Trackingcookies bij advertenties leveren niet veel op

03-06-2019 09:49



Advertenties die zijn gebaseerd op trackingcookies leveren ongeveer vier procent méér geld op dan advertenties die contextgerelateerd zijn. Dat is de conclusie van Amerikaanse wetenschappers die de relatie tussen gepersonaliseerde online advertenties en de inkomsten daarvan onderzochten.

Het onderzoek is uitgevoerd door wetenschappers van de Universiteit van Californië, Irvine, Minnesota en de Carnegie Mellon Universiteit. Voor het onderzoek bekeken de wetenschappers de inkomsten van miljoenen advertentietransacties van een groot Amerikaans mediabedrijf met 'veel kranten en tijdschriften en bijbehorende websites.' Meer dan negentig procent van de online advertenties van het bedrijf werden via een zogeheten 'open veiling' geplaatst.

Met het onderzoek willen de onderzoekers bijdragen aan het publieke debat rondom trackingcookies en privacy. De vraag of de inbreuk op de privacy opweegt tegenover de voordelen van adverteerder, medium en klant, wordt nu nog scherper gesteld.

Meer bij Tweakers.net

Frank Veerkamp