



FRAGEN, SUCHEN, KLIMA SCHÜTZEN

Auf die Suchmaschine kommt es an

Allein in Deutschland werden täglich so viele Suchanfragen bei Google gestellt, wie Menschen in der Bundesrepublik leben – circa 80 Millionen. Die Anfragen kommen von Personen, die privat und auch beruflich schnelle Informationen benötigen. Wer statt zu googeln zu einer alternativen Suchmaschine wechselt, betreibt nicht nur Umweltschutz, sondern legt ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit ab.

Von Lennart Zech

Mit einem Marktanteil von über 90 Prozent ist Google der Platzhirsch unter den Suchmaschinen. Die monopolartige Stellung ist vielen Menschen ein Dorn im Auge. Zum Glück gibt es alternative Suchmaschinen, denen Datenschutz und Nachhaltigkeit mehr wert ist als dem amerikanischen Riesenkonzern. Diese Suchmaschinen gewinnen ihre Nutzer mit dem Wertversprechen, dass ihre Daten sicher sind und die Einnahmen mehrheitlich einem guten Zweck zukommen.

Bing versus Google, Privatsphäre versus Tracking

Es gibt genau zwei hochkomplexe Suchalgorithmen – Google und Bing. Auch wenn Bing, angeboten von Microsoft, im Praxistest gut abschneidet und im Kern neun von zehn Suchanfragen gleichwertig sind, ist Google für die meisten Nutzer komfortabler. Denn Google bietet eine enge Verzahnung mit den hauseigenen Diensten – Maps, Musik, Android, Cloud, Mails, Kalender, Kontakte, Notizen und und und... Und genau hier entsteht das Problem: Denn niemand verfügt über so viele Datenpunkte wie Google mit seiner Vielzahl an Diensten.

Google trackt, sammelt und verkauft diese Daten. Denn die Produkte für Google sind nicht die Werbeanzeigen, sondern die Menschen und deren Daten.

Microsoft Bing hingegen unterstützt den Trend zur datenschutzfreundlichen Suche und setzt aktuell das „Private Search“-Programm auf. Damit will Bing garantieren, dass Daten nicht getrackt oder gespeichert werden. Der einzige Eingriff ist das Herausfiltern von Bots und Spam, was verhindert, dass Werbekunden Geld für irrelevante Suchanfragen ausgeben. Doch was ist mit den alternativen Suchmaschinen, wie etwa Ecosia, die von immer mehr Menschen genutzt werden? Denn trotz eines Wechsels zu diesen bleibt die Entscheidung im Grunde eine zwischen Google und Bing. Warum? Ganz einfach, denn gleich ob Ecosia, Gexsi, Lilo oder sogar Yahoo: Von den (alternativen) Suchmaschinen greifen alle (außer Startpage, die Google nutzen) in Form von „White Label“-Partnerschaften auf den Bing-Algorithmus zurück. Microsoft selbst bekommt bei diesen Kooperationen für die Bereitstellung der Techno-

VERGLEICH ALTERNATIVER SUCHMASCHINEN

	TECHNOLOGIE	ETHICAL GOVERNANCE*	PRIVATSPHÄREN SCHUTZ	CO2 NEUTRAL	EIGENE CSR ANGEBOTE	50+% UMSATZ FÜR GUTE ZWECKE	GOOD CAUSES	FIRMENSITZ
	Bing	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓	17 Global Goals Social Entrepreneurship	Deutschland
	Bing	✓✓	✓	✓✓	✓	✓✓	Aufforstung	Deutschland
	Bing	✓✓	✓	✓	✓	✓✓	WWF	Deutschland
	Bing	✓	✓	✓	✗	✓✓	Auswahl an NGOs	Frankreich
	Bing	✗	✓	✓	✓	✓✓	Auswahl an NGOs	Dänemark
	Diverse Quellen	✓✓	✓✓	✓	✗	✗	✗	Deutschland
	Bing	✗	✓	✓	✗	✓✓	Auswahl an NGOs	Frankreich
	Bing	✗	✗	✓	✗	✓✓	Ocean Cleanup	D / USA
	Google	✗	✓✓	✓	✗	✗	✗	Niederlande
	Bing	✗	✓✓	✓	✗	✗	✗	Frankreich
	Diverse Quellen	✗	✓✓	✗	✗	✗	✗	USA
	Google	✗	✗	✓	✗	✗	✗	USA

*Positiv bewertet werden eine gemeinnützige Struktur oder eine ethische Zertifizierungen (Certified B Corp, Gemeinwohlökonomie etc); Abzug bei unzureichender Transparenz.

Die Suchmaschine Gexsi berücksichtigt, in welcher Region sich ihre Nutzer aufhalten und unterstützt bevorzugt innovative soziale Projekte vor Ort, wie etwa das Projekt „Tausche Bildung für Wohnen“ aus Duisburg. Die Übersicht vergleicht alternative Suchmaschinen in verschiedenen Aspekten.

Suchmaschinen als CSR-Tool

Wenn ein Unternehmen auf alternative Suchmaschinen umsteigen will, gibt es einige Aspekte zu beachten. Folgende Fragen sollten sich Unternehmen stellen, damit der Wechsel zielführend gestaltet werden kann:

- **Interne Prozesse** Wer sind die Treiber, um einen Wechsel der Suchmaschine anzustoßen (IT, HR, CSR, Management, Betriebsrat)?
- **IT-Vorgaben / Daten- und Privatsphärenschutz** Welche Vorgaben seitens der IT sind zu beachten (IT-Umgebung, Firmennetzwerke und Datenschutz)? Spricht mehr für eine zentrale Installation über die IT oder eine Kampagne, die für einen freiwilligen Wechsel bei den Angestellten wirbt?
- **Impact Dimension** Stehen die Angestellten hinter dem "Good Cause" der jeweiligen Suchmaschine? Betrifft dieser die Themenwelten der Firma und ihrer Angestellten (CSR / Sustainability Schwerpunkte / regionaler Bezug / Datensicherheit)?
- **Governance** Wie glaubwürdig ist der Suchmaschinenanbieter? Steht die Suchmaschine für einen guten Zweck oder steckt ein profitorientiertes Unternehmen dahinter?
- **Angebote für Unternehmen** Welche Partnerschaftsmodelle gibt es? Gibt es Möglichkeiten, aktiv teilzuhaben (z.B. Projekte mit auszuwählen)? Kann ich den Beitrag des Unternehmens messen und im Nachhaltigkeitsbericht ausweisen?

logie den kleineren Teil. So bleibt genug für ihre Partner, die ihre Einnahmen mehrheitlich einem guten Zweck zuführen. Was für die alternativen Suchmaschinen Geld für „Impact“ ist, sind aus Sicht von Bing Vertriebsprovisionen. Quasi Win-Win. In Sachen Datenschutz gehen die „kleinen“ Anbieter, die den Bing-Algorithmus nutzen, oft noch einen Schritt weiter, denn sie speichern keine Daten und geben Bing nur die nötigsten Informationen.

Vom Datenschutz zum Umweltschutz

DuckDuckGo, Qwant, Startpage und Metager sind Suchmaschinen, die besonderen Wert auf den Datenschutz legen und so wenig Nutzerinformationen wie möglich an ihren Algorithmuslieferanten Bing weiterleiten. In den letzten Jahren entstanden jedoch alternative Suchmaschinen, die den Fokus vermehrt auch auf den Schutz der Umwelt richten. Mit Abstand die bekannteste ist Ecosia. Die Suchmaschine nutzt ihre Provisionseinnahmen und pflanzt damit Bäume ([forum](#) berichtete).

Mehr als 130 Millionen Bäume konnten, laut Zähler auf der Website, durch die Werbeeinnahmen beziehungsweise

die Clicks der Ecosia-Nutzer gepflanzt werden. Eine Suchmaschine, die statt Bäume zu pflanzen mit jeder Suchanfrage Plastikflaschen zählt und aus dem Meer fischt, ist ein Newcomer am Markt: Ocean Hero. Doch auch die beiden Giganten und Algorithmuslieferanten engagieren sich nun auch für das Klima: Die Datenzentren von Bing sind bereits seit Jahren CO₂-neutral. Das will Google in Zukunft sogar noch übertreffen und durch den Aufbau von Kapazitäten im Bereich erneuerbarer Energien bis 2030 alle CO₂-Emissionen rückwirkend seit Gründung des Unternehmens 1998 ausgleichen. Microsoft will hier wiederum mit dem gesamten Konzern nachziehen (**forum** berichtete).

Mit den Erlösen Gutes tun

Andere Suchmaschinen nutzen ihre Provisionseinnahmen für soziale Zwecke. Eine davon ist Gexsi, die seit 2018 gezielt immer wieder neue Social-Entrepreneurship-Projekte unterstützt und damit einen wichtigen Beitrag zu den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen leistet. So etwa glassic, ein studentisches Start-up aus München, das die Idee umweltfreundlicher Mehrwegflaschen in Thailand etabliert, oder die Initiative Tausche Bildung für Wohnen, die auf unkonventionelle Weise Bildungspatenschaften für Kinder organisiert. Suchmaschinen mit einem ähnlichen Ansatz gibt es auch in Frankreich: Bei Lilo und YouCare können die Nutzer sogar selber auswählen, welche Organisation beziehungsweise welchen sozialen Zweck sie unterstützen möchten. In Dänemark wiederum heißt das soziale Pendant übrigens Givero.

Geld für Projekte – Image für Unternehmen

Die alternativen Suchmaschinen zielen vor allem auch auf Firmen als Nutzer, denn sie bieten Lösungen im Bereich Datenschutz und Imagegewinn durch gesellschaftliches Engagement. Gexsi setzt zusätzlich auf eine glaubwürdige Governance-Struktur. Die Firmenanteile hält die gemeinnützige Good Impact Foundation in Berlin, und Partnerschaften wie etwa mit dem WWF zeigen das gesellschaftliche Engagement.

So hat Gexsi im Frühjahr 2020 zum Beispiel die Panda-Suche gelauncht, die bei Suchanfragen Geld für die Projekte der Umweltschutzorganisation generiert. Auch Gexsi profitiert davon, denn über die Bekanntheit der NGOs erreicht die soziale Suchmaschine neue Zielgruppen.

Suchmaschinen wie Gexsi, Ecosia oder die dänische Givero bieten Unternehmen zusätzlich an, die über ihre Mitarbeiter*innen generierten Einnahmen zu messen. So wird aus der täglichen Suche im Netz ein starkes CSR-Tool, für das Unternehmen und die Angestellten sehen, welche guten Taten sie durch ihre Suchanfragen im Netz vollbringen.

Die Alternativen zu Google bringen somit zwei große Vorteile mit sich: Daten- und Umweltschutz. Die gegenwärtigen Marktanteile zeigen jedoch, dass hier noch viel Luft nach oben ist. Bleibt zu hoffen, dass das Angebot an alternativen Suchmaschinen zukünftig massiv wachsen wird und auch die Netzsuche einen nachhaltigen Wandel erlebt. ■

Ecosia versus Gexsi

Soziale Suchmaschinen sind auf dem Vormarsch und wollen sich gegen Google behaupten. Sie setzen sich für Umwelt- und Datenschutz ein. Zwei große Anbieter sind Ecosia und Gexsi. Im Gespräch mit **forum erzählt Gexsi Gründer und Geschäftsführer Dr. Andreas Renner, was die beiden Suchmaschinen unterscheidet.**



Dr. Andreas Renner ist promovierter Ökonom und tief in der weltweiten Social-Business-Szene verwurzelt. Er hat das deutsche Chapter der Certified B Corps gegründet und etliche Sozialunternehmen auf den Weg gebracht. Mit Gexsi, der Suchmaschine für eine bessere Welt, möchte er die Finanzierungslücke für Social-Entrepreneure schließen. Die Firmenanteile hat er einer gemeinnützigen Stiftung übertragen.

Herr Dr. Renner, warum noch eine weitere Suchmaschine?

Wer den Wechsel der Suchmaschine als integralen Teil der eigenen CSR-Strategie sieht, stößt aktuell auf ein sehr schmales Angebot. Das wollen wir mit Gexsi ändern.

Zersplittert das nicht noch mehr den Markt und macht es Google dadurch einfacher?

Im Gegenteil. Die meisten alternativen Suchmaschinen teilen sich die Microsoft-Bing-Technologieplattform und stärken somit die Nr. 2 im Markt. Die Qualität der Suche ist hier fast so gut wie bei Google, der Schutz der Privatsphäre aber eindeutig höher. Die Verträge mit Bing ermöglichen, eine Marge zu erwirtschaften, die zum Wohle der Gesellschaft eingesetzt werden kann.

Warum ist Gexsi gerade für Firmen besonders interessant?

Gexsi hilft den Unternehmen, die generierten Einnahmen zu messen, etwa mit Blick auf die Integration in den Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht. Wir können über eine praktische Desktop-Erweiterung die Gexsi-Suche an das Design der Firma anpassen. Gexsi wird somit zu einem emotional starken Engagement-Tool für Organisationen. Mit unserem Schwerpunkt auf der Förderung sozialer Projekte sind wir zudem ein attraktiver Partner für Unternehmen, die eigene Initiativen umsetzen wollen. Bei einem unserer Partner, dem Versicherungskonzern Generali, können Freunde oder Mitarbeitende beispielsweise über ihre Websuche die konzernnahe Stiftung The Human Safety Net unterstützen (thsn.gexsi.com). Viele unserer Lösungen lohnen sich bereits ab einigen hundert Nutzern.

Wo ist der Unterschied zwischen Ecosia und Gexsi?

Ecosia pflanzt mit seinen Einnahmen Bäume, wir von Gexsi fördern gezielt thematische und regionale Projekte, die gesellschaftliche Herausforderungen mit Unternehmergeist lösen, wie etwa der plastikfreie Kaugummi „Forest Gum“ oder die Jugendhilfe App „Between The Lines“. Trotz unterschiedlicher Ansätze sehe ich aber keine Konkurrenz. Wir sind Ecosia sehr dankbar. Das Unternehmen hat gezeigt, wie man Suchmaschinen als ein Werkzeug für gute Zwecke neu interpretieren kann.

www.gexsi.com/b2b