**Neuester Ad-Fraud-Report von AppsFlyer – Bedrohung der Werbebudgets durch Ad Fraud steigt auf 5,4 Milliarden US-Dollar**

SAN FRANCISCO/BERLIN, 5. April 2023 – AppsFlyer veröffentlicht heute den State of Mobile Ad Fraud Report, der die aktuelle Lage des Werbebetrugs im App Marketing aufzeigt. Wichtigste Erkenntnis: Ad Fraud hat stark zugenommen und die Budgets von Werbetreibenden einem potenziellen Schaden in Höhe von 5,4 Milliarden US-Dollar in den vergangenen 12 Monaten ausgesetzt.*

**Wirtschaftliche Lage und Unsicherheit im Markt begünstigt Fraud**

Die Gründe für den Anstieg sind vielfältig: Zum einen haben Marketers mit Budgetkürzungen aufgrund der unsicheren wirtschaftlichen Lage zu kämpfen und gehen wieder vermehrt Partnerschaften mit kostengünstigeren Werbenetzwerken ein, die weniger Schutz bieten. Hinzu kommt, dass App-Marketers mit Medienquellen, Kanälen und Aktivitäten in neuen Märkten experimentieren, die zwar preiswerter, aber oft auch anfälliger für Werbebetrug sind. Und natürlich versuchen Ad-Werbenetzwerke ebenso, ihre Rentabilität zu steigern und nehmen riskantere Platzierungen vor.

Zudem sind die Preise pro Install hoch, nicht zuletzt aufgrund von Apples Änderungen im Zusammenhang mit iOS 14.5, was Fraud noch lukrativer für Betrüger:innen macht. Diese entwickeln ihre Methoden ständig weiter: Es ist billiger und skalierbarer, mit Bots falsche Nutzer:innen auf gefälschten Geräten vorzutäuschen, als andere Methoden, wie etwa Device-Farmen, zu verwenden. Die Pandemie hat die Situation noch weiter verschärft und bietet Fraudsters ein fruchtbares Umfeld, um vom bemerkenswerten Anstieg der App-Nutzung zu profitieren.

„Marketers sollten so wachsam wie nie zuvor sein, wenn es um Ad Fraud und die damit verbundenen Risiken geht. Besonders im Jahr 2022 wurden die Aufmerksamkeit und die Ressourcen von Ad Fraud weg in Richtung der Umstellungen in iOS 14.5 gelenkt. Die Veröffentlichung von Googles Privacy Sandbox im nächsten Jahr hat das Potenzial, Advertiser in eine ähnliche Lage zu bringen und von Ad Fraud abzulenken", kommentiert Andreas Naumann, Anti-Fraud-Evangelist bei AppsFlyer. „Fraudsters nutzen solche unsicheren Begleitumstände wie iOS-Änderungen und die Wirtschaftskrise schonungslos aus, um ihre Aktivitäten zu verstärken."

**Wichtige Erkenntnisse aus dem Report:**

- **5,4 Milliarden US-Dollar betrug das finanzielle Risiko durch App-Installationsbetrug weltweit in den letzten 12 Monaten***, wobei Bots für über 70 % des Fraud in allen Regionen verantwortlich waren. Fake User:innen auf gefälschten Geräten zu erstellen, ist hierbei die am meisten angewandte Methode der Fraudsters (anstatt die Attribution echter Benutzer:innen und Geräte zu manipulieren).
- **In der zweiten Jahreshälfte 2022 stieg Fraud bei der Installation von iOS-Apps um durchschnittlich 40 % und bei Android-Apps um 46 % an**. Der wirtschaftliche Abschwung in Kombination mit dem Feiertagsgeschäft zwang Marketers, sich weniger auf Sicherheit zu fokussieren, um ihre ehrgeizigen Jahresend-KPIs noch zu erreichen.

- **Mehr als 50 % des Ad Frauds betrifft Finance Apps mit 2,6 Milliarden US-Dollar,** was die Anfälligkeit einer neuen und wachsenden Branche mit steigenden Kosten und oft unerfahrenen Mediaeinkäufern verdeutlicht. Finance Apps konzentrieren sich in der Regel auf die Gewinnung von Nutzer:innen, die anschließend anhand von KYC (Know Your Customer)-Protokollen überprüft werden. Schnell wachsende Fintech-Unternehmen sind möglicherweise auch nicht bereit, höhere Marktpreise zu zahlen, um qualitativ hochwertigen Traffic zu erhalten, sodass Marketers gezwungen sind, auf günstigere Medienquellen mit erhöhtem Fraud-Risiko auszuweichen.
- **In der Kategorie Casino und Wetten betrug der potenzielle Schaden durch Ad Fraud 1,2 Milliarden US-Dollar, aufgrund hoher App-Install-Preise**, gefolgt von Shopping Apps mit 406 Millionen US-Dollar.
- **Spiele-Apps sind nach wie vor am besten gegen Ad Fraud gerüstet**, während Nicht-Spiele-Apps einen sechsmal höheren Anteil an App-Installationsbetrug aufweisen. Obwohl sowohl Spiele- als auch der Nicht-Spiele-Apps von Ad Fraud betroffen sind, werden betrügerische Aktivitäten durch die Datenkenntnis der Spieleindustrie und deren Schwerpunkt auf der Optimierung auf KPIs, die erst nach der Installation auftreten, ausgeglichen.

„Mobile Games hatten in der Vergangenheit mit denselben Fallstricken zu kämpfen, mit denen die aufstrebenden App-Genres wie Finance jetzt konfrontiert sind. Diese Herausforderung hat sie zu erfahrenen Veteranen im nie endenden Kampf gegen Ad Fraud gemacht. Werbetreibende für Nicht-Gaming-Apps können daher wertvolle Lektionen von den Profis aus der Gamesbranche übernehmen", kommentiert Andreas Naumann.

Als globaler Marktführer im Bereich Mobile Measurement und Marketing Analytics engagiert sich AppsFlyer im Kampf gegen Mobile Ad Fraud und bietet seinen Kunden Tools, um ihre Marketinginvestitionen wirksam zu schützen.

**Methodik**

*Die Bedrohung wurde aus dem finanziellen Wert des im Markt auftretenden Ad Frauds ermittelt. Der Wert wurde berechnet, indem die nachgewiesenen betrügerischen nicht-organischen Installationen mit den durchschnittlichen Kosten pro Installation (CPI) multipliziert und anschließend die data.ai-Marktanteilsdaten im betreffenden Markt berücksichtigt wurden.

Der *AppsFlyer State of Fraud Report 2023* ist eine anonyme Aggregation von proprietären globalen Daten von 22 Milliarden App-Installationen von 24.000 Apps mit mindestens 2.000 monatlichen Downloads zwischen Januar 2022 und Februar 2023.

**Über AppsFlyer**

AppsFlyer unterstützt Marken, durch innovative, datenschutzfreundliche Mess-, Analyse-, Betrugsschutz- und Engagement-Technologien die richtigen Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kundinnen und Kunden zu treffen. AppsFlyer basiert auf der Idee, dass Marken den Datenschutz ihrer Kundinnen und Kunden erhöhen und gleichzeitig außergewöhnliche Erlebnisse bieten können. Das Unternehmen hilft Tausenden von App-Entwicklern und mehr als 10.000 Technologiepartnern dabei, bessere und sinnvollere Kundenbeziehungen zu gestalten.

http://www.appsflyer.com/de