

## FACTSHEET 1. GOOGLE'S "20 PERCENT TIME"

<b>Organisatie</b>	Naam	Google Inc.
	Oprichting	1998 (toentertijd een tweemansbedrijf van Larry Page en Sergey Brin)
	Branche	ICT
	Grootte	ca. 12.238 medewerkers wereldwijd (per maart 2007)
	Cultuur	In de literatuur wordt gesproken van een cultuur van "geeks" of nerds. Google lijkt een gedreven, jonge organisatie, die zich veelal op de inhoud richt. Toch is met de ontwikkeling tot een groot bedrijf en een beursnotering het zwaartepunt deels verschoven van de creatieve geesten naar de marketeers en economen.
<b>Methode</b>	Beschrijving	Met de "20 percent" time-methode wordt bedoeld dat Google-medewerkers een dag per week (20% van hun tijd mogen besteden aan projecten, die niet binnen hun reguliere takenpakket vallen en toch relevant zijn voor Google. Voorbeeld: een medewerker van Google viel op dat een bepaalde shortcut nog niet mogelijk was in het programma Google Reader. Vervolgens ging hij – na overleg met de betrokken afdeling – zelf aan de slag om die shortcut te bouwen.
	Voordelen	Medewerkers zoeken elkaar op met hun ideeën, delen kennis en krijgen de mogelijkheid om zich voor een gedeelte van hun tijd in te zetten voor iets dat hen (écht) interesseert. Creatieve ideeën krijgen de mogelijkheid om (deels) buiten de bestaande organisatie om tot wasdom te komen.
	Nadelen	Uiteindelijk wordt toch van veel medewerkers verwacht dat ze gewoon 40 uur werken en leuke projecten naast hun werk doen. Men grapt ook wel dat de 20% regel voor de zaterdag is bedoeld. Dit zal ook verband houden met het arbeidsethos in de V.S.
	Successen	De "20 percent" time-methode heeft o.a. Orkut voortgebracht (zeg maar Google's Hyves), Google News, Google Suggest en Ad-sense for Content.
	Aanvullende methoden	Het management houdt wekelijks een aantal spreekuren. Iedereen kan dan met ideeën komen. Weet je je idee in zo'n 5 minuten te "verkopen", dan kun je daarmee verder aan de slag. Bovendien houdt het management op die manier contact met de werkvloer.
		Men hanteert een intern blog (ideas mailing list). Nieuwe medewerkers worden aangemoedigd om ideeën en opmerkingen daar te spuien. Nieuwe en oude medewerkers reageren op elkaar.
		Brainstorms: 8 keer per jaar met telkens 100 ICT-professionals worden concepten bediscussieerd en ideeën verder uitgewerkt.
		Opkopen van veelbelovende kleinere bedrijven. Google Earth werd bijvoorbeeld mogelijk door de aankoop van het bedrijf Keyhole.
Slim gebruik van gebruikers. Met Google Labs worden nieuwe toepassingen eerst voorgelegd aan de voorhoedegebruikers.		
Kosten en baten	De kosten van Google's methode zijn onduidelijk. Schattingen gaan ervan uit dat ca. 50% van de omzet van Google bereikt wordt met producten die aanvankelijk als "20 percent" time-projecten zijn begonnen.	
<b>Bronnen</b>	Internet	<a href="#">De methode kort uitgelegd voor nieuwe Google-medewerkers</a> <a href="#">De methode in de praktijk</a> <a href="#">Voor en nadelen</a>
	Anders	"Managing Google's Idea Factory" in <i>Business Week</i> 3 oktober 2005 "How Google Grows.. and Grows.. and Grows" in <i>Fastcompany</i> 69, maart 2003