



Pressemeldung

Kampf gegen Klickfarmen: AppsFlyer setzt auf Machine Learning und regelmäßige Kontrollen integrierter Werbenetzwerke

- 13-14 Prozent aller App-Downloads gehen auf Betrug durch das Zurücksetzen von Device IDs zurück
- Kampf gegen Klickfarmen: „Active Fraud Insights 2.0“ mit Funktionen gegen das Verfälschen von Device IDs
- AppsFlyer kündigt regelmäßige Prüfung der Netzwerkpartner an für allumfassenden Kampf gegen Mobile Fraud

Berlin, 16. Juni 2017 – Ad Fraud ist ein [Milliarden-Geschäft](#). Wie gut die Betrüger mittlerweile ausgerüstet sind, zeigt der [spektakuläre Fund](#) der Polizei in Thailand, die diese Woche eine Klickfarm mit Hunderten Smartphones und Hunderttausenden Sim-Karten hochgenommen hat.

Nicht nur bei datengestützter Werbung, auch bei der Bekämpfung von Betrug werden Größenvorteile wirksam. So wie Google aufgrund der Masse an Suchanfragen die besten Treffer liefert, ist AppsFlyer als [führende Plattform](#) für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics mit 60 Prozent Marktanteil in der Position, neue Betrugsmechanismen sehr schnell aufzudecken. Die Plattform misst über 500 Milliarden In-App-Aktivitäten pro Monat mit einer Abdeckung von 98 Prozent der Smartphones weltweit und kann aufgrund des Umfangs der Datengrundlage Fraud wirksam bekämpfen.

Mit Machine Learning gegen das Klickfarm-Modell

Die erweiterte Lösung „Active Fraud Insights 2.0“ identifiziert Auffälligkeiten auf Basis dieser großen Datengrundlage und nutzt eigene Big-Data-Technologien sowie Machine Learning, um gegen Fraud bei mobilen Werbekampagnen vorzugehen. Dazu zählt unter anderem Betrug durch das [Zurücksetzen von Device IDs](#), das in jener Klickfarm in Thailand zum Einsatz kam. AppsFlyer hat in den letzten Monaten aufdecken können, dass ca. 13-14 Prozent aller App-Downloads bei iOS und Android-Geräten von Betrügern verursacht wurden, die die Device ID vielfach zurücksetzen und dann gefälschte Klicks, Downloads und Interaktionen tätigen, für die Werbetreibende teuer zahlen sollen. „Active Fraud Insights 2.0“ versetzt Marketingverantwortliche in die Lage, diese Mechanismen aufzudecken, verdächtige Geräte automatisch auszuschließen und zu viel gezahltes Werbebudget zurückzufordern. Das Update beinhaltet eine Vielzahl weiterer Features gegen neue Betrugsarten, darunter hilfreiche Visualisierungen und Filter, die den Werbetreibenden das Identifizieren von betrügerischen Aktivitäten und das Einleiten von Gegenmaßnahmen erleichtern.

Regelmäßige Prüfung der Netzwerkpartner

Um den professionellen Betrugsmaschinen wirkungsvoll etwas entgegenzusetzen, müssen alle Beteiligten im Markt an einem Strang ziehen. AppsFlyer kündigt deshalb als Novum in der Branche an, die mehr als 2.500 integrierten Werbenetzwerke regelmäßigen Audits zu unterziehen. Dabei wird geprüft, ob sie der Verantwortung gerecht werden, betrügerischen Traffic auf ein absolutes Minimum zu reduzieren. „In den letzten beiden Jahren sind Umfang und Raffinesse von mobilem Betrug auf ein alarmierendes Ausmaß gestiegen. Wir haben beschlossen, das Ökosystem um AppsFlyer aktiv zu regulieren und notfalls auch Akteure von unserer Plattform zu verbannen, um Werbetreibende zu schützen. Das haben wir in der Vergangenheit bei gehäuftem Betrug in einem Netzwerk bereits getan und werden künftig integrierte Werbenetzwerke systematisch einer fortwährenden Prüfung unterziehen, um sicherzustellen, dass sie alles in ihrer Macht Stehende tun, um betrügerischen Traffic zu bannen“, so Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer.

Von einheitlich hohen Standards profitieren alle

„Was nach einem harten Schritt klingt, ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten – in erster Linie natürlich für Werbetreibende, aber auch für die Werbenetzwerke selbst, da es zur Einigung auf einheitliche Standards beiträgt. Bislang kann es vorkommen, dass Werbenetzwerke kurzfristig profitieren, wenn sie weniger rigoros gegen Betrug vorgehen als vergleichbare Netzwerke. Das ist beschreibbar mit dem Modell des „[Gefangenendilemmas](#)“: Wenn kein Netzwerk Betrug aktiv bekämpft, verlieren alle, weil sich Werbetreibende aus dem Markt zurückziehen. Ergreift nur ein Netzwerk wirksame Maßnahmen, ist kurzfristig das andere Netzwerk im Vorteil, da es vermeintlich bessere KPIs wie mehr Klicks oder Downloads liefert. Engagiert sich jeder auf einem hohen Niveau und Betrüger werden vom gemeinsamen Tisch verbannt, profitieren langfristig alle von einem transparenten Markt und steigenden Werbeausgaben“, erklärt Ben Jeger. AppsFlyer sieht seine Rolle als unabhängiger Analytics-Anbieter darin, alle Beteiligten an ähnlich hohe Standards zu binden und den aktiven Kampf gegen Betrug zu belohnen.

„Active Fraud Insights 2.0“ ist Teil der [Active Fraud Suite](#) von AppsFlyer und steht ab sofort allen Kunden zur Verfügung. Seit der Einführung der Version 1.0 im Jahr 2016 haben die Insights Dutzenden Marketing-Teams dabei geholfen, betrügerische Aktivitäten in Kampagnen, Netzwerken und sogar sitelDs zu identifizieren und zu stoppen, bevor Betrugsschaden in Millionenhöhe entstehen konnte.

Über AppsFlyer

Auf 98 Prozent aller Smartphones weltweit ist die Technologie von AppsFlyer, der führenden Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, zu finden. Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer als unabhängiger Partner für Werbemessung und innovativer Technologieanbieter beim Ausbau ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer trackt jeden Tag Milliarden mobiler Benutzeraktionen und ermöglicht es Werbetreibenden und Entwicklern damit, den Return of Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. Mit der Attributionslösung NativeTrack™, umfassenden Marketinganalysedaten, dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ und der Active Fraud Suite mit dem gerätebasierten Schutz DeviceRank finden Advertiser der erfolgreichsten mobilen Apps der Welt alle Instrumente gebündelt, die sie für die Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. Mehr als 10.000 weltweit führende Marken und Partner, darunter Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Tencent, HBO, Playtika, Waze, Alibaba und Kayak, vertrauen auf die Technologie von AppsFlyer. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 12 Standorten weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin unter Leitung von Managing Director Ben Jeger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.appsflyer.com

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische

Gesine Märten

Tel: +49 (0) 351 5635 5661

E-Mail: gm@frische-fische.com