

Mittwoch, 31. August 2016

Xborder 2016

Ad Fraud: Betrug in der Online Werbung

Beat Muttенzer
CEO, Yourposition AG

Agenda

- 1. Was ist Ad Fraud?**
- 2. Wie gross ist das Problem?**
- 3. Ad Fraud konkret:**
 - Klickbetrug in AdWords**
 - Affiliate Marketing**
 - Umfeld-Betrug**
 - Bot Traffic**
- 4. Risiko-Abschätzung**
- 5. Traffic-Kontrolle**
- 6. Auslieferungs-Monitoring**

Was ist Ad Fraud?

- Vortäuschung von Online-/Mobile-Werbekontakten (Ad Impressions)
 - vorgetäuschte Nutzer
 - vorgetäuschte Platzierungen
- Vortäuschung von Klicks
- missbräuchliches Umleiten von Klicks

Wie gross ist das Problem?

Ad Fraud 2016:

\$7.2 bis \$8.2 Mrd weltweit

Digital Ad Spend 2016:

\$170 bis \$177 Mrd weltweit

4-5%

Und in der Schweiz

in Mio. CHF	2014	2015	
Klassische Onlinewerbung (Display)*	210.0	259.0	} 650 Mio
Online Display	159.7	189.0	
Bewegtbild**	50.3	70.0	
Suchmaschinenwerbung	292.0	372.5	
Affiliate-Marketing	18.0	19.7	
Online-Rubrikenmarkt (Job)	96.0	103.0	
Online-Rubrikenmarkt (Immo)	66.7	72.0	
Online-Rubrikenmarkt (Auto)	40.3	43.3	
Online-Verzeichnisse	125.3	142.5	
Gesamtmarkt Online	848.4	1012.0	

Potenzieller Ad Fraud 2015 in der Schweiz:

10-30 Mio?

Quellen: MediaFocus Online-Werbemarkt

Ad Fraud konkret: Klickbetrug in AdWords

Klicks ?	CTR ?	Ungültige Klicks ?	Ungültige Klickrate ?
13'189'367	3.07%	721'943	5.19%

Ungültige Klicks sind Klicks, die Google für illegitim hält und Ihnen daher nicht in Rechnung stellt.

Definition: Klicks auf Ihre Anzeigen, die durch verbotene Methoden, wie z. B. wiederholte manuelle Klicks, generiert werden, oder durch automatisierte Tools, Robots oder andere betrügerischer Software generierte Klicks.

Proaktive Filter & Algorithmen:

- IP / Zeit / Ort
- multiple Klicks
- bereits bekannte unzulässige Quellen
- Cookies / User-Profile

Reaktiv

- im Verdachtsfall

Ad Fraud konkret: Affiliate Marketing

Brand Bidding und Ad Hijacking

- Verdrängung der eigenen AdWords-Anzeigen in AdWords
- kopierte Anzeigen werden über Affiliate-Redirect umgeleitet
- günstigster AdWords-Traffic wird somit massiv teurer
- Affiliate-Provisionen auf Brand-Traffic

Cookie Dropping

- Platzierung von multiplen Affiliate-Cookies auf zwischengeschalteter Landing-Page

Ad Fraud konkret: Umfeld-Betrug (Brand Risk)

Onlinemarketing als Reputationsrisiko

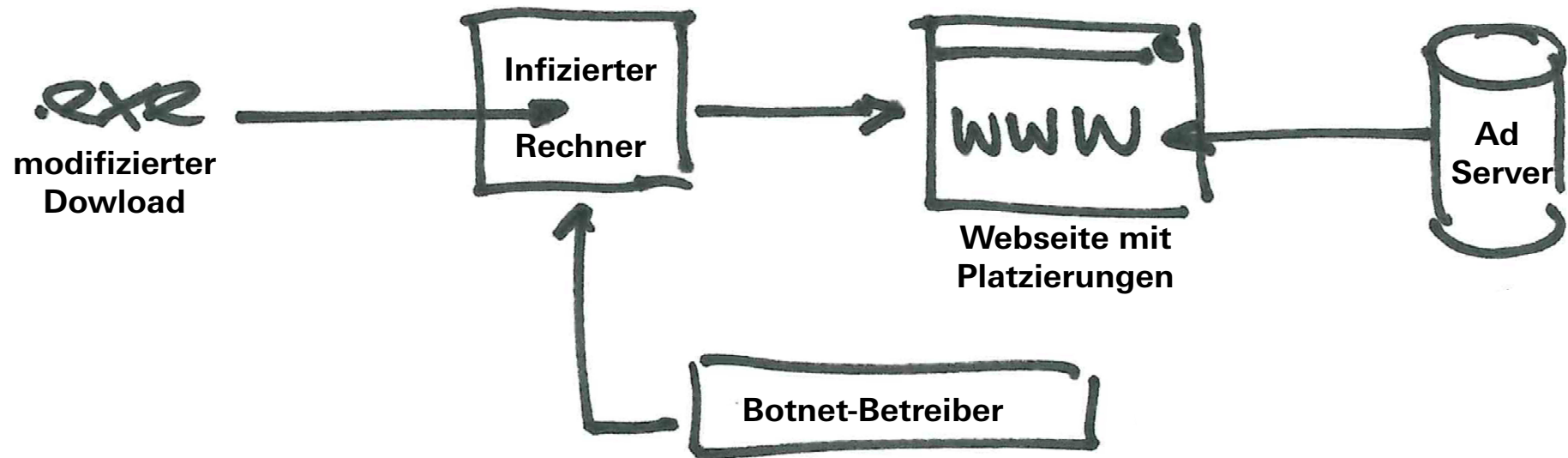
Unerwünschte Werbung im schmutzigen Hinterhof des Netzes

von Henning Steier / 10.3.2016, 08:59 Uhr

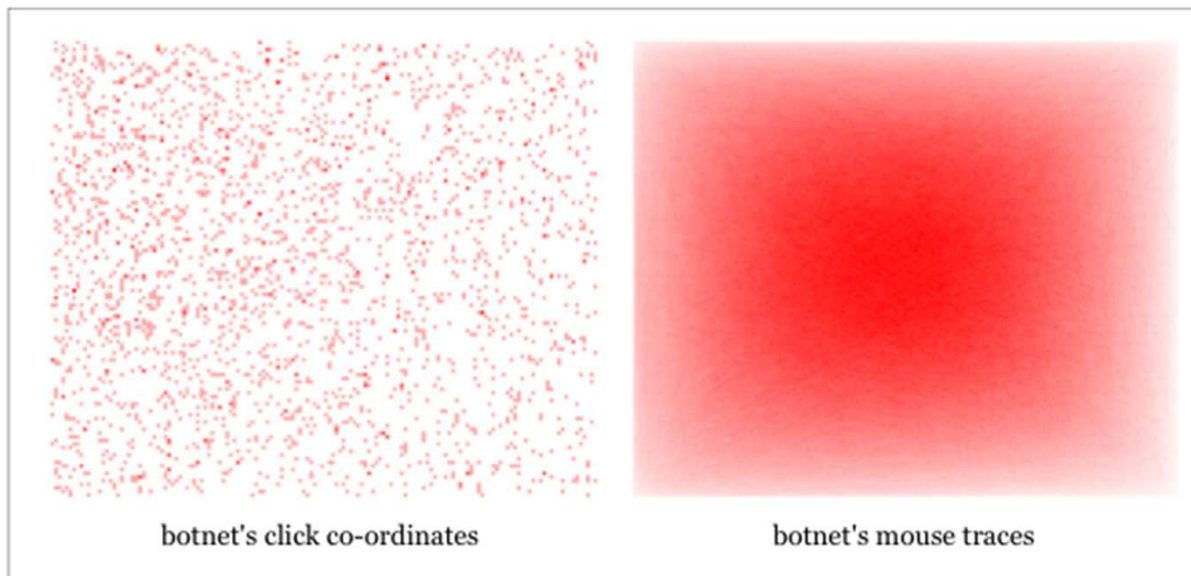
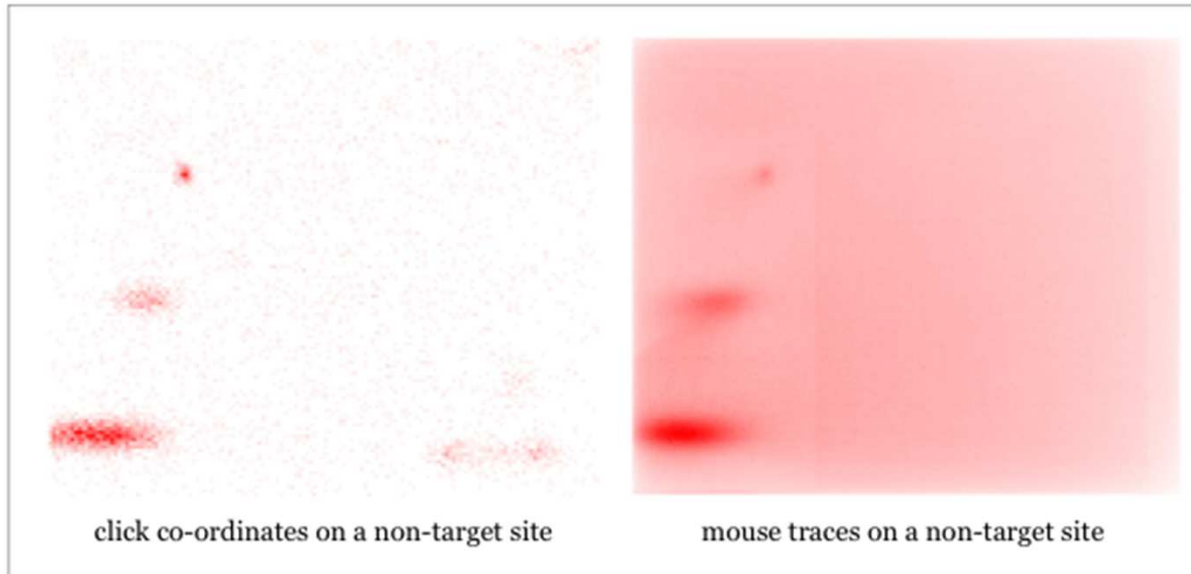
Neue Zürcher Zeitung

Unternehmen wie Axa-Winterthur, Coop, Aldi Suisse und Nestlé werben unfreiwillig auf pornografischen Websites. Während mancher Branchenbeobachter die Schuld bei Google sucht, machen andere ein Geschäft daraus.

Ad Fraud konkret: Bot Traffic



Ad Fraud konkret: Bot vs Human



Tipp 1: Risiko-Abschätzung

- Budgets
- Audit Digital-Marketing-Aktivitäten und Verträge
 - Kanäle und Netzwerke
 - Partner / Agenturen
- Knowhow-Aufbau
- Vorgaben für Targeting und Ausschlüssen
- Vorgaben bezüglich Transparenz in Reportings

Tipp 2: Traffic-Kontrolle

Digital Analytics (zB Google Analytics)

- Geographie
- Traffic-Zusammensetzung
(Bedingung: konsequente Kampagnen-Messung)
- Performance nach Kampagnen-Herkunft

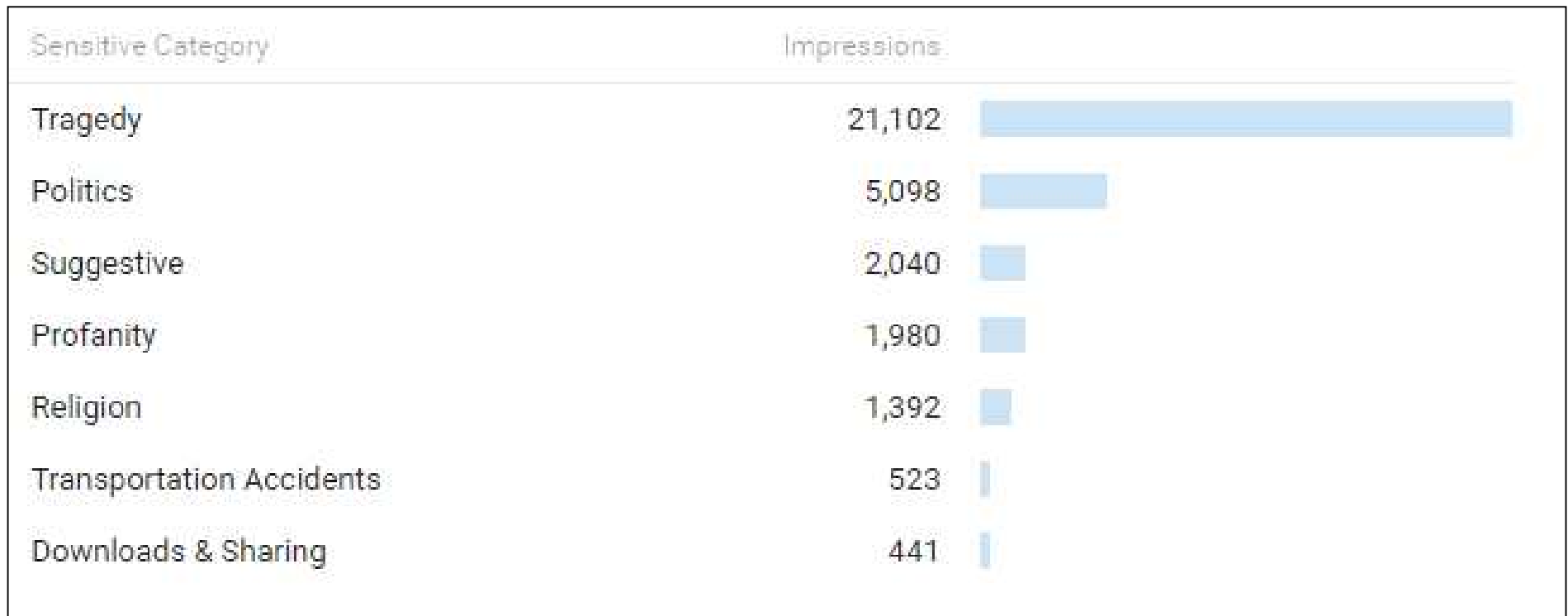
Tipp 3: Auslieferungs-Monitoring

Viewability

Type	Impressions	
Total	492,957	
Eligible	474,479	
Measurable	455,964	
Viewable	225,202	

Tipp 3: Auslieferungs-Monitoring

Umfeld-Qualität



Tipp 3: Auslieferungs-Monitoring

Ad Verification Tools

- Viewability
- Brand Safety
- Ad Fraud
- Audience Verification

Anbieter (Auswahl)

MEETRICS

zulu5

XAMINE

Fazit

- Digital-Marketing-Aktivitäten bestimmen das Risiko
- Werbenetzwerke und Agenturen in die Pflicht nehmen
- Schweiz aufgrund Marktverhältnisse vergleichsweise wenig gefährdet
- Performance Marketing ist naturgemäss weniger anfällig als Branding
- Digital Marketing bedeutet nicht nur Media-Einkauf und Streuung, sondern auch laufend Monitoring, Analyse und Optimierung
- Vorteile und Performance von Werbenetzwerken und Programmatic Advertising überwiegen – trotz Betrug

Danke.

@bmutterner

bmutterner@yourposition.ch

+41 44 576 48 11

@Yourposition

www.yourposition.ch/blog

facebook.com/yourposition



Anhang: Leseempfehlungen

- www.yourposition.ch/de/blog/online-ads-in-der-schmuddelecke-wie-gross-ist-das-problem
- www.nzz.ch/digital/onlinemarketing-als-reputationsrisiko-unerwuenschte-werbung-im-schmuddeligen-hinterhof-des-netzes-ld.6490
- www.yourposition.ch/de/blog/augen-auf-beim-affiliate-marketing
- on.ft.com/29PEkzy (Digital Advertising: Brands Versus Bots)
- www.ana.net/content/show/id/botfraud-2016
- www.ana.net/content/show/id/industry-initiative-recommendations-report
- www.iab.com/news/digital-ad-industry-will-gain-8-2-billion-by-eliminating-fraud-and-flaws-in-internet-supply-chain-iab-ey-study-shows/