

22.07.2015 - 09:41 Uhr

Betrugserkennung in der mobilen Werbung: Smaato führt eine auf künstlicher Intelligenz und automatischem Lernen basierende Engine zum Schutz von Werbetreibenden und Publishern ein



Combatting Mobile Advertising Fraud



In 2015, global advertisers will lose approximately **\$6.3B** to bots alone *

Up To 50% Of All Publisher Traffic Is Bot Activity*

What Is Mobile Ad Fraud?

- 1. Bots:** Devices or software that generates fake ad impressions or serves hidden ads. Bots can do almost anything that a human can: they can click on links, generate traffic, and even be segmented and targeted to attack smaller user groups.
- 2. Click Fraud:** When a person, an automated script or a computer program, imitates a user clicking on an ad, for the purpose of generating a charge per click.
- 3. Domain spoofing/ masking:** When the actual domain name is hidden from the URL in favor of another name to make exchanges think they're selling inventory from premium publishers, when in fact provides only junk.
- 4. Malvertising:** Intrusive malware or malicious software that helps its nefarious owners to access personal data, to perform actions without users' interference and thereby violates users' privacy.
- 5. Ad stacking:** When fraudsters stack layers of ads on top of each other in the same ad space but only make the top ad visible, while the others count for hidden impressions.
- 6. Auto-redirects:** Occurs when a page loads and the viewer is automatically redirected to another URL or to the app store. This immediately disrupts the user experience.



Why Mobile Fraud, And Why Now?

In 2015, Mobile advertising spend is growing and will surpass \$100 billion in 2016. Unfortunately, mobile ad fraud is following the money, and is becoming highly attractive for fraudulent actors.

	2015	2016	2017	2018	2019
Mobile Internet Ad Spending (billions)	\$68.69	\$101.37	\$133.74	\$166.63	\$195.55

Source: eMarketer, March 2015

What Is Fraud's Impact On Mobile Advertisers And Publishers?



- Ineffective mobile ad campaign investments
- Lower eCPMs
- A growing lack of trust between mobile advertisers and publishers
- Lower mobile advertising budgets and fewer monetization opportunities
- Damage to brand reputation
- Lowered retention rates for apps and mobile websites

Best Practices to Protect Publishers



- Industry-leading internal algorithm to manage ad quality
- Deploy a 24/7 ad quality team across all time zones
- Block ad creative not compliant with Smaato's content guidelines
- Work with third-party ad verification providers as needed

Best Practices to Protect Advertisers



- ✓ Deploy artificial intelligence and auto-learning to automatically root out fraud
- ✓ Investigate traffic origins to detect patterns that can be attributed to bots
- ✓ App verification processes that ensure apps & mobile websites are legitimate
- ✓ Ensure that all advertisements are being viewed by real individuals

Results

- ✓ Lucrative monetization and high user engagement for mobile publishers
 - ✓ More than 30% of traffic headed to publisher apps blocked
- ✓ A safe, clean environment with higher campaign ROI for advertisers



smaato

Smaato is the leading global mobile RTB Ad Exchange & SSP

- Over 80,000 mobile app developers & publishers
- We globally connect over 390 demand partners, including 240 DSPs and 150 ad networks
- We manage up to 6 billion mobile ads per day across over 500 million mobile users each month

smaato.com | @smaato

Francisco (ots) -

Die Smaato-Engine blockt über 30 % des Datenverkehrs zu Publisher Apps, um die höchsten eCPMs zu bieten sowie Werbetreibenden Inhalte zu ermöglichen, die brand-safe, betrugsfrei und sichtbar sind.

Smaato (www.smaato.com), die größte unabhängige und global ausgerichtete mobile Ad Exchange stellt in diesen Tagen eine neue Engine zur Betrugserkennung (Fraud Detection) vor, die auf Basis künstlicher Intelligenz und automatisierten Lernens die Bemühungen zum Clean-up der digitalen Werbewelt aktiv anführt. Als Marktplatz für mobile Real-Time Bidding (RTB) bietet Smaato Publishern die Möglichkeit, saubere, hochqualitative mobile Werbung zu integrieren, um Apps zu monetarisieren. Indem Klickbetrug und betrügerische sowie qualitativ minderwertige Werbung (Ad Fraud) verhindert werden, schafft die Smaato-Engine einen betrugsfreien Markt, von dem Vermarkter, Publisher und App-Entwickler gleichermaßen profitieren.

Traffic-Fraud (www.smaato.com/traffic-quality/) und Ad-Fraud (www.smaato.com/ad-quality/) (z.B. unerwünschte Banner für Online-Glücksspiele, Pornografie oder Ads, welche die Nutzer beim Laden automatisch auf neue Seiten weiterleiten) stellen eine große Bedrohung für das Gesamtwachstum des digitalen Marketing dar. Sie sind für Publisher verheerend, führen zu schlechten User Experiences sowie einem negativen Ruf. Klickbetrug durch Bot-Netzwerke, die Fake- Impressions erzeugen, führen zudem zu Milliardenverlusten seitens der Werbetreibenden - allein im vergangenen Jahr betrug der Schaden 11 Milliarden Dollar (<http://ots.de/ud8Lr>)

Während andere Plattformen sich für das Qualitäts-Management ihres Publisher-Inventars auf externe Partner verlassen, hat Smaato als Teil seiner Smaato Publisher Platform (SPX) (www.smaato.com/publishers/) einen eigenen, branchenführenden internen Algorithmus zur Fraudkontrolle entwickelt. Die Plattform verhindert Traffic-Fraud, indem sichergestellt wird, dass alle Werbeinhalte echten Traffic erhalten und von realen Personen gesehen werden. Dies geschieht durch Überprüfungen der Herkunft des Traffics und der Zuordnung von Mustern zu Bot-Netzwerken sowie deren Kennzeichnung als Fraud. Darüber hinaus unterbindet Smaatos Plattform betrügerische Werbung und ermöglicht es Publishern, das Vertrauen ihrer Kunden aufrechtzuerhalten sowie die Nutzerbindung und Umsätze zu maximieren.

"Ad Fraud, also betrügerische Werbung, stellt ein großes Problem für die mobile Werbebranche dar. Da diese Praktiken in bisher ungekanntem Ausmaß zunehmen, wollen wir sicherstellen, dass wir nur echte User und saubere Ads in unserem System haben", so Smaato-CEO Ragnar Kruse. "Es ist unerlässlich, dass sich alle Partner in diesem Ökosystem weiterentwickeln und Innovationen im Bereich Ad-Qualität und Traffic-Fraud vorantreiben, anstatt diese Themen zugunsten kurzzeitiger Verbesserungen des Geschäfts zu vernachlässigen, was wiederum zu einer Weiteren Ausbreitung des Betrugs führt, der die Qualität unseres gesamten Ökosystems beeinflusst."

Smaatos Engine nutzt maschinelles Lernen, um Big Data zu analysieren und Betrugsschemen herauszufiltern. Die selbstlernende Engine spürt Betrugsmuster in Echtzeit auf, sodass neue Trends bereits während ihrer Entstehung gestoppt werden können. Der Algorithmus umfasst mehrere Kontrollmöglichkeiten für derartige nicht-menschliche Muster sowie ein globales Team, das rund um die Uhr eingehenden Publisher-Traffic filtert. Weitere Informationen zu Smaatos cleanen und sicheren Lösungen für Publisher erhalten Sie unter www.smaato.com.

Über Smaato

Smaato ist die führende globale, mobile RTB Ad Exchange (SMX) und hilft Entwicklern mobiler Apps sowie mobilen Publishern, ihre weltweiten Werbeeinnahmen zu steigern. Als Branchenpionier und Marktführer betreibt Smaato die führende mobile RTB Ad Exchange und Supply Side Platform mit über 80.000 App-Entwicklern und Publishern im mobilen Bereich. Auf Werberseite verbindet Smaato weltweit über 390 Demand Partner (über 150 Ad Networks sowie über 240 Demand Side Platforms und Trading Desks) und managt bis zu 6 Milliarden Ads täglich bei über 500 Millionen mobilen Nutzern pro Monat. Das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen wurde 2005 von einem erfahrenen internationalen Managementteam gegründet und wird bis heute privat geführt. Der internationale Hauptsitz befindet sich im kalifornischen San Francisco, das europäische Headquarter in Hamburg. Darüber hinaus ist Smaato mit einer Niederlassung für den APAC-Raum in Singapur präsent. Mit-Gründerin Petra Vorsteher wurde von Hamburgs Erstem Bürgermeister Olaf Scholz zur Hamburg-Botschafterin in San Francisco ernannt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.smaato.com.

Folgen Sie uns auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter [Facebook.com/Smaato](https://www.facebook.com/Smaato).

Kontakt:

Petra Rulsch PR
Strategische Kommunikation +
c/o Hogarth Worldwide GmbH
Große Bleichen 34
20354 Hamburg
Mobil: +49 160 944 944 23
Tel.: +49 40 4321 88 93
Email: pr@petra-rulsch.com
www.petra-rulsch.com

Medieninhalte



Betrugserkennung in der mobilen Werbung: Smaato führt eine auf künstlicher Intelligenz und automatischem Lernen basierende Engine zum Schutz von Werbetreibenden und Publishern ein. Smaato Mobile Advertising Fraud Infographic 2015. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/115170 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Smaato"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100775761> abgerufen werden.