

OVK-Politalk: Netzpolitiker sehen Whitelisting kritisch und fordern Transparenz

PricewaterhouseCoopers-Expertenbefragung prognostiziert Gefährdung von Arbeitsplätzen und Zunahme von Bezahlmodellen im Internet

Düsseldorf/ Berlin, 16. Oktober 2015 – „Adblocker – Segen oder Fluch für das Internet?“ lautete das Thema des gestrigen Politalks, zu dem der [Online-Vermarkterkreis \(OVK\)](#) im [Bundesverband Digitale Wirtschaft \(BVDW\) e.V.](#) Netzpolitiker und Digitalexperten nach Berlin eingeladen hatte. Im Vorfeld der Diskussionsrunde stellte PricewaterhouseCoopers (PwC) Deutschland die Ergebnisse einer aktuellen [Expertenbefragung zu Gründen und Auswirkungen der Nutzung von Adblockern und zur Bemessung des wirtschaftlichen und gesamtgesellschaftlichen Schadens von Adblocking](#) vor.

Online-Werbeinnahmen sind zentraler Bestandteil der Finanzierung von digitalen Geschäftsmodellen und ein wichtiger Motor der Digitalen Wirtschaft. Durch Adblocker wird die Wertschöpfungskette in der Digitalen Wirtschaft unterbrochen – mit erheblichen negativen Auswirkungen, wie die aktuelle Expertenbefragung von PwC im Auftrag des OVK zeigt.

Adblocker gefährden Arbeitsplätze und fördern Zunahme von Bezahlmodellen im Internet

Bereits jetzt, so eines der zentralen Befragungsergebnisse, führt der Einsatz von Adblockern zu Umsatzverlusten von 10 bis 20 Prozent bei Publishern und Vermarktern. Mehr als die Hälfte der Befragten sehen dadurch eine Gefährdung von Arbeitsplätzen. Gleichzeitig wird eine Zunahme von Bezahlmodellen im Internet erwartet.

Besonders Adblocker-Geschäftsmodelle, die sich über häufig intransparente „Whitelisting“ und „Acceptable Ads“ finanzieren, werden nicht nur als Widerspruch zu den Konsumenteninteressen gewertet, sondern auch als nicht legitim und wettbewerbsverzerrend angesehen. Die Befragten sehen dadurch vor allem die journalistische Angebotsvielfalt gefährdet und die Monetarisierungsmöglichkeiten digitaler Geschäftsmodelle beeinträchtigt. 90 Prozent geben an, dass Adblocking negative wirtschaftliche Auswirkungen auf den Online-Werbemarkt hat; die Mehrheit sieht negative Auswirkungen auf den gesamten digitalen Markt, da nicht zuletzt auch die werbetreibende Industrie in ihrem Vermarktungsspielraum massiv eingeschränkt wird.

Adblocking im Wachstumsmarkt Mobile besonders kritisch

Da Mobile-Werbung der stärkste Wachstumsbereich innerhalb der Digitalwerbung ist und die Skalierung und Monetarisierung von Mobile-

Werbung sich hier noch in der Anfangsphase befindet, wird Adblocking in diesem Bereich von den befragten Experten als besonders kritisch bewertet. 90 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich der deutsche Online-Werbemarkt durch den Einsatz von mobilen Adblockern stark oder sehr stark verändern wird, bis hin zur Gefahr, dass die Einführung von Adblocking Mobile-Werbung in dieser frühen Phase zum Erliegen bringen kann – mit fatalen Folgen für den wichtigen Wandel von stationären zu mobilen Geschäftsmodell im Internet.

Störende Werbung Hauptursache für Adblocking – Adblocker nicht die richtige Instanz für „akzeptable Werbung“

Nach den Ursachen für Adblocking gefragt, zeigen sich die Digital-Experten selbstkritisch: Neben zu geringer Qualität und Kreativität der Werbung, Sensibilität bezüglich des Schutzes der digitalen Privatsphäre und aufdringlichem Retargeting sehen sie vor allem in störender Digitalwerbung die Hauptursache für Adblocker-Nutzung. Gleichzeitig sprechen die Befragten Adblocker-Anbietern die Eignung ab, die richtige Instanz und ein unabhängiger Dritter zur Festlegung von „akzeptierter Werbung“ zu sein.

Lösungsstrategien, darüber sind sich die Digitalexperten einig, müssen den Konsumenten in das Zentrum jeglicher Maßnahmen stellen. Hier nimmt sich die digitale Werbebranche auch selbst in die Pflicht. So streben die Befragten übereinstimmend eine Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit, Qualität und Kreativität von Werbung an. Zudem sollen Nutzer verstärkt für das Finanzierungsmodell kostenfreier Inhalte sensibilisiert werden. Gleichzeitig wird aber auch die Zugriffserlaubnis auf Inhalte und Services nur gegen Ausschalten des Adblockers als probater Ansatz befürwortet.

OVK-Politalk: Netzpolitiker sehen Whitelisting kritisch und fordern Transparenz

Die vielfältigen Auswirkungen der Adblocker-Nutzung auf die Medienlandschaft, die Werbebranche und die Digitale Wirtschaft sowie die unterschiedlichen Sichtweisen darauf waren auch Gegenstand des von Frank Puscher moderierten Politalks mit Christian Röpke, Geschäftsführer Zeit Online, und OVK-Sprecher Oliver von Wersch (G + J Digital Products). Führende Netzpolitiker von CDU und SPD begrüßten dabei eine kritische Auseinandersetzung mit der Thematik und ihren Auswirkungen und forderten vor allem mehr Transparenz.

Lars Klingbeil, Netzpolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion: "Es ist gut, dass die Diskussion um Adblocker Fahrt aufnimmt. Ich halte überhaupt nichts von Verboten und was sicher auch nicht weiterhelfen wird, ist ein fehlgeleiteter Regulierungsversuch wie am Ende beim Leistungsschutzrecht. Aber wir müssen auf Seiten der Adblocker über transparente Regeln sprechen. Ich habe Bauchschmerzen damit, dass Adblocker-Anbieter mit dem bezahlten Whitelisting von Online-Werbung Geld verdienen – wo der Nutzer etwas anderes will."

Thomas Jarzombek, Sprecher der CDU/CSU Bundestagsfraktion für Digitale Agenda: „Wir müssen uns über Prinzipien verständigen und Mechanismen entwickeln, die schnell implementiert werden können. Die Lösung für die Zukunft ist nicht unbedingt in der Gesetzgebung zu finden.“

Über die OVK-Adblocker-Studie

Im Zeitraum von September bis Oktober 2015 hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) im Auftrag des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. mittels qualitativer Einzelinterviews 20 Experten aus der digitalen Wirtschaft zu Gründen und Auswirkungen der Adblocker-Nutzung und zur Bemessung des wirtschaftlichen und gesamtgesellschaftlichen Schadens von Adblocking befragt. Zu den Befragten zählen Publisher, Vermarkter, Mediaagenturen, Technologieanbieter und Werbungtreibende.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
<http://www.bvdw.org/presseserver/AdblockerStudie>

Mehr zum Thema:

Aktuelle OVK-Messung: Adblocker-Rate bleibt stabil (05.10.2015):
<http://www.bvdw.org/presse/news/article/aktuelle-ovk-messung-adblocker-rate-bleibt-stabil.html>

OVK kritisiert angekündigte Content-Blocking-Schnittstelle in Apples neuem Betriebssystem iOS 9: „Inakzeptable Ausnutzung der Marktstellung zum Nachteil des offenen und freien Internets“ (10.09.2015):
<http://www.bvdw.org/presse/news/article/ovk-kritisiert-angekueandigte-content-blocking-schnittstelle-in-apples-neuem-betriebssystem-ios-9.html>

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin Public Relations – Pressesprecherin
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. Mit Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW inter-

disziplinar verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote – Inhalte, Dienste und Technologien – transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-how, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der Digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure für Markttransparenz und Angebotsgröße für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. **Wir sind das Netz.**