

DI.Day: Alternative Suchmaschinen und Browser

Auch wenn es den meisten bekannt sein sollte, eine kleine Abhandlung: noch immer kennen Computerbenutzer nicht die genauen Unterschied zwischen Suchmaschine und Browser, oder Adresse und Suche

(Internet-)Browser

Ist ein Programm um Informationen im Internet („Seiten“) abzurufen und darzustellen. Diese Seiten haben **Adressen** (**URL**=Uniform Resource Locator) in einer bestimmten Form und werden mit einem **Übertragungsprotokoll** (**HTTP://**, besser verschlüsselt per **HTTPS://**) übertragen. z.B.:

<https://di.day>, oder www.tagesschau.de

Diese Adressen, jeweils durch Punkte getrennt, werden von rechts nach links gelesen, dürfen KEINE Leerzeichen, aber einige Sonderzeichen (Binde- und Unterstrich) und inzwischen auch Umlaute (ÄÖÜ, ...) enthalten. Groß-/Kleinschreibung wird ignoriert (Wie auch bei [Email-Adressen](#), die auch hinter dem „@“ die Domänen-Adresse haben. Die URL kann rechts noch durch wenige, andere Zeichen z.B. „/“ für Unterseiten (nicht zu verwechseln mit dem „\“-Pfadtrennzeichen von Windows!!!) und „?“ für direkte Befehlsausführung ergänzt werden. Hier ist Groß-/Kleinschreibung SEHR wichtig! (Daher sollte man solche Adressen nicht unbedingt selbst eintippen!), z.B.

<https://di.day/de>, oder <https://www.google.com/search?q=Di+Day>

Ganz rechts beginnt es mit der **Top-Level Domain** („Haupt-Domäne“), oft eine Landeskennung wie z.B. DE/US/NL/..., oder etwas wie COM (=Commerce/Handel), ORG (=Organisationen), GOV (=Government/Regierung) oder inzwischen auch alles mögliche wie Städtenamen (oder DAY), natürlich auch „SEX“, ...

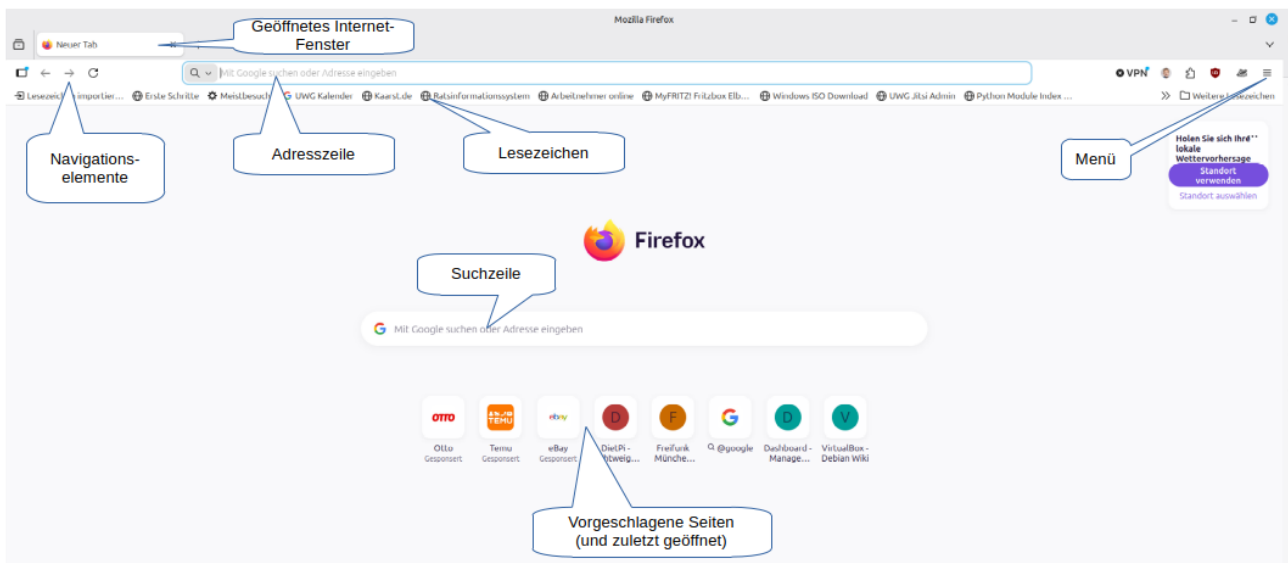
Es gibt im Wesentlichen 3 Gruppen von Browserfamilien (mit verschiedenen „Engines“) zum Anzeigen dieser Internetseiten:

1. **(Google) Chrome** ([Blink](#)): Die inzwischen mit Abstand größte Gruppe, denn es gibt zahlreiche Derivate. Basieren alle auf dem (von Google freigegebenen) Open Source [Chromium](#). Googles eigener Browser „Chrome“ ist aber sehr eng mit seinen Diensten verknüpft, warum man auf andere Chromium-basierte Browser wechseln sollte. Hier die Wichtigsten (eine vollständige Liste ist fast unmöglich):
 - **(Ungoogled) Chromium**: Die nackte Open Source Variante, die im Quelltext nochmals von allen Google-Verweisen bereinigt wurde. Daher gehen auch keine Erweiterungen aus dem Google Store! Nur über Umwege.
 - **Brave**: Eine sehr datenschutzfreundliche Open Source Variante mit guten Zusatzfunktionen (inzwischen auch mit besonderen Bezahlvarianten), aber in US Hand (US Cloud Act)
 - **Vivaldi**: Dahinter steckt eine unabhängige, norwegische Firma, die NICHT von der Sammlung von Nutzerdaten existiert, Gründer ist ein ehemaliger CEO und Mitgründer von Opera. Umfangreiche Zusatzfunktionen
 - **Opera**: Noch in Oslo sitzende Firma (also europäische DSGVO), inzwischen aber in chinesischer Hand. Ist inzwischen auch nicht mehr empfehlenswert wegen Datenhunger.
 - **(Microsoft) Edge**: Früher hatte Microsoft es mit einer eigenen Engine (im [Internet Explorer](#)) versucht, die aber eingestellt wurde. Ist NICHT empfehlenswert, aber auf allen Windows-PC vorinstalliert, bzw. drängt sich auf Dauer dort ständig in den Vordergrund!
2. **Mozilla Firefox** ([Gecko](#)): Ging aus der Mitte der 90er Marktführer [Netscape Navigator](#) hervor. Er ist in vielen Linux Distributionen vorinstalliert und gibt es nur wenige kaum erwähnenswerte Derivate:

DI.Day: Alternative Suchmaschinen und Browser

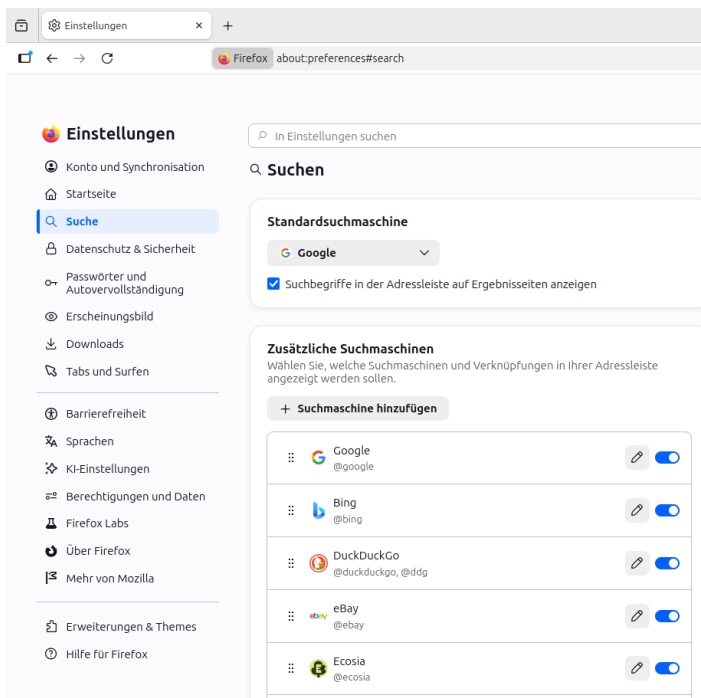
- **Zen Browser**: Ein moderner, stark anpassbarer Browser, der die Arbeitsumgebung von minimalistischem Design und vertikalen Tabs in den Vordergrund stellt. Er bietet Arc-ähnliche Funktionen, basiert aber vollständig auf der Gecko-Engine.
 - **LibreWolf**: Ein auf Privatsphäre ausgerichteter Fork von Firefox. Telemetrie, Datenerfassung und DRM-Funktionen sind standardmäßig deaktiviert, und die Sicherheitsrichtlinien ("Hardening") sind maximal verschärft.
 - **Waterfox**: Ein auf 64-Bit-Systeme optimiertes Derivat für Power-User, die Wert auf tiefgreifende Anpassbarkeit, Telemetrie-Freiheit und klassische Add-on-Strukturen legen.
 - **Floorp**: Der fortschrittlichste Browser, der aus dem Mozilla-Umfeld stammt. Er kombiniert Firefox-Strukturen mit hochgradig flexiblen UI-Experimenten und integrierten Produktivitäts-Tools. Auf ihm beruht z.B. der **Midori** Browser in der **XFCE** Benutzerumgebung einiger Linux-Distributionen (z.B. auch **Linux-Mint**).
3. **Apple Safari (WebKit)**: Wer Apple Geräte hat bekommt ihn vorinstalliert, gehört zu den Big-Tech. Witzigerweise diente er als Grundlage für Blink auf dem Google Chromium basiert

Im Wesentlichen funktionieren alle Browser gleich: Sie haben eine **Adressleiste** (für die URL), die inzwischen AUCH als Suchfeld dienen kann. Und oft befindet sich auf der **Startseite** auch noch ein direktes **Suchfeld** einer Suchmaschine. Adressen gefundener Seiten können als Lesezeichen werden. Hier nun ein Überblick von Firefox:



Im Menü und „Einstellungen“ „Suche/Suchmaschine“ können Sie die Standardsuchmaschine, Startseite, Datenschutz, etc ändern:

DI.Day: Alternative Suchmaschinen und Browser



Suchmaschine

Um an die notwendigerweise EXAKTEN Adressen (URLs) einer Webseite zu kommen (noch dazu sind sie tlw. lang und man weiß nicht unbedingt die exakte Adresse) gibt es Suchmaschinen, Quasi ein verschlagwortetes Register aller Webseiten. Die Suchmaschienn müssen das Web ständig nach Änderungen durchsuchen.

Nichtkommerzielle Suchmaschinen:

<u>MetaGer</u>	Eine deutsche Meta-Suchmaschine, die vom gemeinnützigen <u>Verein SUMA-EV</u> betrieben wird. Sie schützt vor Zensur, ist quelloffen und bezieht ihre Ergebnisse aus verschiedenen Quellen.
<u>Ecosia</u>	Das bekannte <u>deutsche Unternehmen</u> verwendet einen Großteil seiner Einnahmen, um weltweit Baumpflanzprojekte zu finanzieren. Die Server sind vollständig CO2-neutral.
<u>DuckDuckGo</u>	Bekannt für den strikten Verzicht auf Nutzerprofile. Die Suchmaschine speichert keine IP-Adressen und finanziert sich durch kontextbezogene Werbung, nicht aber durch Verkauf von Daten.
<u>Qwant</u>	Eine europäische Suchmaschine mit Sitz in Frankreich, die den Fokus auf europäische Datenschutzstandards legt. Sie speichert keine personenbezogenen Daten und bietet eine übersichtliche Google-ähnliche Nutzeroberfläche.
<u>Brave Search</u>	Bietet als einer der wenigen Anbieter einen komplett unabhängigen, eigenen Index und setzt auf umfassenden Schutz der Privatsphäre.
<u>Startpage</u>	Sendet Ihre Suchanfragen anonymisiert an Google. Dadurch erhalten Sie die gewohnte Ergebnisqualität von Google, jedoch ohne Tracking oder Erstellung von Nutzerprofilen.
<u>Kagi Search</u>	Ist eine werbe- und trackingfreie Premium-Suchmaschine, die sich über Abonnements statt durch Werbung finanziert. Sie bietet hochgradig personalisierbare Ergebnisse, bei denen Sie störende Websites

DI.Day: Alternative Suchmaschinen und Browser

	blockieren und Lieblingsseiten priorisieren können. Die Nutzung ist komplett privat und Ihre Daten werden nicht an Dritte verkauft.
--	---

Inzwischen treten Suchmaschinen etwas in den Hintergrund, da **KI-Sprachmodelle** deren Funktionen oft ersetzen können. Da diese das Wissen aus dem Internet quasi „gelernt“ haben, können Sie viele Suchanfragen beantworten und geben auch Quellangaben mit. Selbst aktuelle Daten, die nicht im Wissen enthalten sind, können einige Modelle in die Ergebnisse einbinden. Aber Vorsicht, KI basiert NUR auf Statistik und KANN halluzinieren und auch falsche Quellen erfinden!

Eine der wenigen unabhängigen KI Lösungen ist [Mistral AI](#) und die einzige in Europa, die nennenswerten Belang hat, was Größe und Qualität angeht.

Ein Vorteil, der aber auch Nachteil ist: Die KI Agenten holen sich einmal das Wissen der Webseiten ohne das Werbung angezeigt wird an, aber Tausende können die Inhalte nun über die KI-Agenten abrufen. Den Nutzer freut es, aber z.B. Nachrichtenportalen fehlen nun sehr spürbar Werbeeinnahmen und sie werden wohl bald Bezahlschranken aufbauen (müssen), um ihren Fortbestand zu schützen. Zeitungsverlage leiden ja schon seit Jahren an der kostenlosen Verbreitung ihrer Inhalte. Auch viele sogenannte Influencer werden das zu spüren bekommen, da ihr Geschäftsmodell ja auch auf Werbeeinnahmen beruht, sie müssen sich anpassen.