

## **Vorsicht vor Anbietern mit kostenlosen Suchmaschinen**

### ***Digitales Tauschgeschäft – Kostenlose Software gegen private Daten***

Zwischen Anbieter und Kunde kommt fast automatisch ein Datenverkehr zustande. Sei es durch Updates oder zur Auslagerung der Daten zu Backupzwecken. Daher sollte genau festgehalten werden, welche Daten das Unternehmen verlassen. Schließlich darf man nicht vergessen, dass die eingesetzte Software alle Daten im Unternehmen liest, um den Index zu erstellen. Ein solcher Auftrag ist also auch immer eine Vertrauenssache.

Besondere Vorsicht ist bei kostenlosen Suchmaschinen angebracht. „Ich möchte hier keine Verschwörungstheorien verbreiten. Aber die beeindruckenden Quartalszahlen dieser meist amerikanischen Anbieter sollten aufhorchen lassen“, warnt Jürgen Lange, Geschäftsführer der xdot GmbH. „Denn irgendwie müssen die ihr Geld verdienen. Und wenn sie die Software nicht verkaufen, muss der Gewinn anders generiert werden.“ Jürgen Lange rät daher, sich einmal genauer das Geschäftsmodell der Firmen anzusehen. Häufig ist es nämlich der Handel mit Daten.

Bei manchen Suchmaschinen steht schon im Installationshinweis, dass die Daten aus statistischen Gründen festgehalten werden. Meist ist dabei von den Bewegungsdaten die Rede. „Wenn aber die Daten in digitaler Form vorliegen, ist es schwer zu kontrollieren, was mit ihnen gemacht wird.“ Lange rät prinzipiell von Suchmaschinenanbietern ab, die keine Transparenz in den Übertragungsprotokollen zulassen. Der Anbieter sollte den Kommunikationsverkehr stets offenlegen und auch Garantien geben.

Vorsicht hat natürlich auch bei Lizenzanbietern zu walten. Denn auch hier gibt es schwarze Schafe. „Ich rate Mittelständlern nur zu deutschen oder europäischen Suchmaschinenanbietern“, so Lange. „weil die die hier geltenden Sicherheitsrichtlinien einhalten.“ Auch mit dem Datenschutz sei das so eine Sache. „In Amerika gibt es keine so strengen Vorschriften wie in Europa. Hinzu kommt, dass es in den Vereinigten Staaten keine starke Kultur des Datenschutzes gibt. Das ist insofern problematisch, weil dieser Punkt häufig bei der Konzeption der Suchmaschine keine besondere Beachtung findet, bzw. ganz ausgeklammert wird“. Ein deutsches oder europäisches Unternehmen, das die Datenschutzrichtlinien kennt und von vorneherein in seine Konzeption integriert, sei daher die bessere Wahl.