



Keine schöne Bescherung: Tracking, Retargeting und Malvertising

Sicher shoppen ohne nervige Werbung

Köln, 20. Dezember 2019 - Die Umsätze beim Onlineshopping im Weihnachtsgeschäft steigen seit Jahren rasant, 2018 wurden im deutschen Onlinehandel 13,3 Milliarden Euro in der Adventszeit umgesetzt, die Prognosen für 2019 belaufen sich auf 14,7 Milliarden Euro. ¹

Onlineshopping liegt im Trend, hat aber nicht nur Vorteile. Denn auch Cyberkriminelle und Datensammler haben in der Vorweihnachtszeit Hochkonjunktur; Wer im Netz Geschenke sucht und kauft, wird zum Ziel von Tracking, Retargeting und Malvertising. Adblock Plus schützt Nutzer*innen und blockt gleichzeitig unerwünschter Werbung.

Die Gefahr für Internetnutzer*innen auf Malicious Ads zu stoßen ist an Feiertagen um 141% höher im Vergleich zu normalen Werktagen.² Mit Viren infizierte Werbeanzeigen sind nicht nur auf dubiosen Seiten zu finden, da auch die Werbeplätze auf seriösen Seiten in der Regel über externe Adtech-Netzwerke vergeben werden. Nutzer*innen müssen die Anzeigen nicht einmal anklicken, um ihren Rechner mit den Viren zu infizieren. Im schlimmsten Fall drohen dauerhafte Schäden am Gerät, oder der Verlust persönlicher Daten.

Weniger gefährlich aber dafür nervtötend sind Tracking und Retargeting. Viele Shoppingseiten speichern Nutzerinformationen wie IP-Adressen, Suchanfragen und angesehene Produkte und erstellen auf dieser Grundlage ein Profil, das für Werbung genutzt wird.

Setzt der Onlineshop auch Retargeting ein, so werden der Nutzer*in wieder und wieder Anzeigen für dieselben Produkte ausgespielt. Das geschieht selbstverständlich auch auf anderen Seiten, selbst wenn das entsprechende Produkt bereits gekauft wurde und längst nicht mehr interessant ist. Oder die Freundin erfährt beim Nachrichten lesen über eine Anzeige von ihrem Weihnachtsgeschenk, das eigentlich eine Überraschung bleiben sollte.

¹<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/166745/umfrage/einzelhandel-umsaetze-im-internet-insgesamt-und-zu-weihnachten/>

² <https://blog.confiant.com/confiants-demand-quality-report-for-q3-2018-5b074ebbf8ec>

Um sich vor den Gefahren im Netz zu schützen nutzen immer mehr Menschen einen Adblocker, rund 30 Prozent der Deutschen surfen bereits ohne nervige Werbung und das nicht nur in der Vorweihnachtszeit.³

Über eyeo:

eyeo's Mission sind Lösungen für ein faires und nachhaltig finanziertes Internet. Dafür entwickelt die eyeo GmbH aus Köln die Browser-Erweiterung Adblock Plus, mit der Nutzerinnen und Nutzer störende Werbung im Internet blockieren können. Die kostenfreie Open-Source Software wird weltweit von über 100 Mio. Menschen genutzt und unterstützt die Acceptable Ads Initiative für bessere Online-Werbung. Darüber hinaus entwickelt eyeo Adblocking-Apps für iOS und Android, den Micropayment-Dienst Flattr, sowie den Faktenchecker Trusted News.

Pressekontakt:

Dr. Laura Dornheim

Email: press@eyeo.com

www.eyeo.com

³ <https://pagefair.com/blog/2017/adblockreport/>