



Statement zur Krise der Online-Werbung

Anlass: Französischer Internetprovider Freebox integriert automatischen Werbeblocker. Daraufhin untersagte das Ministerium für Telekommunikation Freebox die Nutzung dieser Funktion.

Der zweitgrößte französische Internetprovider Freebox hat zum Jahreswechsel seinen Nutzer eine neue Funktionalität bereitgestellt und einen automatischen Werbeblocker integriert. Damit würde 5,5 Millionen Internetusern in Frankreich keine Online-Werbung mehr angezeigt werden. Als Reaktion hat Fleur Pellerin, die französische Ministerin für Telekommunikation, Freebox umgehend die Nutzung dieser Funktion untersagt, da als Folge, die Einnahmeerlöse der Webseitenbetreiber drastisch einbrechen würden.

Till Faida, Mitgründer von Adblock Plus

Der Vorstoß des Internetproviders Freebox in Frankreich zeigt, in welcher Krise sich Online-Werbung derzeit international befindet. Mittlerweile wurde Freebox zwar untersagt, diese Funktion zu nutzen; dennoch ist die Nachfrage der Verbraucher nach Werbeblocker groß. Die Suchanfragen nach „Adblock“ in Frankreich haben sich nach der Bekanntgabe von Freebox, einen automatischen Werbeblocker als Funktionalität zu integrieren, mehr als verdoppelt (Quelle: [Google Trends](#)). Rund 100.000 neue Abonnenten haben sich in den letzten Tagen das Add-on Adblock Plus heruntergeladen.

Tatsache ist: Das Vertrauen der Nutzer in Internet-Werbung schwindet. Entweder ignorieren sie blinkende Banner oder suchen nach Möglichkeiten, Werbung dauerhaft zu blockieren. Die Werbewirtschaft reagiert bisher leider, indem Banner immer noch aufdringlicher gestaltet werden, was diese Negativspirale fortsetzt.

Die zunehmende Verbreitung von Werbeblockern empfinden viele Online-Medien und Blogger als Bedrohung. Uns ist bewusst, dass Werbung eine wichtige Rolle für kostenlose Inhalte im Internet einnimmt. Im Rahmen der „Acceptable Ads“-Initiative wollen wir daher einen Kompromiss zwischen Nutzern und Websites finden, indem wir eine nachhaltige Lösung für das wachsende Problem der Ablehnung von Werbung im Internet schaffen. Mit der „Acceptable Ads“-Initiative soll ein Anreiz geschaffen werden, ansprechendere Werbung



einzusetzen, da sich nun mit nicht-nervenden Formaten viel mehr Nutzer erreichen lassen. Unaufdringliche Werbung funktioniert viel besser, dadurch dass User nicht durch blinkende Banner abgelenkt oder von der Website vertrieben werden. Zudem können Nutzer ihre Lieblingsseiten für Werbung freischalten und auf eine Whitelist setzen.

Alle Filterlisten werden von der Adblock Plus-Community gepflegt und ständig aktualisiert. Mehr als 40 Millionen Nutzer weltweit vertrauen beim Surfen mit den Browsern Firefox, Chrome oder Opera bereits auf Adblock Plus.

Über Adblock Plus:

Adblock Plus ist der einfache Werbeblocker für das Internet. Das Add-on lässt sich in Sekundenschnelle installieren und blockiert anschließend aufdringliche Werbung im Internet. Mit der Browsererweiterung wird das Surfen im Web wieder attraktiver, sicherer und schneller. Mehr als 40 Millionen Internetnutzer weltweit vertrauen täglich auf Adblock Plus. Es ist damit das beliebteste Add-on im Web. Adblock Plus ist derzeit für die Browser Firefox, Chrome und Opera verfügbar sowie als App für Smartphones und Tablets mit Android-Betriebssystem erhältlich. Weitere Informationen unter: www.adblockplus.org

Pressekontakt

Till Faida

till@adblockplus.org