

Besser Scheitern

Für ein Unternehmen sind gescheiterte Projekte gleichzusetzen mit monetären und materiellen Verlusten, geplatzten Träumen und enttäuschten Mitarbeitern. Doch was nach ökonomischer Logik unbedingt zu vermeiden ist, gehört beim Unternehmen X zu den Zielen – und macht die Firma erfolgreich.

Felix Herold

Die Firma X (ehemals Google X) verfolgt die Verwirklichung menscheitsverändernder Ideen. In Anlehnung an John F. Kennedys Ankündigung von 1962, einen Menschen auf den Mond schießen zu wollen – nach damaligem Forschungsstand ein geradezu wahnwitziges Vorhaben – träumt Astro Teller, der Chef von X, auch von solch einem Moonshot.

Ambitioniertes Projekt

Dass manche Ideen fast von alleine abheben zu scheinen, durfte Teller am Project Loon feststellen. Mithilfe von schwebenden Internet Hot-Spots in Form großer Ballons soll auch in den entlegensten Gegenden der Welt ein flächendeckender Internetzugang ermöglicht werden. Nach einiger Zeit schluckte Loon das mit dem gleichen Problem betraute Project Titan, das eine Lösung mit solarbetriebenen Drohnen verfolgte. Im Juli 2018 wurde das Projekt dann schließlich als eigenständiges Unternehmen aus X ausgelagert.

Neben Loon stammen auch andere richtungweisende Ideen von den Mitarbeitern der kalifornischen Firma, so die Google-Brille oder das selbstfahrende Google-Auto. Daher scheint es nur eine Frage der Zeit zu sein, wann das nächste Projekt aus den Denkhallen des Silicon Valley der Öffentlichkeit präsentiert werden kann.

Belohnung für gescheiterte Ideen

Doch in dem für Entwicklung und Umsetzung innovativer Ideen bekannten Unternehmen geht unter der Regie von Teller bisweilen eine Menge schief. Und das hat System. Dem Firmenziel entsprechend, sollen sich die Mitarbeiter von X nur mit Lösungen für Probleme be-



© stock.adobe.com/NDABCREATIVITY

schäftigen, die mindestens eine Milliarde Menschen betreffen. Doch das führt zu vielen unrealisierbaren Projektideen.

Umso wichtiger ist es für Teller, dass sich Mitarbeiter möglichst frühzeitig von nicht umsetzbaren Ideen lösen und sie als gescheitert einstufen. Das spart Zeit und große Mengen an Geld und Ressourcen. Nur verlangt das von den Mitarbeitern große Überwindung. Niemand stellt sich gerne seinem persönlichen Versagen oder beerdigt freiwillig seine Träume – besonders nicht unter den Augen der Mitarbeiter oder des Chefs.

Aus diesem Grund setzt der Firmenchef alles daran, Scheitern so attraktiv wie möglich zu gestalten. Das Belohnungssystem für gescheiterte Ideen funktioniert bei X etwa so, wie bei anderen Konzernen erfolgreich abgeschlossene Projekte zelebriert werden. Berufliche Rückschläge werden mit Zulagen oder auch Beförderungen entlohnt oder bei der großen Firmenfeier die gescheiterten Ideen vorgestellt. In Anlehnung an den mexikanischen Tag der Toten werden an diesem Tag anstelle der größten

Erfolge dann die größten Niederlagen der Vergangenheit gefeiert – und auch die größten Versager unter den Mitarbeitern.

Dass neben all den geplatzten Träumen dennoch der Erfolg des Unternehmens im Vordergrund steht, kann dabei fast in Vergessenheit geraten. Doch auf viele fehlgeschlagene Projekte folgt irgendwann ein sehr erfolgreiches, so die Hoffnung Tellers.

Der Erfolg von Project Loon

Seit Juli 2019 läuft in Zusammenarbeit mit Telekom, dem drittgrößten Netzbetreiber Kenias, ein erster kommerzieller Test von Loon. Flächendeckend soll der Mobilfunkstandard Long Term Evolution zur Verfügung gestellt werden. Andere Mobilfunkanbieter zeigen sich deutlich skeptischer und wollen die ersten Ergebnisse zu Funktionsfähigkeit und den Kosten der Ballone abwarten.

Doch selbst wenn sich das Projekt Loon schlussendlich doch als Luftnummer herausstellen sollte – Astro Teller wäre stolz. ■