

15. Mai 2017, von Michael Schöfer

Werbetreibende und Verlage sind selbst schuld

Unlängst habe ich auf einem Rechner das Betriebssystem neu installiert (nein, kein Opfer des Erpressungstrojaners WannaCry), dabei aber leider vergessen, im Browser den Werbeblocker zu aktivieren. Nach dem Besuch einer IT-Website wurde dieser Fehler jedoch umgehend korrigiert, denn nach Aufrufen eines Artikels unterband die eingeblendete Werbung das Zurückkehren auf die vorherige Seite mithilfe des Zurück-Buttons. Anders ausgedrückt: Ich wurde gegen meinen Willen dort festgehalten. Keine Nötigung im strafrechtlichen Sinne, aber ebenso entbehrlich wie lästig. Selbstverständlich hätte ich über die Bookmarks auf die Eingangsseite zurückkehren können, doch dann müsste ich mich erst wieder nach unten durchscrollen. Jedenfalls ging alles nach der Installation des Werbeblockers wieder wie gewohnt, was ein schlagender Beweis für deren Notwendigkeit ist.

Mich irritiert das insbesondere, weil diese IT-Website in der Vergangenheit stets versprach, nur unaufdringlich zu werben. Man möge dort doch bitte den Werbeblocker deaktivieren, weil die Redaktion die Einnahmen benötige. Grundsätzlich verständlich, aber wenn man den Surfer derart auf einer bestimmten Unterseite festhält, braucht man sich über die Verwendung von Werbeblockern wirklich nicht zu wundern.

Als Surfer wundere ich mich ohnehin oft, weil ich aggressive Werbung für absolut kontraproduktiv halte. Da glänzt beispielsweise die Website einer überregionalen Tageszeitung damit, beim Aufruf eines Artikels ungefragt ein laut losplärendes Video abzuspielen, das dann natürlich beim Lesen extrem stört. Was soll das? Ist das Lesen bei Zeitungen nicht der eigentliche Sinn und Zweck? Lösung: Zusätzlich Videos anbieten, aber bitte ohne Autoplay. Da selbst Werbeblocker nicht alles blockieren, surfe ich manche Websites schon gar nicht mehr an. Aber letztlich schneiden sich dabei alle ins eigene Fleisch: Werbetreibende, Verlage und Surfer. Werbung wäre für mich absolut in Ordnung - solange sie zurückhaltend daherkommt. Ich frage mich bloß, wann die Firmen das endlich lernen.