

Google will mit E-Mail glänzen



Nebinterface mit viel Speicherplatz, aber kein Pop3-Abruf / Bisher nur in englischer Sprache

Wenn Google gackert, gurren die Gazeten. Mit seiner Ankündigung eines kostenlosen E-Mail-Dienstes hat Google ein Brauen im Blätterwald angefacht, besonders im elektronischen. Denn dieses „Gmail“ blendet Werbung ein, die sich auf den Inhalt der Nachrichten bezieht, hieß es. Ein Google-Mail-Postfach faßt ein Gigabyte. E-Mail kann dort bis zum Sankt-Nimmerestag gespeichert bleiben, rühmte die Ankündigung weiter. Sofort stürzten sich alle Datenschützer dieser Internetwelt auf Googles geplantes Gegenlesen der Mails. Wir haben Gmail in seiner am ersten April eingeweihten Vorversion ausprobiert und finden: Die Aufregung ist ein Strohofer.

Gmail ist ein reiner Webmail-Dienst. Die Nachrichten kann man nur im Internet online lesen, bearbeiten und beantworten. Die Post bleibt sozusagen immer im Postamt, man muß sie wie mit langen Armen dort öffnen. Das mag in Amerika üblich sein, wo Computer-Ortsverbindungen immer schon kostenlos waren und entsprechend lange genutzt werden. In Europa und erst recht in Unternehmen wird E-Mail typischerweise auf den eigenen PC geholt und dort weiterbearbeitet, selbst von lauerverbundenen DSL-Nutzern. Das geht mit Gmail nicht.

Das Gratisangebot ist für Nutzer etwa von GMX auch kein Grund zur Fahnenschwucht. Zum Vergleich: GMX bietet kostenlos ein Postfach mit 20 Megabyte, weitere zehn Megabyte für Fotos, zwei E-Adressen, guten Spam-Schutz, Posteinsammeln aus anderen Konten und Postweiterleitung. Postholen mit einem Mail-Programm wie Outlook über Pop (Post Office Protocol) und Senden über SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) sind selbstverständlich.

Da sind die von Google gerühmten 1000 Megabyte für Mail zwar 50mal mehr, aber auch nicht die Welt: Wir haben versuchsweise alle unsere Eingangspost zusätzlich auf Gmail geleitet – und in nur vier Tagen schon ein Prozent verbraucht. Wenn

das so weitergeht – und Mail wird eher mehr –, dann läuft unser Gmail-Fach schon im kommenden Sommer über. Eine Möglichkeit, die Mails von dort herunterzuladen, gibt es mangels Pop-Abruf nicht. Unsere jüngste Outlook-Personal-Storage-Datei, Outlook.pst, ist mehr als 1,2 Megabyte groß.

Nicht sehr benutzerfreundlich zeigt sich das System bei der Adreßverwaltung. Da man seine Outlook-Kontakte nicht an Gmail übergeben kann, fängt der Nutzer dort wieder neu mit dem Adreßsammeln an. Der gewiß noch lernwillige Spam-Schutz von Gmail ist ungenügend und schafft eher Durcheinander als Ordnung im Posteingang. Viel zu viele der Schlechten landen im Töpfchen, viele Gute im Kröpfchen. Auf die Idee, nach Sprachen zu trennen, ist überhaupt noch niemand gekommen. In unserer Gmail-Inbox lag bunt vermischt etwa gleichviel Post wie unter „Spam“, ein völlig unrealistisches Verhältnis. Dafür läuft die Stichwortsuche in Nachrichten blitzschnell.

Sehr schön am Google-Webmailer ist die aufgeräumte, werbefreie Übersicht und im Detail das Vorauslesen von etwas Text in den Betreff-Zeilen. Weniger gut fanden wir das Fehlen von Uhrzeitangaben bei älteren Mails. Google-Mail ist intuitiv gut zu nutzen, doch einstweilen nur englisch. Die neuartige Nachrichtenablage nach Unterhaltungen („conversations“) statt in Ordner und die angepriesene Suche über Schlüsselwörter mag praktisch sein.

Gmail ist für englischsprechende Mail-Neulinge ein guter Einstieg. Will man später aber zu einem vielseitigeren Maildienst wechseln, der einen Pop-Abruf erlaubt, hängt man an der Gmail-Adresse. Und daß Gmail jemals Pop-Abruf oder gar Weiterleitung von Nachrichten erlauben wird, ist angesichts seines Werbekonzepts unwahrscheinlich. Und wo bleibt diese anstößige Werbung? Mit Mühe ha-

ben wir eine Mail gefunden, die am Rand Verweise als „Related Pages“ und „Sponsored Links“ eingeblendet hatte. Wir korrespondieren ja nicht hauptsächlich englisch, und da fehlen Google wohl noch die Wörter. Es war im normalen Posteingang die unsinnige Nachricht, in einer von uns gesandten Mail habe ein Virus gesteckt. Da Viren Absender meist fälschen, sind solche Nachrichten heutzutage Spam, vernünftige Mailserver senden sie schon lange nicht mehr. Doch wohl gerade für deren Stichwörter hatte ein Virerendient bei Google Werbung geschaltet, ganz klein und bloßer Text am rechten Rand. Solche Randeinblendungen stören überhaupt nicht. Und wenn doch, so gewiß weniger als die bei Webmailern sonst übliche Überfülle an zielloser Reklame und anzüglichen Pop-ups, im Gegenteil: Die Werbung paßt zum Thema. Was den Datenschutz angeht, fanden wir daran nichts Anrühiges: Jeder Spam-Schutz liest Mail inhaltlich maschinell mit, und wie viele Sicherheitsdienste unsere Mails heimlich spurlos kontrollieren, werden wir nie erfahren.

Bei Google-Mail liest garantiert kein Mensch unsere Briefe, bringt sie mit uns in Beziehung oder gibt gar persönliche Informationen weiter. Theoretisch besteht freilich die Möglichkeit, daß die bei Google am Server gesammelte Mail samt Informationen über unser Suchverhalten oder gar unsere Person – wenn wir uns an Partnerbörsen und Web-Diskussionen beteiligen – der einst einmal behördliche und andere Begierlichkeiten wecken. Inzwischen sollte man wenigstens das Paßwort nicht zu leicht erratbar machen. Für vieles bei Google hegen wir zwar Bewunderung, schon weil die Suchmaschine, ihre praktischen Browser-Einblendungen, sogar die unaufdringliche Werbung am Rand vorbildlich sind. Anderes überzeugt jedoch nicht auf Anhieb, so daß Gmail bei uns leider nicht punkten konnte.

FRITZ JÖRN