



# Internet

Gmail von Google

## Powerful, sicher! Aber auch beautiful?

«Ihre Mailbox ist voll» – diese Meldung könnte bald der Vergangenheit angehören. Zumindest für Nutzer des neuen E-Mail-Services von Google. Ein Gigabyte Speicherplatz wird Google jedem Benutzer für Mails zur Verfügung stellen. Das ist 500-mal mehr als zum Beispiel Hotmail seinen Kunden zugesteht. Beim Angebot von Microsoft erhalten sie lediglich zwei Megabyte – und müssen daher laufend alte Mails löschen. Der Gmail genannte Service macht damit Schluss: Nie wieder Mails löschen, verspricht Google. Das alles klingt sehr gut. Bleibt die Frage nach der Finanzierung. Google selbst kündigt den Dienst als kostenlos an. Gmail soll sich durch Anzeigen refinanzieren, die in verschickte E-Mails eingebettet werden. Im Gegensatz zu seinen Konkurrenten will Google diese jedoch abhängig vom Inhalt der E-Mail platzieren, eine Absicht, die Datenschützern schon jetzt Sorgenfalten auf die Stirn treibt.

Thomas Vauthier  
th.vauthier@bluewin.ch

Die beiden wichtigsten und beliebtesten Services im Internet sind Suchmaschinen und E-Mail. Google, die Königin der Suchmaschinen, will beide Dienste jetzt kombinieren: Google hat den Webmail-Dienst «Gmail» angekündigt.

Kern des neuen Maildienstes ist eine Suchmaschine, die so schnell wie der Websuchdienst alle E-Mails absuchen kann, die der Benutzer je verschickt oder empfangen hat. Wenn Gmail eine Mail anzeigt, sind automatisch auch alle Antworten auf dieses Mail sichtbar. Gmail organisiert die E-Mails automatisch in Form von sinnvollen «Konversationssträngen» anstatt in Ordnern. E-Mails und ihre Antworten, Weiterleitungen und Kommentare werden also gruppiert. Sogar komplette Korrespondenzen zu einem bestimmten Thema liessen sich wieder rekonstruieren – ähnlich wie bei Threads in einem Forum. Ein effizienter Spam-Filter soll zudem der Flut unerwünschter Werbe-Mails für Gmail-Nutzer ein Ende setzen.

### 1 GByte Speicherplatz für jeden Nutzer

Google will nicht nur das Mail selbst, sondern auch seinen Kontext sichtbar machen. Gmail ist so konzipiert, dass die Benutzer eine E-Mail nie löschen oder speichern müssen. Gmail ist auf Googles Suchtechnik aufgebaut und ermöglicht es jedem Benutzer, alle seine Mails genau so schnell abzusuchen wie Webseiten. Gmail ist ausgelegt für E-Mails auf Lebenszeit: Jeder Benutzer erhält ein Gigabyte Speicherplatz. Das ist 250 bis 500-mal mehr als Webmaildienste im Normalfall anbieten. Wer seit Jahren seine Mails archiviert, wird diese Ankündigung sicher zu schätzen wissen.

Zwar bieten bereits zahlreiche Unternehmen, darunter GMX, Yahoo und MSN, ähnliche Dienstleistungen an, mit der Menge des geplanten Speicherplatzes pro Nutzer steht Google jedoch einsam an der Spitze. Die 4 MByte von Yahoo oder gar nur 2 MByte von MSN Hotmail sehen im Vergleich dazu geradezu lächerlich aus. Allerdings ist dazu anzumerken, dass kaum ein Anwender unter normalen Umständen in der Lage sein wird, dieses

Potenzial auszuschöpfen. Google selbst liefert eine realistische Einschätzung und setzt 1 Gigabyte mit 500 000 Textseiten gleich. Wer auf die Speicherung überflüssiger Daten verzichtet, dürfte also sein Leben lang keinen weiteren Speicherbedarf haben. Derzeit testet Google den Maildienst in einer Betaversion mit 1000 ausgewählten Nutzern. Wann der Service öffentlich verfügbar wird, ist noch ungewiss. Zuerst müssen die Betreiber noch die rechtlichen Bedenken bezüglich des Schutzes der Privatsphäre lösen, die zu heftigen Protesten seitens der Datenschützer geführt haben.

### Gmail beunruhigt Datenschützer: Google liest mit

Google selbst kündigt den Dienst als kostenlos an, denn er wird durch so genannte «kontextbasierte» Werbung finanziert. Im Gegensatz zu seinen Konkurrenten will Google die Werbetexte abhängig vom Inhalt der E-Mail gezielt platzieren. Bei der Suchmaschine wird dieses Prinzip schon heute angewendet: Je nachdem welcher Begriff gerade gesucht wird, blendet Google rechts oben dazu passende Werbung ein.

Jetzt aber will Google den erweiterten Speicherplatz für die Mailbox durch individuelle Werbung für jeden User finanzieren. Dies will das Unternehmen unter anderem durch das automatisierte Durchsuchen der eingegangenen E-Mails nach Schlüsselwörtern realisieren. Ein Vorgehen, dass bei Datenschützern starke Kritik hervorruft.

Mit dem Einsatz von kontextbasierter Werbung in E-Mails betritt Google hier absolutes Neuland. Ein Computer wertet dazu alle E-Mails des Benutzers aus und durchsucht diese automatisch auf bestimmte Schlagwörter. Anschließend wird dazu passende Werbung eingeblendet. Wer Freunde also gerade über seinen bevorstehenden Urlaub informiert, könnte schnell Reisewerbung auf seinem Bildschirm entdecken. All das soll aber völlig automatisch und anonym geschehen: «Kein Mensch wird jemals Ihre Mails lesen», verspricht Google.



Ein zweites Argument, das Datenschützer ins Feld führen, ist die Gefahr der Verknüpfung von Informationen. Wer Gmail nutzt, muss sich nämlich registrieren. Damit könnte Google Informationen das Suchverhalten mit persönlichen Daten verknüpfen und Nutzerprofile anlegen.

Sollte das der Preis für den kostenlosen Mail-Service sein, so wäre es ein hoher. Er bestünde in der Aufgabe der gesamten Privatsphäre, sofern man bereit ist, diese einem Free-Mailer anzuvertrauen.

Big Brother is watching you? Wir werden sehen ...

Fortsetzung folgt ...

