



HoGent

Faculteit Bedrijf en Organisatie

Adblocker en de impact op gratis content beschikbaar op het internet.

Tim Van Roosbroeck

Scriptie voorgedragen tot het bekomen van de graad van
Bachelor in de toegepaste informatica

Promotor:
Sebastiaan Labijn
Co-promotor:
Joeri Van Steen

Instelling: —

Academiejaar: 2014-2015

Tweede examenperiode

Faculteit Bedrijf en Organisatie

Adblocker en de impact op gratis content beschikbaar op het internet.

Tim Van Roosbroeck

Scriptie voorgedragen tot het bekomen van de graad van
Bachelor in de toegepaste informatica

Promotor:
Sebastiaan Labijn
Co-promotor:
Joeri Van Steen

Instelling: —

Academiejaar: 2014-2015

Tweede examenperiode

Samenvatting

Voorwoord

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Probleemstelling en Onderzoeksvragen	4
2	Methodologie	6
3	Wat is een adblocker	7
4	Hoe werkt een adblocker	8
5	Gebruik van adblockers	9
5.1	Wie gebruikt ze	9
5.2	Redenen voor gebruik adblocker	9
6	Huidige impact van adblockers	10
7	Hoe wapenen bedrijven zich tegen adblockers	11
8	Gevolgen op lange termijn	12
9	Hoe zien de makers van adblockers de toekomst	13
10	Conclusie	14

Hoofdstuk 1

Inleiding

Veel content op het internet is gratis te lezen of te bekijken. Denk maar aan filmpjes op YouTube, maar ook volledige programma's van televisiezender alsook nieuwsdiensten zoals De Redactie, Het Laatste Nieuws en Sporza. Vaak staat daar reclame tegenover. Diensten van sites zoals Google of Facebook worden gratis aangeboden, maar tonen heel wat publiciteit op hun webpagina's. Reclame is alom tegenwoordig op het internet.

Het inlassen van reclame op de websites gebeurt op verschillende manieren:

- Een videofragment dat moet bekeken worden.
- Een pop-up met reclame.
- Een reclame blok doorheen of aan de rand van een artikel.
- ...

Een adblocker is - meestal - een gratis plug-in voor browsers die er voor zorgt dat het overgrote deel van de reclameboodschappen geblokkeerd worden. Momenteel is Adblock Plus de meest gebruikte adblocker en ook de meest gedownloade browser extensie. De plug-in is beschikbaar voor negen browsers waaronder de vijf grootste. Sinds kort zijn adblockers ook beschikbaar voor smartphones.

Het gebruik van een adblocker zorgt voor een daling in reclame inkomsten voor content providers. Facebook en Google halen zelfs 90% van hun inkomsten uit reclame en verliezen miljarden door adblockers. Ook makers van filmpjes op YouTube of Twitch verliezen inkomsten door adblockers.

1.1 Probleemstelling en Onderzoeksvragen

Het doel van het onderzoek is enerzijds inzicht te krijgen in de werking van adblockers en anderzijds het bepalen van de impact en de gevolgen op korte en lange termijn op de bedrijven die hun inkomsten halen uit reclame.

- Wat is de impact, op dit moment, van adblockers op reclame inkomsten? Wie lijdt er het meeste onder?
- Wat zouden de gevolgen kunnen zijn van een adblocker op langere termijn voor diensten zoals YouTube, Google en Facebook? Welke zijn de gevolgen de gevolgen voor de “kleine” content providers die bijvoorbeeld op YouTube of Twitch content aanbieden?
- Op welke manieren omzeilen content providers momenteel adblockers? Hoe zullen ze zich in de toekomst wapenen tegen adblockers

?

Hoofdstuk 2

Methodologie

Hoofdstuk 3

Wat is een adblocker

De term ad blocker is de overkoepelende term voor alle soorten software die advertenties verwijderen op een webpagina. Het blokkeren van advertenties zorgt niet alleen voor dat de gebruiker een aangename ervaring heeft. Een ad blocker zorgt er ook voor dat webpagina's sneller geladen worden. Doordat reclame wordt geblokkeerd zullen reclame bedrijven ook minder informatie over je ter beschikking hebben. Met als gevolg dat de privacy beter wordt beschermd. Sommige ad blockers zoals Ghostery gaan nog verder en laten toe om trackers te blokkeren. Het blokkeren van trackers zorgt ervoor dat het moeilijker om gevolgd te worden wat opnieuw bijdraagt tot het beschermen van de privacy.

Hoofdstuk 4

Hoe werkt een adblocker

Hoofdstuk 5

Gebruik van adblockers

5.1 Wie gebruikt ze

5.2 Redenen voor gebruik adblocker

Hoofdstuk 6

Huidige impact van adblockers

Hoofdstuk 7

Hoe wapenen bedrijven zich tegen adblockers

Hoofdstuk 8

Gevolgen op lange termijn

Hoofdstuk 9

Hoe zien de makers van adblockers de toekomst

Hoofdstuk 10

Conclusie

Bibliografie

Lijst van figuren

Lijst van tabellen