



Pressemeldung

AppsFlyer bekämpft mit neuer Anti-Fraud-Lösung „Post-Attribution“ milliardenschweren App-Install-Betrug

- Ad Fraud bei App-Installationen ist erneut gestiegen und verursacht im ersten Halbjahr 2019 Schaden von über zwei Milliarden Dollar
- Finanz-, Einzelhandel- und Reise-Apps sind laut neuem State of Mobile Fraud Report am stärksten betroffen
- Post-Attribution-Lösung deckt nicht in Echtzeit erkennbare Betrugsfälle auf

San Francisco / Berlin, 31. Juli 2019 – AppsFlyer, der weltweit führende Anbieter von mobilen Attributions- und Marketinganalysen, hat heute die diesjährige Ausgabe des [„State of Mobile Fraud Reports“](#) veröffentlicht. Laut dem Bericht erreichte der durch Anzeigenbetrug bei der App-Installation verursachte Schaden bei Werbeausgaben im ersten Halbjahr 2019 2,3 Milliarden Dollar. Außerdem wird festgestellt, dass ein erheblicher Teil des Betrugs nicht unmittelbar blockiert wird. In diesem Zusammenhang kündigt AppsFlyer den Launch des neuen Features Post-Attribution an, einem Schutzwall gegen Ad Fraud. Die Technologie ist die erste Attributionslösung, die nicht in Echtzeit erkannten Betrug aufdecken kann, auch wenn die Attribution der App-Installationen bereits stattgefunden hat. Auf diese Weise können Marken potenziell Millionen von Dollar pro Tag sparen.

Laut dem „2019 State of Mobile Fraud Report“, der 2,5 Milliarden nicht-organische App-Installationen bei 9.500 Apps zwischen Januar und Juni 2019 analysiert hat, entwickeln sich die betrügerischen Angriffsarten rasant weiter und werden immer anspruchsvoller.

„Wir bezeichnen Ad Fraud häufig als Katz- und Mausspiel. Auch nach den massiven Bot-Angriffen im Sommer 2018 haben die Schutzlösungen Wege gefunden, den Angriffen entgegenzuwirken“, sagt Ben Jeger, Managing Director Central Europe bei AppsFlyer. „Doch seit April 2019 beobachten wir einen neuen Anstieg: Der App-Installations-Betrug hat sich von Device Farms mit realen Geräten hin zu Geräteemulatoren sowie hochentwickelten Bots und anderen Systemen entwickelt, die zu unbegrenzter Skalierbarkeit fähig sind. Auch die Reaktionsgeschwindigkeit der Betrüger nimmt zu – passten sich diese 2018 in ein bis zwei Monaten an, schaffen sie das heute in zwei bis drei Tagen.“

Der State of Mobile Fraud 2019-Report von AppsFlyer bietet Vermarktern aktuellste Warnzeichen, um Ad Fraud bei der Installation mobiler Apps zu entgehen. Aufgeführt werden gleich mehrere bemerkenswerte Trends:

- 22,6 % der weltweit nicht-organisch heruntergeladenen Apps werden derzeit als betrügerisch eingestuft.
- 2,1 % der In-App-Einkäufe waren im 2. Quartal 2019 betrügerischer Herkunft, was einem 10-fachen Anstieg gegenüber dem ersten Quartal entspricht.
- Plattformübergreifend weist mehr als eine von vier Apps ein ernstes Ad-Fraud-Problem mit einer Rate von über 20% auf.
- Im Vergleich zeigt sich, dass iOS von Apple weitaus weniger anfällig für Ad Fraud ist. Nicht nur ist der Betrug auf Android mehr als sechsmal so hoch wie auf iOS, auch der Aufwärtstrend ist viel ausgeprägter. 80 % der betrügerischen App-Installationen auf Android sind auf Bots zurückzuführen. 85 % der betrügerischen Installationen auf iOS sind ein Ergebnis von Click Flooding: In der Hoffnung, sich den letzten Klick vor App-Installation zu sichern, versenden Netzwerke eine große Anzahl von betrügerischen Klicks.

Am stärksten betroffene Branchen, weltweit und in Deutschland

Der Bericht, der die Apps nach Branchen segmentiert, ergab, dass die Finanzbranche aufgrund der hohen Auszahlungen und ihrer Position als drittgrößte App-Kategorie am stärksten betrugsanfällig ist. Obwohl kein Markt gegen Betrug immun ist, betont der Bericht, dass Betrüger dazu neigen, hochskalige Wachstumsmärkte zu bevorzugen. Werbeausgaben von Finanz-Apps in Höhe von 750 Millionen Dollar sind durch Betrug bei der App-Installation gefährdet, wobei Vietnam, Indonesien und Indien zu den am stärksten betroffenen Ländern gehören. Auch die westeuropäischen Länder, insbesondere Deutschland, Großbritannien und Spanien, waren Ziel der Angriffe.

Kampagnen für Reise-Apps wurden in Indonesien, Indien und Südkorea, aber auch in Saudi-Arabien und Frankreich angegriffen. In Brasilien, Deutschland, Spanien, Italien, Frankreich, Südostasien und Indien waren Shopping-Apps stark betroffen.

Optimierung der Echtzeit-Verteidigung

Im Gegensatz zur weit verbreiteten Überzeugung sind 16 % der Betrugsfälle bei der Installation von Apps einfach nicht in Echtzeit zu stoppen. AppsFlyer ist der erste Attributionsspezialist, der über die Echtzeit-Verteidigung hinaus eine zusätzliche Post-Attributions-Technologie einführt und in seine [Protect360 Fraud Protection Suite](#) integriert. Damit bietet AppsFlyer eine umfassende Lösung zur Verhinderung von Installationsbetrug, der in Echtzeit nicht erkennbar ist. Post-Attribution optimiert den Abstimmungsprozess: Werbetreibende erhalten einen Bericht, der für die Abrechnung mit Medienpartnern aufgrund von betrügerischen Installationen verwendet werden kann. AppsFlyer-Kunden können nun Post-Attributions-Berichte einsehen und benutzerdefinierte Post-Attribution-Berichte erstellen, sodass Werbetreibende alle durch die Technologie gekennzeichneten Betrugsfälle analysieren können. Dies macht es für Kunden einfacher, betrügerische Aktivitäten zu erkennen, bevor sie ihre Anbieter, Publisher und Sub-Publisher bezahlen.

„Die effektive Betrugsbekämpfung erfordert ständige Aufmerksamkeit, Innovation und die Fähigkeit, massive Datensätze über maschinelle Lernalgorithmen hinweg zu verarbeiten“, so Jeger weiter. „Mit unserer beispiellosen Skalierung messen diese Algorithmen Hunderte von Signalen gleichzeitig, um potenzielle Betrugsfälle kontinuierlich zu identifizieren und zu blockieren. Wenn es Betrügern jedoch gelingt, diese Echtzeit-Verteidigung zu überwinden, benötigen App-Vermarkter eine Lösung, die einen Abgleich ermöglicht. Dies ist ein wichtiger Schritt bei der Bekämpfung von App-Installations-Betrug – wir nehmen unsere Verantwortung ernst, damit betrügerische Akteure sich der Verteidigung nicht entziehen können. Wir gehen davon aus, dass unsere neue Post-Attribution-Schutzebene Werbetreibenden zusätzliche Millionen Dollar an verschwendeten Werbeausgaben pro Tag einspart.“

Über AppsFlyers State of Mobile Fraud - Ausgabe 2019

Die aktuelle Ausgabe des State of Mobile Fraud-Report von AppsFlyer analysierte zwischen Januar und Juni 2019 2,5 Milliarden nicht-organische App-Installationen bei 9.500 Apps, bei denen mindestens 100 monatliche Installationen durch Marketingaktivitäten pro App pro Land verzeichnet wurden.

Über AppsFlyer

AppsFlyer ist der weltweite Marktführer in den Bereichen Mobile Attribution und Marketing Analytics. Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer mit unabhängigen Messlösungen und innovativen

Technologien bei Ausbau und Schutz ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer verarbeitet täglich Milliarden mobiler Nutzeraktionen und ermöglicht damit Werbetreibenden und Entwicklern, den Return on Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. AppsFlyers People-based Attribution, NativeTrack™ Attribution, Marketing Analytics Data, OneLinks Deep Linking-Fähigkeiten und Protect360 Enterprise-Betrugslösungen haben die Plattform zur ersten Anlaufstelle für die erfolgreichsten mobilen Apps der Welt gemacht. Neben Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Snap Inc. und Tencent gehören mehr als 4.600 andere integrierte Partner und Kunden wie HBO, Waze, Alibaba, Skyscanner, Activision, adidas, MyTaxi und trivago und über 12.000 führende Marken in aller Welt zum Kundenstamm. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 15 Niederlassungen weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin. Weitere Informationen unter <http://www.appsflyer.com>

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische
Celia Gastaldi-Höppner
Telefon: +49 (0)30 61675555
E-Mail: cg@frische-fische.com