für die Bemühungen den Energieverbrauch zu senken, sondern auch in der Schweiz Partnerschaften aufzubauen, um andere Unternehmen und Kunden bei diesen Bestrebungen an Bord zu holen.“

Prof. Dr. Reto Knutti, ETH Zürich

”

Lesen Sie die ganze Geschichte hier.



Google und der Einsatz fürs Klima

Bei Google haben wir die einmalige Gelegenheit, Einzelpersonen, Organisationen und Regierungen mit den Daten und Tools auszustatten, die sie benötigen, um positive Massnahmen für unseren Planeten voranzutreiben.

Bis 2030 will Google in all seinen Betrieben und seiner Wertschöpfungskette Netto-Null-Emissionen erreichen.¹

Das bedeutet, dass wir unsere Produkte und Plattformen nutzen, um Menschen dabei zu helfen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen, und dass wir mit unseren Partnern zusammenarbeiten, um ihre Emissionen zu reduzieren und transformative Technologien für eine CO₂-freie Zukunft voranzutreiben. Es bedeutet auch, dass wir unsere langjährige Erfahrung in der Forschung und unsere Durchbrüche in der künstlichen Intelligenz nutzen, um Innovationen zu beschleunigen, die den Klimawandel bekämpfen können.

Streben nach Netto-Null-Emissionen durch Technologie und Innovation

Wir verbrauchen Energie, um unsere Produkte zu betreiben und unsere Betriebe, einschliesslich unserer Rechenzentren und Büros, zu versorgen. In unserem dritten Jahrzehnt des Klimaschutzes streben wir bis 2030 Netto-Null-Emissionen in unserer gesamten

Betriebs- und Wertschöpfungskette an.¹ Dies wird durch unser ehrgeiziges Ziel unterstützt, unsere Rechenzentren und Bürogebäude rund um die Uhr mit kohlenstofffreier Energie wie Solar- und Windenergie zu betreiben.²

Mit unseren Produkten wollen wir Einzelpersonen, Städten und anderen Partnern dabei helfen, bis 2030 gemeinsam jährlich eine Gigatonne ihres Kohlendioxidäquivalents zu reduzieren.

Jede Aktion zählt

Wenn wir gemeinsam an einer nachhaltigeren Zukunft arbeiten, sind dem, was wir erreichen können, keine Grenzen gesetzt.

¹ Unser Ziel ist es, unsere kombinierten absoluten Treibhausgasemissionen der Bereiche 1, 2 (marktbasiert) und 3 im Vergleich zum Basisjahr 2019 um 50 Prozent zu reduzieren, und wir planen, in naturbasierte und technologiebasierte Lösungen zur Kohlenstoffentfernung zu investieren, um unsere verbleibenden Emissionen zu neutralisieren. Mehr Infos im „Google Environmental Report 2023“ unter sustainability.google/reports

² Als kohlenstofffreie Energie gilt jede Art der Stromerzeugung, die kein Kohlendioxid direkt freisetzt, einschliesslich (aber nicht beschränkt auf) Solar-, Wind-, Geothermie-, Wasserkraft- und Kernenergie. Nachhaltige Biomasse und Kohlenstoffabscheidung und -speicherung (CCS) sind Sonderfälle, die von Fall zu Fall betrachtet werden. Sie werden aber oft auch als kohlenstofffreie Energiequellen angesehen.

Lesen Sie mehr zum Thema Nachhaltigkeit bei Google.



Wie eine einfache Idee die Werbewelt revolutionierte

Die Verbindung zwischen Zürich und YouTube ist eine Geschichte der Innovation und des Wandels in der digitalen Medienwelt. Seit 2006 unterstützte ein Team um RETO STROBL die Entwicklung völlig neuer Werbetechnologien, mit der Werbeclips erstmals übersprungen werden konnten. Sie trugen entscheidend dazu bei, dass YouTube weltweit für Zuschauer*innen, Creators und Unternehmen gleichermaßen attraktiv ist.



„Generative KI-Tools werden es immer leichter machen, hochwertige Werbevideos zu erstellen. Dadurch können auch viele kleinere Schweizer Unternehmen ihre innovativen Ideen noch besser als bisher bekannt machen.“

Reto Strobl,
Senior Engineering Director YouTube Ads

Als Reto Strobl 2006 zum ersten Mal beruflich mit YouTube in Kontakt kam, war die Plattform noch keine zwei Jahre alt. Sie hatte bereits 70 Millionen User*innen, war gerade von Google übernommen worden, aber steckte tief in den roten Zahlen. „Es gab nur ein paar Werbeanzeigen auf der Seite und weltweit eine einzige Person, die diese verkaufte“, erinnert sich der an der ETH Zürich ausgebildete Informatiker mit Bündner Wurzeln. Das bedeutete auch: Wer Videos produzierte und hochlud, konnte damit kein Geld verdienen. Reto Strobl, der seit der Eröffnung des Standorts Zürich bei Google arbeitete, bekam den Auftrag, bei dieser Veränderung zu unterstützen.

Im Mittelpunkt stand dabei kreatives Wachstum: Das Team, das Strobl aufbaute, sollte ein für Unternehmen attraktives Werbeprodukt entwickeln, dessen Erträge mit den Creators, also den Video-Produzierenden, geteilt werden. Diese Creators, so die Idee, würden dann mehr Inhalte produzieren, dadurch mehr Zu-

schauende anziehen, die wiederum die Reichweite erhöhen und dadurch höhere Werbedudgets bringen. Davon könnten mehr Creators profitieren und ein noch grösseres Publikum ansprechen und so weiter. „Dieser Ansatz, ein nachhaltiges Ökosystem aus Creators, Nutzer*innen und Unternehmen zu bauen, hat mich von Anfang an fasziniert“, sagt Strobl.

Nur: Wie sollte dieser Plan aufgehen? Für Strobl und sein Team war schnell klar: Bei fünfminütigen YouTube-Videos würden 30-sekündige Werbeclips, wie sie im TV üblich waren, zu viele User*innen stören und das Wachstum der Plattform bremsen. Also entwickelte das Team eine damals revolutionäre, überspringbare Variante: Die Zuschauenden können nach fünf Sekunden selbst entscheiden, ob sie die Werbung weitersehen – und die Werbetreibenden bezahlen nur, wenn der Clip bis zum Ende geschaut wird. „Für uns war das die ideale Balance zwischen Nutzungsfreundlichkeit und Werbeeffektivität“, sagt Strobl über

„Ich stehe gerne im Rampenlicht und liebe es, andere Menschen zu inspirieren“, sagt **Andri Ragettli**.



das Werbeformat, das den Namen „TrueView“ bekam – und zu einer grossen Erfolgsgeschichte wurde, die bis heute andauert. Nach anfänglicher Skepsis nahmen immer mehr Werbetreibende TrueView an, auch weil immer mehr Menschen die Werbeclips nicht übersprangen: Inzwischen wird ein erheblicher Teil der überspringbaren Anzeigen zu Ende geschaut, und die Plattform insgesamt hat sich stark entwickelt. Viele Creators verdienen mit dem Content, den sie für YouTube erstellen, Geld: In den vergangenen drei Jahren hat YouTube mehr als 30 Milliarden US-Dollar an Creators, Künstler*innen und Medienunternehmen ausgezahlt.¹ Das vielfältige Angebot zieht wiederum immer mehr User*innen an. Heute loggen sich jeden Monat weltweit 2 Milliarden Menschen bei YouTube ein und schauen sich dort das an, was sie interessiert – zu jeder Zeit und auf jedem beliebigen Gerät.²

Einer der Schweizer Creators, die von der Monetarisierung profitieren, ist Andri Ragettli. Mit knapp 700'000 Abonnenten (Stand: Oktober 2023) zählt sein YouTube-Kanal zu den grössten in der Schweiz. Ragettli ist Profi-Freeskier und mehrfacher Slopestyle-Weltcup-Gesamtsieger. Neben spektakulären Sprüngen im Schnee sind seine Parcour-Videos sehr beliebt. Ein Shorts Video, also Kurzfilm auf YouTube, in dem er vom Bett aus ohne Bodenberührung über Bälle, ein Skateboard und das Balkongeländer balanciert und am Ende im Swimmingpool landet, erreichte binnen sechs Wochen mehr als 200 Millionen Aufrufe. „Diese Videos erfordern viel Vorbereitung“, erklärt Ragettli. „Aber für mich sind sie auch Challenges und eine Form von Training.“ Zudem nutzt er die Plattform, um mit seinen Fans zu interagieren und seine Anhängerschaft weltweit zu vergrössern. In einer Videoblog-Serie gewährt er ihnen Einblicke in seinen Alltag als Leistungssportler, und in einer aufwendigen Dokumentation können sie ihn beim harten Weg zum Comeback nach einer schweren Verletzung begleiten.

Als Spitzensportler ist Ragettli womöglich weniger als andere Creators auf die geteilten Werbeeinnahmen angewiesen. Doch auch ihm helfen sie dabei, seinen Traum zu leben. „Ich finde es extrem cool, dass ich Videos posten kann und mit dem Geld, das ich dafür bekomme, einen Teil meiner Ausgaben decken kann“, sagt Ragettli, dem seine YouTube-Popularität zudem zu besseren

Sponsorings verhilft. Noch liegt der Fokus des Bündners klar auf dem Skisport, für den er täglich mehrere Stunden trainiert und während der Saison permanent unterwegs ist. Aber er sieht seine Videos als zweites Standbein, das er in Zukunft ausbauen möchte. „Mir macht das unglaublich viel Spass“, sagt er. „Ich stehe gern im Rampenlicht und liebe es, andere Menschen zu inspirieren.“

Tatsächlich suchen laut einer aktuellen Studie, die Anfang 2023 von Google in Zusammenarbeit mit Cint und Differentology durchgeführt wurde, die meisten Zuschauenden Unterhaltung und Inspiration auf YouTube, aber auch Lerninhalte und Anleitungen sind vielen wichtig. In der Schweiz sind 86 Prozent der YouTube-User*innen laut einer Umfrage von Kantar der Ansicht, dass die Plattform Inhalte bietet, die sie sonst nirgendwo finden.³ Auch die dort ausgespielte Werbung hat einen guten Ruf: 77 Prozent der Schweizer YouTube-Nutzenden halten Werbevideos auf der Plattform für vertrauenswürdig.³ Laut einer Untersuchung von Kantar, im Auftrag von Google, ist YouTube für Nutzer*innen in der Schweiz die Hauptinformationsquelle, um auf neue Produkte und Marken aufmerksam zu werden.³

Im Durchschnitt schaute eine Person in der Schweiz mehr als

40 Minuten
YouTube am Tag.

Quelle: YouTube Internal Data, Juni 2022

Für Martin Pally, Head of Campaigns bei Schweiz Tourismus, sind Zahlen wie diese wichtig. Gemeinsam mit seinem Kollegen und Head of Media Dominic Stöcklin entwickelt er Werbung, die Reisende aus aller Welt für die Schweiz begeistern soll. YouTube habe sich dafür als ideale Plattform erwiesen, erklärt Stöcklin: „Nur dort kann ein kleines Marketingunternehmen wie Schweiz Tourismus effizient eine Videokampagne in nahezu 200 Ländern laufen lassen.“ Der Einkauf von Videowerbung auf traditionellen Kanälen über Vermarktungsgesellschaften und Media-Agenturen auf der ganzen Welt ist dagegen nicht praktikabel für ein kleines Unternehmen.

Die Kampagne, in der Ex-Tennisprofi Roger Federer in humorvollen Stories mit Hollywood-Stars wie Robert De Niro, Anne Hathaway oder Trevor Noah zu sehen ist, hat zahlreiche Preise gewonnen – und eine immense Werbewirkung erzielt. Die Spots wurden weit über 200 Millionen Mal aufgerufen, und allein das Video mit Robert De Niro brachte laut Schweiz Tourismus etwa 1,4 Milliarden unbezahlte Medienkontakte ein, dies aufgrund dessen, dass Medien in aller Welt darüber berichteten. Schweiz Tourismus nutzt sowohl Videos über mehrere Minuten als auch sechs und 15 Sekunden kurze Shorts. Entscheidend ist aber die kreative Idee, sagt Martin Pally: „Die Menschen erinnern sich nur an Werbeclips, die aus der Fülle der Werbevideos herausstechen.“

Reto Strobl, heute Senior Engineering Director YouTube Ads, sieht solche Erfolgsgeschichten auch als Bestätigung seiner Arbeit. „Es erfüllt mich mit Stolz zu sehen, wie sich unser nachhaltiger Ansatz ausbezahlt hat und wir die komplizierte Balance zwischen Publikum, Creators und Werbetreibenden halten konnten“,

„Mit viel Kreativität haben wir während der Pandemie unsere erste grosse Kampagne gewagt und mit YouTube einen starken Partner gefunden. Wir erreichten über 200 Millionen Aufrufe in fast 200 Ländern. Unser Spot wurde zu einem der meistgesehenen auf YouTube gekürt. Ein Beweis dafür, dass Risikobereitschaft und Innovation zu grossartigen Ergebnissen führen können. Wir sind stolz darauf, die Welt inspiriert zu haben, und freuen uns darauf, weiterhin Menschen für die Schönheit der Schweiz zu begeistern.“

André Hefti,
CMO Switzerland Tourism



sagt er. Inzwischen unterstützen weit über hundert Entwicklerinnen und Entwickler in Zürich bei YouTube-Werbeprodukten. Nach TrueView arbeiteten die hiesigen Teams an vielen weiteren Innovationen, die Videowerbung besser messbar machen, an Formaten wie sechssekündigen „Bumper“-Werbevideos und an Massnahmen, die das Vertrauen und die Sicherheit auf der Plattform erhöhen. Mithilfe von Content ID zum Beispiel können Rechteinhaber verhindern, dass neue Videos ihre Rechte verletzen. Dafür wird jedes Video vorab automatisch und binnen Sekunden mit Videomaterial im Umfang von 600 Jahren abgeglichen und auf Copyright-Verletzungen geprüft. Dazu muss man wissen: Jede Minute wird Material im Umfang von 500 Stunden auf der Plattform hochgeladen. Weitere KI-basierte Systeme stellen sicher, dass die hochgeladenen Inhalte die YouTube Content Policies nicht verletzen.

KI, davon ist Reto Strobl überzeugt, wird für die weitere Entwicklung von YouTube eine wichtige Rolle spielen, nicht nur mit Blick auf Sicherheit. Gerade die Wirtschaft könne stark von neuen technischen Möglichkeiten profitieren. „Generative KI-Tools werden es immer leichter machen, hochwertige Werbevideos zu erstellen“, sagt er. „Dadurch können auch viele kleinere Schweizer Unternehmen ihre innovativen Ideen noch besser als bisher bekannt machen.“



Der YouTube-Clip von Schweiz Tourismus mit Tennisprofi **Roger Federer** und Comedian **Trevor Noah**: Eines der meistgeschauten Werbevideos in der Schweiz und Gewinner zahlreicher Werbepreise.

„2015 habe ich meinen YouTube-Kanal *Einfach backen* gestartet. Heute habe ich über 222'000 Abonnenten, worauf ich sehr stolz bin. Dank YouTube kann ich nicht nur meine Leidenschaft mit anderen teilen, sondern die Plattform trägt wesentlich dazu bei, dass ich heute davon leben kann.“

Marcel Paa,
Creator YouTube-Kanal *Einfach backen*



In den vergangenen drei Jahren haben wir mehr als

30 Mrd.
US-Dollar an Creators, Künstler*innen und Medienunternehmen gezahlt.

Quelle: YouTube Internal Data, 2020

Mehr als
1 Mio.

Menschen zwischen 18 und 49 Jahren streamten YouTube in der Schweiz auf ihrem TV.

Quelle: YouTube Internal Data, Juni 2023

Bedingungslose Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion

Wie kann Google dafür sorgen, dass alle Menschen sich in der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen und Herausforderungen willkommen, respektiert und sicher fühlen? Vier Mitarbeitende am Standort Zürich erklären, wie diese Philosophie gelebt wird.



Patrick Schilling, AI Customer Activation Lead bei Google Schweiz, ist mit verkürzten Armen und Beinen auf die Welt gekommen und aufgrund seiner körperlichen Beeinträchtigung auf einen Rollstuhl angewiesen. Aufgehalten hat ihn das nie, im Gegenteil: „Es faszinierte mich schon immer, wie Technologie es ermöglicht, Barrieren abzubauen. Wer selbst von einer Technologie, wie ich vom Rollstuhl, abhängig ist, entwickelt wohl schnell ein inhärentes Interesse daran, Technologie weiterzuentwickeln.“ Einer der Gründe, warum Schilling zu Google gekommen ist und sich auch neben seinem Kernjob für mehr Inklusion am Arbeitsplatz und darüber hinaus einsetzt.

Google Maps kennzeichnet beispielsweise Orte als „barrierefrei“ oder „LGBTQI+-freundlich“. Oder Sensoren in Handykameras können bei unterschiedlichen Hautfarben Gruppenfotos richtig belichten. „Wer wie wir erfolgreich Produkte für Milliarden Menschen entwickelt, muss deren unterschiedliche Perspektiven einnehmen und Bedürfnisse erkennen können“, erklärt Sofia Sharkova, Head of Inclusion Google Zürich.

DEI steht dabei für Diversity, Equity, Inclusion, also Vielfalt, Gleichstellung beziehungsweise Gleichberechtigung und Inklusion – ein Grundsatz, der tief in den Werten von Google verankert ist. So sagt auch Googles CEO, Sundar Pichai, dass eine Vielfalt an Stimmen, Hintergründen und Erfahrung bessere Diskussionen, bessere Entscheidungen und bessere Resultate ermöglichen.



Patrick Schilling sitzt im Rollstuhl und arbeitet als AI Customer Activation Lead bei Google Schweiz.



Sofia Sharkova, Head of Inclusion Google Zürich.

„Google zählt zu den fortschrittlichsten Arbeitgebern der Schweiz in der Umsetzung von Gleichstellung und Inklusion. Google ist damit ein Vorbild und inspiriert zahlreiche Menschen in Politik, Wirtschaft und Bildung für die Umsetzung einer verbesserten Gleichstellung von queeren Menschen – ein Gewinn für die gesamte LGBTQI+ Community in der Schweiz und auf der ganzen Welt.“

Adrian Knecht,
Co-Präsident Pink Cross



Wie eine Studie von McKinsey herausfand, sind Unternehmen mit einer diversen Belegschaft im Sinne von Geschlechtervielfalt und ethnischer Diversität mit einer signifikant höheren Wahrscheinlichkeit wirtschaftlich erfolgreicher. So erbringen Betriebe mit Frauen im Vorstand einen um 53 Prozent höheren Umsatz; die Wahrscheinlichkeit für höhere Gewinne steigt bei ethnischer Vielfalt um 35 Prozent. Doch wie sieht das in der Umsetzung bei Google aus?

„Zuerst sorgen wir dafür, Vielfalt am Arbeitsplatz zu fördern, und schaffen die Voraussetzungen, dass alle sie selbst sein können“, erklärt Sharkova. Für die Personalgewinnung bedeutet das ein klares Bekenntnis zu inklusivem Recruiting, vorurteilsfreien Entscheidungen und Talentmanagement. So definiert der einstellende Manager oder die Managerin zusammen mit den Recruiter*innen, welche Aspekte von Diversität relevant sind. Denn diese sind oft abhängig vom Kontext der zu besetzenden Stelle. Der Auswahlprozess startet erst, wenn es einen diversen Pool an Bewerber*innen gibt. Den Bewerber*innen steht es dabei frei, welche Informationen sie über sich selbst preisgeben wollen – auf den Auswahlprozess haben diese Identitätsangaben allerdings keinen Einfluss. Zudem können einzig die Recruiter*innen diese Informationen überhaupt einsehen. Zusätzlich können besondere Bedürfnisse angegeben werden, beispielsweise aufgrund einer Behinderung. Patrick Schilling hat das gemacht: „Sowohl die Recruiterin als auch der einstellende Manager haben dafür gesorgt, dass der Prozess möglichst reibungslos und diskriminierungsfrei für mich ablief.“ Am Ende überzeugte Schilling so sehr, dass die Stelle, die erst im polnischen Breslau angesiedelt war, nach Dublin verlegt wurde. „So schön die Stadt ist, die Kopfsteinpflaster hätten für mich nicht funktioniert“, sagt Schilling.

Das Beispiel zeigt: Damit echte Gleichstellung und Gleichberechtigung funktionieren können, braucht es angepasste Voraussetzungen: flexible Arbeitsmodelle, Aufgabenverteilung nach persönlichen Stärken und Schwächen und – ganz einfach – eine grundlegende Unternehmenskultur, die individuelle Unterschiede berücksichtigt und wertschätzt. Bei Google spannt sich die inklusive Denkhaltung deshalb über sämtliche Dimensionen unternehmerischen Handelns hinweg. Und das fängt bereits im scheinbar Kleinen an: In der Kantine gibt es Gerichte, die die unterschiedlichen Bedürfnisse der Mitarbeitenden abdecken, wie beispielsweise laktose- und glutenfreie Alternativen, vegane, koschere oder halal zubereitete Gerichte. In einem global zugänglichen, interkonfessionellen Firmenkalender werden alle wichtigen Feiertage unterschiedlicher religiöser Glaubensrich-

tungen berücksichtigt. Im Büro gibt es einen Gebetsraum. Solche Angebote würden einen geschützten Raum schaffen, in dem Mitarbeitende sich entfalten können, sagt Sharkova. Dieser Ansicht ist auch Athena Vawda. Die Softwareentwicklerin wuchs in Südafrika auf und arbeitet seit 2012 bei Google Schweiz. Der Umzug in die Schweiz ermöglichte Athena als nichtbinäre trans Person so zu leben, wie sie ist: „Ich erlebe hier viel Akzeptanz, meine Vorgesetzten unterstützen mich, und es herrscht eine Atmosphäre der Offenheit und Unvoreingenommenheit.“ So spreche sie oft mit Kolleg*innen darüber, was es bedeutet, als trans Person zu leben. „Diese Bedingungen sind notwendig, um das Beste aus sich herauszuholen“, sagt Vawda. Zudem unterstütze Google sie bei gesundheitlichen Themen.

Beratungsangebote, beispielsweise spezifisch für Eltern – und solche, die es werden wollen –, und speziell zugeschnittene Angebote, zum Beispiel Kinderbetreuung, stehen zur Verfügung. Das zeigt den hohen Stellenwert von Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei Google. Nichtgebärenden Eltern stehen 18 Wochen Betreuungszeit zu, gebärenden sogar 24 Wochen. Zusätzlich sorgen Flexibilität bei Arbeitszeit und -ort, etwa durch hybrides Arbeiten, Job-Tandems und Workations (also arbeiten von einem Urlaubsort aus) von bis zu vier Wochen jährlich, dafür, dass sich der Beruf mit den eigenen Veranlagungen und Präferenzen vereinbaren lässt. „Nicht jeder kann in einem Grossraumbüro arbeiten“, gibt Sharkova zu bedenken. Gerade introvertierte Menschen oder solche mit Autismus und ADHS brauchen in manchen Situationen einen ruhigen Rückzugsort.

Doch auch Anna Takihara und Jill Kumin, die im Job-Tandem zusammen die „Public Affairs & Community Engagement“-Arbeit von Google Schweiz leiten, profitieren von dieser Flexibilität. „Wir können in unserer Freizeit und in den Ferien heute viel besser abschalten, weil wir wissen, dass wir uns auf die andere verlassen können. Wir stimmen uns bei allem ab und halten uns gegenseitig den Rücken frei“, sagt Takihara. Doch letzten Endes geht es um mehr: „Der grosse Vorteil eines Job-Sharings besteht darin, dass sich zwei Personen mit unterschiedlichen Stärken und Erfahrungen ergänzen. Das Vier-Augen-Prinzip im Tandem verhindert Fehler und fördert viele neue Ideen.“ Dafür brauche es einen ehrlichen Umgang miteinander und eine offene Feedback-Kultur.

Eine Kultur des Miteinanders steht im Zentrum. „Google liegt viel daran, dass sich Menschen zugehörig und gehört fühlen“, erklärt Sharkova. Dafür müsse man Minderheiten einen Platz bieten. Aus diesem Gedanken entstanden die sogenannten Employee Resource Groups, kurz ERG, die sich für die Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration bei Google ein-



Athena Vawda ist Softwareentwicklerin und fühlt sich als nichtbinäre trans Person bei Google akzeptiert und unterstützt.



Anna Takihara und Jill Kumin leiten im Job-Tandem die „Public Affairs & Community Engagement“-Arbeit von Google in Zürich.

setzen. „Mehr als 1'500 Googler*innen, also knapp ein Viertel der gesamten Schweizer Belegschaft, engagieren sich in insgesamt elf Gruppen, die sich unter anderem an Ältere, Frauen, Trans, die Pride Community, verschiedene Ethnien richten“, sagt Sharkova. Und das über das Unternehmen hinaus: So hat sich beispielsweise die Pride@-Gruppe mit zahlreichen Schweizer Verbänden für die Ehe für alle engagiert. Google beteiligte sich zum ersten Mal an einer politischen Kampagne ausserhalb der USA und unterstützte das Referendum, welches am 1. Juli 2022 in Kraft trat.

„Die Schweiz hat im September 2021 Ja gesagt zur ‚Ehe für alle‘. Vielen Dank, dass ihr uns als internationales Unternehmen in der Referendumsabstimmung zur Ehe für alle öffentlich unterstützt habt und euch in- und ausserhalb von Google für LGBTQI+-Menschen einsetzt.“

Kathrin Bertschy,
Nationalrätin & Co-Präsidentin alliance F



PRIDE – STOLZ, DAZUZUGEHÖREN

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

Mehr Informationen unter:
pride.google

Ideen, die die Welt verändern

Die Lösung komplexer Probleme erfordert langfristigen Einsatz. Mit Google.org möchte Google aktiv dazu beitragen, die grossen Herausforderungen unserer Zeit anzugehen.

Deshalb stellt Google.org finanzielle Mittel, Ideen und Fachwissen zur Verfügung, um unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen zu unterstützen und Chancen für alle Menschen zu schaffen. Lokale Initiativen spielen dabei eine wichtige Rolle.

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.

Eine Zooglerin unterstützte im Rahmen ihres Fellowships beispielsweise das Schweizer Projekt HURIDOCS, das mithilfe von künstlicher Intelligenz die Verteidigung von Menschenrechten erleichtern will. Dafür entwickelt HURIDOCS Instrumente und Strategien, die Beweise, Gesetze und Forschungsergebnisse, die für einen bestimmten Fall relevant sind, leichter zugänglich machen.

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.

Google for Nonprofits

Mit Google for Nonprofits möchte Google einen positiven Beitrag zum lokalen Umfeld leisten, in dem 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.

Google Serve und Holiday Giving Campaign

Jedes Jahr im Juni führt Google weltweit an allen Standorten Google Serve durch. Dabei machen Google-Mitarbeitende Freiwilligeneinsätze bei gemeinnützigen Organisationen: entweder vor Ort oder virtuell. Eines von vielen Beispielen dafür ist Freiwilligenarbeit für Asylex. Diese Organisation kümmert sich um Menschen mit Migrationshintergrund und bietet kostenlose Rechtsberatung für Menschen, die Asyl in der Schweiz beantragen. Google-Volontäre haben diese Arbeit mittels technischer Unterstützung vereinfacht und so zum Projekt beigetragen.

Im November organisiert Google.org darüber hinaus jährlich die Holiday Giving Campaign. Dabei handelt es sich um eine weltweite Spendenaktion für unterschiedliche Hilfsorganisationen.

Unterstützung von lokalen Initiativen durch Google.org Grants

Caritas Zürich

Caritas Zürich profitiert von Googles Unterstützung: So leisten Google-Mitarbeitende beispielsweise Freiwilligenarbeit in unterschiedlichen Projekten. Darüber hinaus unterstützte Google.org die drei Caritas-Märkte mit einer Spende, die wiederum ihre Kundinnen und Kunden daran teilhaben lassen und so für acht Monate von 10 Prozent Rabatt beim Einkauf profitieren konnten.



„Google Schweiz engagiert sich sozial. So auch bei Caritas Zürich, bspw. an unserer alljährlichen Weihnachtswunschaktion und mit Freiwilligenarbeit in den Projekten. Google.org hat zudem unsere Caritas-Märkte im Kanton Zürich 2023 mit einer grosszügigen Spende unterstützt, dank welcher Kund*innen 8 Monate lang mit 10 Prozent Rabatt einkaufen konnten.“

Björn Callensten,
Direktor Caritas Zürich

ProJuventute

Ein soziales Projekt ganz anderer Art verbirgt sich hinter dem Medienprofis-Test der Organisation ProJuventute, der 2017 durch die Unterstützung von Google.org umgesetzt werden konnte: Das Medienprofi-Tool verfolgt das Ziel, Kindern und Jugendlichen Medienkompetenz zu vermitteln und sie zu verantwortungsvollen Nutzer*innen digitaler Medien zu erziehen.

Weitere Infos unter: [medienprofis.ch](https://www.medienprofis.ch)

Schweizerisches Rotes Kreuz Kanton Zürich

Das Schweizerische Rote Kreuz Kanton Zürich hilft Geflüchteten in Zusammenarbeit mit dem Ambulatorium für Folter- und Kriegsoffer AFK des Universitätsspitals Zürich beispielsweise dabei, emotionale Belastungen zu verarbeiten und zu lernen, mit welchen Methoden sie Stress im Alltag bewältigen können. Google.org unterstützte das Pilotprojekt und hat mit dazu beigetragen, dass es ins Leben gerufen werden konnte.

„Menschen mit Fluchthintergrund sind durch das Erlebte häufig von emotionalen Belastungen betroffen. In unserem Pilotprojekt SPIRIT unterstützen gleichsprachige Personen die Betroffenen beim Erlernen von Strategien für den Umgang mit Alltagsschwierigkeiten und Stress. Vielen Dank an Google.org und das Google-Team, dass ihr von Anfang an daran geglaubt habt und den Stein ins Rollen gebracht habt!“

Maria Steinbauer,
Leiterin Fundraising SKR Kanton Zürich

Nachbarschaftshilfe

Mit dem Projekt Nachbarschaftshilfe digital soll Senior*innen der Zugang zum Netz und zu digitalen Themen insgesamt erleichtert werden. Freiwillige Googler*innen unterstützen es. Google.org beteiligt sich am Projekt auch finanziell.

„Die Nachbarschaftshilfe digital bringt Freiwillige und Senior*innen zusammen und erleichtert älteren Generationen den Zugang zur digitalen Welt. Wir freuen uns über die Unterstützung von Freiwilligen von Google und den finanziellen Zuschuss von Google.org, welcher uns hilft, das Projekt auf weitere Stadtkreise in Zürich auszuweiten.“

Katrin Winzeler,
Geschäftsführerin Nachbarschaftshilfe Zürich

Kunst- und Kulturgenuß per Mausklick

Von der Tonhalle Zürich bis zum Olympischen Museum in Lausanne:
Google macht Schweizer Kulturprojekte online erlebbar



Die Tonhalle Zürich ist das erste Konzerthaus der Schweiz, das auf Google Arts & Culture virtuellen Besucher*innen Einblicke in die bewegte Geschichte des Hauses gewährt.

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. Sie können zum Beispiel in der bekannten Street-View-Ansicht durch die Tonhalle Zürich flanieren und dabei insbesondere die berühmten, nun restaurierten Deckengemälde sowie die vielfältigen Ornamente und Dekorationen bestaunen. Zu den weiteren Schweizer Partnern von Google Arts & Culture zählen unter anderem das Kunsthaus Zürich, die Fondation Beyeler in Riehen/Basel, das Musée d'ethnographie in Neuenburg oder das Olympische Museum in Lausanne.

„Die Tonhalle Zürich möchte sich via Google Arts & Culture einem neuen Publikum öffnen und die Besonderheiten und die Historie des wohl schönsten Konzerthauses der Schweiz lebendig machen. Google Arts & Culture trägt unsere Angebote in die Welt und bindet potenzielle Besucher an die Tonhalle. Wer die innovativen Resultate der Aufnahmen gesehen hat, wird sich noch mehr für einen Besuch unseres Hauses vor Ort interessieren.“

Michaela Braun,
Leitung Kommunikation und Marketing
der Tonhalle-Gesellschaft Zürich



Flanieren Sie
virtuell durch die
Tonhalle Zürich.



Erfahren Sie hier mehr
über das Olympische
Museum in Lausanne.



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



Bildnachweise

Cover und S. 4–5, 12–13: Paul Grabowski; S. 3, 6–7, 28–30, 36–39: Yves Bachmann; S. 10–11: Marvin Zilm; S. 14–17: Dan Cermak (6), Guillaume Megevand (2); S. 18–19: Anne Gabriel-Jürgens; S. 21: René Niederer; S. 22–23: Marvin Zilm; S. 32–33: Dan Cermak; S. 34: Gian Ragetti; S. 35: YouTube/MySwitzerland; S. 41: Caritas Zürich/Dominic Wenger; S. 42: Gaetan Bally; S. 8, 20, 43: Google

Impressum

Google Switzerland GmbH
Brandschenkestrasse 110
8002 Zürich
2. Auflage Dezember 2023
Kontakt: press-ch-external@google.com

Wie alles anfing ...

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 rein gar nichts einigen – doch schon im folgenden Jahr begannen sie ihre Zusammenarbeit. In ihren Wohnheimzimmern entwickelten sie eine Suchmaschine, die mithilfe von Links die Wichtigkeit einzelner Websites im World Wide Web ermittelte, und nannten diese BackRub.

Kurz darauf wurde BackRub (zum Glück!) in Google umbenannt. Der 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.

Bald 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, ehemalige CEO von YouTube) im kalifornischen Menlo Park. Klobige 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 grafisch veränderte Logo über der Google Suche, das sogenannte Doodle, bestand 1998 aus einem Strichmännchen im Logo. Es wies darauf hin, dass sich das gesamte Team freigenommen hatte und zum Burning Man Festival gefahren war. In den folgenden Jahren begann das Unternehmen rasch zu expandieren, stellte Informatiker*innen 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.

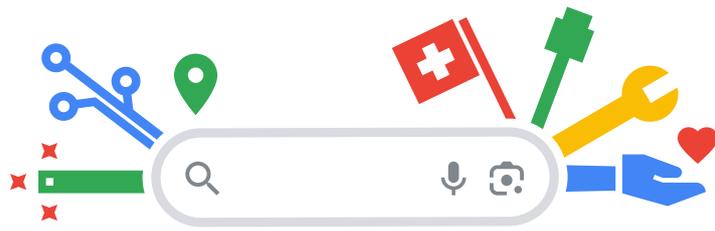


Urs Hölzle wurde Teil von Google, als das Unternehmen gerade von einer Garage in Menlo Park in ein Büro über einem Velo-Laden in Palo Alto gezügelt war. Als 8. Mitarbeiter wurde er damals eingestellt, um Rechenzentren aufzubauen, die genauso innovativ sein sollten wie der Suchdienst. Bis zum heutigen 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.

Sehen Sie sich hier das
erste Doodle von 1998 an.



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



Gemeinsam erfinden

Eine digitale Zukunft für die Schweiz.
Mit Weitblick. Verantwortungsvoll. Aus Zürich.



Google