2008/46 dschungel

https://shop.jungle.world/artikel/2008/46/pop-and-under

Pop Up and Under

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Im Internet herumzusurfen, bedeutet, die Hälfte der Zeit blöd-blinkende Werbung zu ignorieren, plötzlich losplärrende musikalische Anzeigenuntermalung auszuschalten und Pop-Ups wegzuklicken. Gut, das stimmt nicht ganz, denn die meisten Browser verfügen über Blocker, mit denen man den ganzen Reklame-Kram weitestgehend unterdrücken kann.
Und dann passiert es doch: Plötzlich ist der Rechner seltsam lahm geworden, dabei blinkt auf den ersten Blick eigentlich nichts. Auf den zweiten wird klar: Hinter dem Browserfenster haben sich unbemerkt jede Mengen Seiten geöffnet, die für sensationelle Poker-Angebote werben, verkünden, dass man als millionster Besucher gerade eben ein I-Phone oder die US-amerikanische Staatsangehörigkeit gewonnen habe.
Das Prinzip heißt, wenig überraschend, »Pop Under« und ist seit Juni mit einem US-Patent versehen. Erfunden wurde es, sozusagen, aus Notwehr, denn selbst Otto Normaluser wird mittlerweile in Sekundenschnelle mit Pop-Ups fertig und ist dazu noch sehr geübt darin, den Inhalt der plötzlich auftauchenden schrillen Reklame zu ignorieren.
Pop-Unders bleiben dagegen in aller Regel meist unbemerkt im Hintergrund – bis der Browser geschlossen wird und der arglose Internetnutzer seine ganze Aufmerksamkeit den überraschend aufgetauchten Botschaften widmen kann. »Eine höfliche Werbeform« nannte das Unternehmen Exit Exchange, dem das Pop-Under-Patent gehört, das Verfahren, das von Usern, Untersuchungen zufolge, allerdings als genau so belästigend empfunden wird wie Pop-Ups und andere Reklame.
Ratgeber für Werbetreibende empfehlen übrigens, nur dann auf Pop-Unders und Pop-Ups zu setzen, wenn das Produkt, das man verkaufen will, gemeinhin nicht als besonders seriös gilt.

© Jungle World Verlags GmbH