



Af **Torsten Raagaard**
Illustration **Henrik Drescher**

Blip, båt og blinkende bannere

Filmstrimler, lydklip og blinkende rabatter.

Reklamerne på internettet breder sig og irriterer langt de fleste brugere.

Men annoncerne kan undgås. Hver tredje ved det bare ikke

”Kan man holde personlige bankmøder uden at mødes personligt? Ja!”

Pludselig taler en blød mandestemme akkompagneret af et stille klaver i baggrunden. Han præsenterer det virtuelle mødebord i Nykredit i en lille film, som kører i det felt, virksomheden har købt som reklameplads. Mens du i øvrigt er inde på en hjemmeside, som intet har med din økonomi at gøre. Du er kommet til at trække musen henover en annonce, som ligger på siden. Derfor spiller reklamen.

Men vi er grundigt trætte af at blive forstyrret af reklamer, viser en undersøgelse fra FBR Analyse. 96 procent føler sig mere eller mindre forstyrret på computerskærmen af kørende biler, der reklamerer for fabrikantens seneste model – uden du har søgt viden om nye biler – eller af annoncer, der popper op på skærmen og dækker for de oplysninger, du egentlig er på jagt efter. I højre og venstre side af skærmen blinker tilbuddene i en uophørlig strøm. Reklamer i alskens former flyder rundt på internettets hjemmesider.

Du kan vælge at tackle irritationen som Flemming Ortvang. Han har vænnet sig af med at se reklamerne.

”Jeg har efterhånden fået skyklapper på, så jeg ikke lægger mærke til det. Hvis du spørger mig, når jeg har været inde at læse en artikel, vil jeg ikke kunne fortælle, hvilken reklame der lå øverst,” siger han. ”Man lærer at abstrahere fra det.”

En anden måde at undgå reklamerne er at installere et program, som frasorterer dem i din browser. En undersøgelse blandt 60 forbrugere i Tænks testpanel viser, at hver tredje internetbruger er ikke klar over, at den slags programmer findes.

ANTIVIRUS BESKYTTER IKKE

Der hersker almindelig forvirring blandt brugerne om reklamer på internet, viser undersøgelsen.

Flere mener eksempelvis, at de allerede har beskyttet sig mod reklamer på nettet, når de har installeret et program mod virus. Men antivirusprogrammer beskytter kun mod vira, ikke mod annoncer.

Adskillige er i tvivl om, hvorvidt toolbars blokerer for mere end pop-up-reklamer. Men toolbars forhindrer kun annoncer i at poppe op. Du vil stadig blive udsat for flashende film og blinkende bannerannoncer.

Mange netbrugere kender altså ikke til muligheden for at stoppe reklamestrømmen, når de surfer på nettet. Eller også tror de fejlagtigt, at de allerede er beskyttet. Uoverskueligheden er stor, og imens blipper og blinker reklamerne på hjemmesiderne ude i de danske hjem.

Og det benytter annoncebureauerne sig af, fortæller interaktiv direktør Henrik Løwe fra mediabureauet Medicom.

”Måske er der flere, der vil sige nej tak til reklamer. Men langt fra alle kan finde ud af at blokere for det,” vurderer Henrik Løwe.

4 ud af 10 fra Tænks testpanel vil installere eller har allerede installeret et program til at blokere reklamerne på deres computer. Det overrasker ikke direktør Frank Aagaard Andersen fra mediebureauet OMD.

”Det kommer ikke bag på mig, at så mange aktivt vil være fri for det. Det er en del af virkeligheden,” siger han.

”Vi kan lige så godt forberede os på fremtiden, hvor det bliver mere reglen end undtagelsen, at forbrugerne kan vælge eksponeringen fra. Det forholder vi os pragmatisk til. Det betyder, at man som annoncør skal til at involvere sig mere på forbrugernes præmisser fremfor på egne præmisser,” siger direktøren.

Et eksempel på det er de såkaldte AdWords på Google, hvor der kommer relevante sponserede links op, når du foretager en søgning efter for eksempel et produkt.

Henrik Løwe fra Medicom er enig i, at ad-blockers ikke udgør en trussel for reklamemarkedet på nettet.

”Selvfølgelig kan man installere en blocker, men det skal man i en del tilfælde betale for, og så kommer der hele tiden nye måder at reklamere på,” konstaterer Henrik Løwe.

”Da Internet Explorer lavede blokering af pop-up, blev dynamisk html udnyttet endnu mere, altså rullegardiner eller noget der bevæger sig ind over siden. Vi skal nok ramme dem, vi skal ramme,” siger Henrik Løwe.

Frank Aagaard Andersen fra OMD, er enig i, at annoncerne nok skal finde vej til forbrugerne:

”Fremtiden kommer til at bringe mere af det, som vi kalder *adfærdsbestemt eksponering* af en reklame – det man kan se ud af forbrugers digitale fodspor, og det sikrer en mere relevant eksponering af målgruppen,” forudser han.



TRÆT AF REKLAMER?

Ved at installere en ad-blocker på din pc kan du slippe for reklamer, når du surfer. Vores test viser, at du får den bedste beskyttelse ved at købe dig til den

”Jeg går ikke på hjemmesider for at blive bombarderet med reklametilbud.”

Kommentaren fra Tænks testpanel om netreklamer bakkes op af flertallet af de godt 60 deltagere. Billedet er tydeligt: Danskerne er trætte af reklamer, når de surfer på nettet. Men samtidig viser undersøgelsen, at hver tredje ikke er klar over, at man meget nemt kan beskytte sig mod annoncerne.

Derfor har vi testet fem programmer, som forhindrer din computer i at blive udstillingsvindue for annoncerne. Testen viser imidlertid, at de gratis programmer ikke beskytter dig tilstrækkeligt, mens betalingsprogrammerne i flere tilfælde beskytter dig så godt, som produ-

centen lover. En undtagelse er dog gratisprogrammet Ad Block Plus, som er designet til browseren Firefox. Det beskytter dig faktisk ganske godt mod forstyrrende reklamer, når du er på nettet.

Du skal altså bruge Firefox når du surfer, før du kan drage nytte af Ad Block Plus. I dag bruges browseren af færre end hver sjettede computerbruger i Danmark, men tallet stiger støt. Internet Explorer er dog fortsat den altdominerende browser på markedet.

De tre betalingsprogrammer til at stoppe reklamerne, som vi har købt over nettet, koster alle fra 25-30 dollars, hvad der svarer til 140-170 kroner.

Med en enkelt undtagelse er billedet

tydeligt i denne test. Betalingsprogrammerne er gode til at luge reklamer ud, mens gratisprogrammet Ad Blocker 4Google2 ikke magter opgaven. Ad Block Plus, som gratis kan integreres i Firefox, virker til gengæld nogenlunde.

De tre betalte programmer får en flot bedømmelse, når det gælder blokering af pop-ups, billed- og bannerreklamer og flashannoncer. Pop Up Cop er dog knap så god til at undgå billeder, bannere og flash som de to bedste.

Pop Up Cop og de to gratisprogrammer blokerer ikke for søgemaskinernes sponserede annoncer. Det er dem, der typisk dukker op i skærmens højre side og i toppen over søgeresultatet, når du

FAKTA OM TESTEN

Vi har testet to gratis og tre betalingsprogrammer for deres evne til at blokere for reklamer. Programmerne er prøvet af på følgende hjemmesider: politiken.dk, berlingske.dk, aok.dk og killssometime.com i dagene fra d. 5-10. januar 2007.

Vi åbnede først alle siderne uden brug af ad-blocker og noterede, hvilke reklamer der dukkede op.

Derefter installerede vi en ad-blocker, åbnede de samme sider igen og noterede antallet og typerne af reklamer. Det

skal tilføjes, at reklamerne ændrer sig fra dag til dag, men antallet er sammenlagt næsten altid det samme.

Vi gentog derefter testen med en ny ad-blocker. Og da alle programmerne var prøvet af, sammenlignede vi deres evne til at fjerne pop-ups, billed-, banner- og flashreklamer.

Under hele testen brugte vi den samme computer for at eliminere risikoen for, at forskellige computere skulle vise websiderne forskelligt. Forsøgscomputeren har ikke andre programmer, som blokerer reklamer og popups, udover

standardindstillingerne i Internet Explorer, samt Symantec Antivirus, der i nogle tilfælde vil opfatte pop-ups som virus og dermed blokere dem.

Derudover har vi undersøgt programmerens indstillinger for at finde ud af, om de er letforståelige og overskuelige og for at teste, om programmet havde indstillingsmuligheder, som det reelt ikke kunne overholde.

Samlet bedømmelse er vægтет, så effektivitet tæller 60%, og brugervenlighed tæller 40%

▲▲ MEGET GOD ▲ GOD ● MIDDEL ▼ UNDER MIDDEL ▼▼ DÅRLIG

Program	Samlet bedømmelse	Samlet bedømmelse, %	Fundet til, kr.	Programmets størrelse, MB	Effektivitet, samlet	Sponsorerede links	Pop-up / pop-under	Billedreklamer / bannere	Flash	Søgefunktioner / Cookies / Web history
1 Ad Muncher	▲▲	70	143	1	▲	ja	▲▲	▲▲	▲▲	●
2 Super Ad Blocker	▲▲	70	171	11	▲	ja	▲▲	▲▲	▲▲	●
3 Pop Up Cop	●	56	143	2	●	nej	▲▲	●	●	▲▲
4 Ad Block Plus (til Firefox)	●	46	gratis	-	●	nej	▲▲	●	●	▼▼
5 Ad Blocker 4Google2	▼	24	gratis	2	▼▼	nej	▼▼	▼▼	▼▼	▼▼

Hjemmesiden aok.dk med annoncer og reklamer. Den øverste tredjedel af skærbilledet, en søgemaskine og to egenannoncer fylder på skærmen.



Vi har brugt testvinderen Ad Muncher til at fjerne reklamerne. Kun til højre står reklamens plads gabende tom, mens hjemmesidens indhold har udfyldt pladsen, hvor de to andre reklamer var.

leder efter oplysninger på nettet via en søgemaskine. Søger du for eksempel på ordet 'autostol,' vil der i Google, Yahoo og MSN dukke en række annoncer op, som henviser til steder på nettet, hvor der sælges autostole. Det er disse annoncer, som programmerne i denne test ikke blokerer tilstrækkeligt. Du kan undgå disse såkaldte ad-words. Programmet Sponsored Ad Blocker fjerner dem, og programmet er ganske gratis, funktionelt og nemt at hente og installere. Men du må hente et andet program, hvis du vil helt af med reklamer.

I denne test er Ad Block Plus næsten så god som Pop Up Cop, men den er noget dårligere til at slette såkaldte coo-

kies, altså de digitale spor, som fortæller, hvor du har været på nettet. Det klarer de tre betalingsprogrammer fint.

Det gratis program Ad Blocker 4Google2 kan vi ikke anbefale – på trods af at det er gratis. Testen viser nemlig, at programmet ikke blokerer pop-ups, billeder og bannere eller flash tilfredsstillende. Programmet fjerner heller ikke de sponserede annoncer på søgemaskiner.

LYNHURTIG SUPPORT

Alle fem programmer er lette at downloade og installere og bruge.

Supportmulighederne, hvis du løber ind i problemer, er til gengæld meget forskellige. Vi sendte en e-mail med et

konkret problem, og hos de tre bedste ad-blockers, Ad Muncher, Super Ad Blocker og Pop Up Cop, var svartiden overraskende kort.

Svarmailen fra Ad Munchers medarbejder landede i vores indbakke efter blot tre minutter. Hos Super Ad Blocker gik der to en halv time, før vi fik svar, mens Pop Up Cop svarede efter 45 minutter.

De to gratis ad-blockers har langt fra samme støtte i arbejdet. Hos Ad Blocker 4Google2 er du henvist til en side med ordforklaringer. Det samme gør sig gældende med ad-blockeren Ad Block Plus til Firefox-browsersen. Her er den eneste hjælp en side med ofte stillede spørgsmål og svar. ■

På www.taenk.dk fortæller vi om det gratis program Sponsored Ad Blocker, som udrydder de sponserede links på søgemaskinerne. Du kan også læse om Firefox, som giver dig gratis mulighed for at blokere for reklamer.

Brugervenlighed, samlet
 Design
 Er det nemt at bruge/indstille?
 Bivirkninger, f.eks egne popups
 Hvilke oplysninger skal afgives?
 Hvor nemt er det at downloade?
 Hvor nemt er det at installere?
 Support / kundeservice
 Opdateringer

▲	●	▲▲	●	●	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲
▲	▲▲	▲▲	●	▼▼	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲
●	▼	●	●	▼▼	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲
●	●	▼▼	▲▲	▲▲	▲▲	●	▼▼	●
▲	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲	▲▲	●	▼▼	●

COPYRIGHT TÆNK

- www.admuncher.com
- www.superadblocker.com
- www.popupcop.com
- www.adblockplus.org
- www.download.com/Ad-Blocker-4Google2/3000-7786_4-10334393.html

Er dine meninger penge værd?

Nye forbrugerdrevne reklamemetoder vinder frem og gør det svært at skelne mellem oprigtige meninger og direkte reklame

Af Pernille Tranberg

Tur-retur New York. Seks nætter på Manhattan-hotel. Middag på PJ Clarkes. Det er noget af det, du kan vinde, hvis du omtaler Travelstart i din blog. Det internetbaserede rejsebureau med hovedsæde i Malmø har udskrevet en blogkonkurrence og alt, hvad der skal til for at deltage, er at oprette et link til firmaet – i din blog.

Du kan også vælge direkte at tjene penge på at nævne virksomheders produkter i din blog. 40-500 kroner per blogindlæg kan du få, afhængig af hvor populær din blog er. Du skal bare melde dig til hos det nystartede danske firma Semoblog.com.

’Når du er tilmeldt vores system, sender vi dig løbende anmodninger om et emne, vi gerne vil have dig til at skrive et blogindlæg om,’ lover hjemmesiden og kommer med et eksempel:

’Lad os sige, at vi kommer med en anmodning til 1000 af vores semobloggere om at skrive et indlæg om Produkt X. Nogle dage efter er samtlige 1000 indlæg om Produkt X skrevet og lagt på nettet. Disse indlæg om Produkt X vil bringe masser af omtale på nettet. Hvis alle disse blogs bliver læst af bare 10 personer hver, så vil det betyde, at 11.000 personer pludselig kender til Produkt X.’

De to eksempler er blandt de første herhjemme på en ny måde at markedsføre produkter på: Virksomhederne får forbrugerne til at drive markedsføringen for dem.

’Hvis man kan få brugerne til at omtale produkter, så er det genialt. Der er kun få, der gør det i dag, men vi holder øje med det,’ siger interaktiv direktør Henrik Løwe fra Mediacom, det næststørste mediabureau i Danmark.

Den forbrugerdrevne markedsføring slog for alvor igennem med virale spots, små sjove film på nettet, hvor det kan være svært at gennemskue, om de er lavet af en virksomhed eller en enkelt person, der har fanget en sjov situation uden at skulle tjene penge på det.

Eksempel: En dame træder ud af en bil med en lagkage i hånden. Hun smækker døren, og bilen kører, men hendes kjole

sidder fast i døren og river den af hende. Det er en sjov scene, men er den instrueret af producenten af det franske bilmærke, som bilen i centrum er gjort af?

Blogbetalt produktomtale kan være lige så svært at gennemskue. Når en blogger beskriver, at han lytter til sin iPod, har han så fået penge for det? Det er blevet en stor forretning i USA at betale bloggere for at omtale produkter, og det er ikke nemt at gennemskue som læser, hvad der er betalt reklame, og hvad der er oprigtige meninger.

Ifølge den danske markedsføringslov skal det klart fremgå, at man har fået penge for det, men det er et helt nyt område, hvor der ikke er dannet praksis endnu.

’Så snart der foreligger en aftale, og der er penge imellem virksomhed og bruger, så er det reklame, og så skal det identificeres. Man skal klart oplyse modtageren om aftalen,’ siger jurist hos Forbrugerombudsmanden Karen Søndergaard.

Hvordan man ’klart oplyser’ om den økonomiske aftale mellem virksomhed og blogger, er en gråzone. Når der er tale om ’product placement’ i en film, skal det stå i rulleteksterne. Men hvor skal det stå i en blog? Og hvornår står det klart?

Semoblog.com har selv kontaktet Forbrugerombudsmanden for at høre, hvordan deres bloggere skal oplyse om deres økonomiske relationer. Søren Risager er en af initiativtagerne:

’I vores betingelser for at være med i Semoblog står der, at de skal oplyse i deres blog, at indlægget er betalt,’ siger han.

Inden 1. april regner han med, at hans nye virksomhed, der altså skal leve af at sælge omtale på nettet, er i gang. Foreløbig har han flere tusinde tilmeldte bloggere og 15 større virksomheder, siger han.

’Vi vil gerne have så mange bloggere ind som muligt, før vi for alvor går i gang. For så kan vi for eksempel sige til en virksomhed, at vi har 500 bloggere mellem 25 og 35 år, som går op i kosmetik,’ forklarer han.

Ifølge Søren Riisager får bloggere beta-

ling for deres indlæg, hvadenten de skriver positivt eller negativt om et produkt. Virksomheden, der har betalt bloggeren, vil efter hver kampagne få tilsendt en liste over de blogs, hvor produkterne er omtalt.

Travelstart opfordrer også bloggerne til at give sig til kende. De skal skrive i deres blog, at de deltager i konkurrencen, og de skal oprette et link til deres hjemmeside. Ifølge Travelstart har konkurrencen, der sluttede 31. januar, fået 100 bloggere til at linke til dem. Det er den første blogkonkurrence, de har afholdt, og ifølge kommunikationsansvarlig Ulrikka Rudqvist er det en succes, som helt klart skal gentages.

’Det er en effektiv måde at få udbredt budskabet om, at vi har en konkurrence til andre end vores kunder, der i forvejen kommer ind på vores hjemmeside,’ siger Ulrikka Rudqvist. ■

BLOGGERE UDEN SPONSOR

**REKLAMEFRI
ZONE**

Vil du vise, at din blog eller hjemmeside er kemisk rensset for reklamer, så kan du hente dette mærke på www.taenk.dk

Ved at bruge mærket erklærer du, at der hverken er direkte eller indirekte reklame på din hjemmeside. Du er ikke i lommen på nogen. Dine meninger er dine egne.