

Adblocker

Was ist ein Adblocker?

Bei einem Adblocker handelt es sich um eine Software, mit der die Einblendung von Werbung beim Surfen im [Internet](#) unterdrückt wird. Viele Betreiber von Webseiten finanzieren ihr Angebot über das Einbinden von Werbung. Dies kann von Nutzern als lästig empfunden werden, da es Ladezeiten verlängert und beispielsweise sich öffnende Fenster (sogenannte Pop-ups) manuell geschlossen werden müssen.

Durch die nachträgliche Installation einer Zusatzsoftware, dem Adblocker, ist es möglich, Werbeeinblendungen zu blockieren. Allerdings kann eine Folge sein, dass Webseiten dadurch nicht mehr korrekt dargestellt werden.

Adblocker: Bezeichnung und Herkunft

Das Wort setzt sich zusammen aus den Begriffen Advertisements, kurz Ads (dem englischen Wort für Werbung), und Blocker. Die ursprüngliche Idee, Werbeeinblendungen zu blockieren, stammt noch aus der Welt des [Fernsehens](#). Dort wurde beispielsweise das eingeblendete Bild analysiert. Sobald das Logo des Senders nicht mehr feststellbar war, konnte eine Aufnahme unterbrochen werden. Hierdurch war es möglich, Sendungen ohne Werbung aufzuzeichnen.

Das Internet wurde mit zunehmender Verbreitung als Plattform für Werbung entdeckt. Viele Webpräsenzen generieren wichtige Einnahmen auf diese Weise. Betreiber erhalten, abhängig von der Anzahl an Aufrufen, Gebühren von Werbepartnern, dessen Einblendungen sie in die Seite integrieren. Allerdings können aggressive Einblendungen von eigentlichen Inhalten ablenken. Auch verlangsamt sich in manchen Fällen der Seitenaufbau durch die Einbindung von Werbung.

Die Erfindung des populären "Adblock Plus" für Browser war dennoch eher ein Zufallsprodukt. Der Däne Henrik Aasted Sørensen experimentierte 2002 mit Zusatzmodulen für Browser, den sogenannten [Plugins](#). Dabei ging es ihm eher um die technische Machbarkeit, Werbung zu unterdrücken, als darum, sein Produkt zu vermarkten. Daher stellte er den Quellcode später der Öffentlichkeit kostenlos zur Verfügung.

Arten von Werbung auf Webseiten

Es gibt verschiedene Methoden, mit denen Werbung in Webseiten integriert werden kann. Verbreitet sind zum Beispiel Folgende:

- **Bannerwerbung:** Hierbei werden Inhalte von separaten Ad-Servern nachgeladen und auf speziell dafür reservierten Flächen eingeblendet. Der Vorteil liegt darin, dass die Inhalte dynamisch generiert und daher aktualisiert oder auf den Nutzer zugeschnitten werden können.
- **Pop-ups:** Dies sind sich selbst öffnende, separate Fenster, die sich in der Regel über den Webseiteninhalt legen. Diese müssen vom Nutzer geschlossen werden, um den eigentlichen Inhalt wieder zu sehen.
- **Verbal Placement:** Bei dieser Methode werden die werblichen Inhalte möglichst natürlich in den Fließtext der eigentlichen Webseite integriert und dann mit [Links](#) des Werbepartners unterlegt.

Die Vergütung des Aufrufs der Webseiten von Werbepartnern mittels Provisionen ist Bestandteil des sogenannten [Affiliate-Marketings](#). Dieses hat unter anderem zum Ziel, dem Kunden durch die werbliche Einbindung von Inhalten dennoch einen Mehrwert zu bieten. Ihm soll nach der Information über eine Produktgattung gleich ein entsprechender Anbieter präsentiert werden.

Funktionsweise eines Adblockers

Die meisten gängigen Adblocker integrieren sich in den verwendeten [Webbrowser](#). Dies ist möglich, weil diese Programmierschnittstellen, sogenannte APIs, für kleine Zusatzprogramme bieten. Für den Browser Firefox beispielsweise gibt es eine extra Plattform zur Veröffentlichung dieser sogenannten [Add-Ons](#) oder Plugins.

Die Zusatzsoftware analysiert die angeforderten Pakete. Dabei kommen Filterlisten zum Einsatz. Generell gibt es zwei Ansätze der Filterung:

- **Whitelisting:** Hierbei werden alle Inhalte blockiert, die nicht explizit auf der sogenannten "weißen" Liste freigegeben sind. Dies schützt natürlich zuverlässig vor ungewünschten Inhalten. Es bedarf allerdings eines vergleichsweise hohen Aufwands, derartige Listen zu erstellen und sie aktuell zu halten.
- **Blacklisting:** Bei diesem Verfahren werden Adressen oder Namensbestandteile unerwünschter Inhalte gesammelt. Es werden dann nur Inhalte abgewiesen, die Elemente dieser Liste enthalten.

Blacklists bergen ein geringeres Risiko, erwünschte Inhalte ungewollt zu blockieren. Andererseits besteht eine höhere Gefahr, dass bislang noch unbekannte Inhalte der unerwünschten Kategorie durchgelassen werden.

Zudem ist zumeist eine intelligente Erkennung der Webseiteninhalte integriert. So haben Werbeeinblendungen häufig bestimmte Positionen und Pixelgrößen. Auch können eingebundene Inhalte im Quelltext der Webseite identifiziert werden.

Oft wird die Scriptsprache JavaScript verwendet, um Werbeeinblendungen umzusetzen. Daher gehört es auch zu Methoden von Adblockern, das Ausführen von JavaScript-Code zu deaktivieren oder mit einer zusätzlichen Sicherheitsabfrage zu versehen.

Anbieter von Adblockern

Adblock Plus

Einer der bekanntesten Adblocker ist der bereits genannte [Adblock Plus](#). Hierbei handelt es sich um ein kostenfreies und quelloffenes Plugin, das für alle gängigen Browser verfügbar ist.

uBlock Origin

Ein weiterer verbreiteter Anbieter ist [uBlock Origin](#), der ebenfalls als Zusatzmodul für Browser angeboten wird.

NoScript

Mit der Erweiterung [NoScript](#) kann das Ausführen von JavaScript unterbunden oder mit einer Sicherheitsabfrage versehen werden. Dabei kann der Nutzer auch Ausnahmen für erwünschte Inhalte hinterlegen. Es handelt sich aber nicht um einen Adblocker im eigentlichen Sinne

Pro und Contra Adblocker

Trotz des offensichtlichen Nutzens von Adblockern gibt es dennoch Vor- und Nachteile beim Einsatz.

Pro

Ladezeiten für Webseiten können verringert werden

Contra

Die Funktionalität von Webseiten kann

Werbeeinblendungen lenken nicht vom eigentlichen Inhalt ab	beeinträchtigt werden
Unerwünschte Inhalte werden nicht ungeprüft eingeblendet	Anbieter hochwertiger Inhalte finanzieren sich zum Teil über Werbung
Das Blockieren von JavaScript kann auch die Ausführung von Schadsoftware erschweren	Es können erwünschte Einblendungen blockiert werden
	Die Whitelist eines Nutzers dokumentiert sein Interessensprofil

Umgang mit Adblockern für Anbieter von Webinhalten

Grundsätzlich ist es für Webseitenbetreiber technisch möglich, den Einsatz von Adblockern von aufrufenden Rechnern festzustellen. Medienkonzerne haben in der Vergangenheit bereits rechtlich prüfen lassen, ob deren Einsatz womöglich gegen geltende Gesetze verstoßen könnte. Sie sehen beispielsweise ihr Geschäftsmodell gefährdet, nach dem das freie Anbieten von hochwertigen journalistischen Beiträgen durch Werbung subventioniert wird.

Dies wurde inzwischen höchstrichterlich als unbegründet zurückgewiesen. Dennoch gab es in der Vergangenheit schon Urteile, nach denen zumindest das kostenpflichtige Durchlassen von Inhalten durch Anbieter von Adblock-Software rechtswidrig sei.

Durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) wurde der Einsatz von Adblockern untersucht und bewertet. Als ein Fazit der Untersuchung wird genannt, dass Werbung auch so eingebettet werden kann, dass sie nicht von externen Servern nachgeladen wird. Dies stellt demnach einen Sicherheitsgewinn dar und kann nicht von Adblockern unterbunden werden.