

Adblock Plus znów obronił się w sądzie

28 maja 2015

Popularne rozwiązanie do blokowania reklam po raz drugi obroniło się przed pozwem wydawców. Tym razem sąd uznał, że nie tylko Adblock Plus jest legalny, ale także jego działania związane z przepuszczaniem niektórych reklam.

Nie od dziś wiadomo, że Adblock Plus nie jest na rękę internetowym wydawcom. Niektórzy z tych wydawców uważają nawet, że Eyeo – firma stojąca za Adblockiem Plus – po prostu dorabia się ich kosztem. Z tego powodu niemieccy wydawcy postanowili iść do sądu.

W ubiegłym miesiącu sąd w Hamburgu potwierdził legalność Adblocka Plus. Tamta sprawa została wytoczona przez Zeit Online oraz Handelsblatt. Nie był to jedyny spór, z jakim firma Eyeo miała się zmierzyć. Druga grupa wydawców pozwała twórców Adblocka Plus przed sądem w Monachium.

Wydawcom nie podobała się biała lista

Sprawa w Monachium była nieco inna od sprawy w Hamburgu. W tym przypadku wydawcy mieli zastrzeżenia do uruchomionej przez Eyeo inicjatywy „akceptowalnych reklam” (zwanej też „białą listą” albo „whitelistingiem”). W ramach tej inicjatywy użytkownicy Adblock Plus mogą odblokować reklamy uznawane za „nienachalne”. Samo odblokowanie części reklam nie wzbudzałoby kontrowersji, ale firma Eyeo występowała do wydawców z propozycją płatnej usługi, która miała ułatwiać dostosowanie reklam w celu ich późniejszego odblokowania. Z tego powodu wydawcy czuli, jakby twórcy Adblocka Plus ich szantażowali.

Trzeba tu zaznaczyć, że Adblock Plus nie puści żadnej nachalnej reklamy za pieniądze, ale najwyraźniej chce zbudować biznes jako doradca w sprawie reklam nienachalnych.

Sprawa w Monachium została wytoczona przez Pro 7/Sat 1 oraz RTL Interactive, wydawców telewizyjnych prowadzących także wiele stron internetowych. Wydawcy twierdzili, że blokowanie reklam nie powinno być dozwolone, a ponadto Eyeo nie powinna oferować usług w ramach „akceptowalnych reklam”. Sąd w Monachium mimo wszystko uznał, że użytkownicy mają prawo blokować reklamy, natomiast twórcy Adblocka Plus mają prawo świadczyć usługę, która służy dopuszczeniu części reklam.

O finale sprawy w Monachium informuje blog Adblocka Plus, ale ciekawe informacje znajdziemy także w BBC. Wynika z nich, że wydawcy chcieli interwencji związanej z dominującą pozycją Eyeo na rynku rozwiązań do blokowania reklam. Sąd w Monachium uznał, że zbyt mało ludzi używa tego rozszerzenia, aby mówić o pozycji dominującej.

Niebawem słowo „Adblock” może się kojarzyć z czymś więcej niż tylko rozszerzeniem do przeglądarki. Firma zapowiedziała wprowadzenie na rynek także przeglądarki dla Androida. W ostatnim czasie Adblock stara się reklamować nie tylko jako rozwiązanie do blokowania reklam, ale także do chronienia prywatności i zapewniające szybsze łączenie się ze stronami internetowymi.

Adblock nie jest jedynym narzędziem, które może służyć takim celom. Zaledwie wczoraj wspominaliśmy o tym, że ochrona przed śledzeniem w Firefoksie może znacznie przyspieszyć ładowanie stron.

Autorstwo: Marcin Maj

Źródło: DI.com.pl