

Die vorliegende Statistik zeigt die Ergebnisse einer Umfrage von Fittkau & Maaß Consulting zu den Reaktionen der Internetnutzer, die sich durch wiederholte Online-Werbung gestört fühlen. 41,3 Prozent der Befragten gaben an, in solchen Fällen die Werbung im Browser per Ad Blocker zu blocken.

