



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany  
Adjust Inc. 535 Mission Street, San Francisco, CA 94105, United States of America  
Phone +49 30 91 46 00 83, Fax +49 30 25 74 96 75 [www.adjust.com](http://www.adjust.com)

## Adjust verkündet Koalition gegen Ad Fraud

**Berlin/San Francisco - 19. September 2017** - Das Berliner App-Measurement-Unternehmen Adjust verkündet heute die Erweiterung der Koalition gegen Ad Fraud (Coalition Against Ad Fraud - CAAF). Die Koalition bekennt sich zu festen Richtlinien, die unter anderem die Verantwortung für Ad Fraud klar festlegen. Die neuen Mitglieder AdAction, AdColony, Applift, Aarki, Dynalyst, Fyber, i-mobile, inmobi, ironSource, Jampp, Nend, Remerge, Vungle und YouAppi haben sich vertraglich zu diesen Richtlinien bekannt. Gemeinsam wollen die Partner eng zusammenarbeiten, um Werbetreibende bei der Bekämpfung von Fraud mit neuen Lösungen zu unterstützen.

Adjust, der Branchenführer in Mobile Attribution und Analytics, gilt als einer der Pioniere in der Bekämpfung von mobilem Anzeigenbetrug (Mobile Ad Fraud). Mit der Fraud Prevention Suite (FPS) launchte Adjust als einer der ersten Anbieter ein geeignetes Tool zur Bekämpfung von Ad Fraud. Viele Unternehmen sind seitdem nachgezogen, jedoch ist keines dazu in der Lage, betrügerischen Traffic aktiv zu verhindern und Unternehmen im Vorfeld zu schützen. Die Ausgaben von In-App-Anzeigen in den USA im vergangenen Jahr von über 5,6 Milliarden Dollar machen Ad Fraud zu einem Problem, das Advertiser und Networks nicht länger ignorieren können.

"Mit der Gründung der CAAF sind wir im letzten Jahr einen ersten Schritt gegangen, um die wichtigsten Player der AdTech Branche im Kampf gegen Fraud zu vereinen. Mit dem Bekenntnis zu unseren Richtlinien sind wir heute einen weiteren wichtigen Schritt gegangen, um gemeinsam verbindlich gegen Ad Fraud vorzugehen und die Verantwortung klar zu definieren.", sagt Christian Henschel, CEO von Adjust.

Die Betrugsraten variieren je nach Netzwerk und Publisher und reichen von <1% bis über 10% der gesamten Medienausgaben. Die Raten lassen sich nur eindämmen, wenn die Betrüger in ihren Einnahmen beschnitten werden und sich somit aus der Kampagne und bestenfalls aus dem Netzwerk freiwillig zurückziehen. Deshalb ist es unerlässlich, die Attribution an der Quelle zu verweigern - ein Schwerpunkt der CAAF. Die Fraud Prevention Suite von Adjust lehnt am Tag weltweit Attribution aufgrund von Fraud im Wert von rund einer Million US Dollar ab. Dazu gehören Apps von Firmen wie Zynga, Pocket Gems, Careem und Viber.

Brian Fox, CEO von AdAction über die Koalition: "Wir sehen alle, welche negativen Auswirkungen Ad Fraud auf die Adtech-Industrie hat. Wenn wir nicht handeln, wird sich Fraud sich weiter ausbreiten. Wir haben uns der Koalition angeschlossen, um gemeinsam mit anderen Branchenexperten ein Zeichen zu setzen. Nur, wenn wir unser Wissen und unsere Erfahrungen teilen, um eine qualitativ hochwertige Technologie zu entwickeln, die Fraud verhindert, können wir Fraud gemeinsam zurückdrängen."

Die CAAF hat eine Reihe von Leitlinien definiert, die von allen Mitgliedern eingehalten werden müssen. Sie beinhalten die Festlegung, was einen Leistungsbetrug in Übereinstimmung mit den Normen des [Interactive Advertising Bureau \(IAB\)-Normen](#) und des [Media Rating Council \(MRC\)](#) darstellt. Darüber hinaus fordern sie die Zustimmung der Mitglieder zu den *Latenzrichtlinien* (Richtlinien für Übertragungszeiten) ein und beinhalten eine einheitliche Definition, wer für den Umgang mit Fraud verantwortlich ist.

Yasuhiro Kai, Direktor des i-mobile Ad Network Departments, über die Koalition: "Wir sind der Koalition beigetreten, weil wir Ad Fraud beseitigen und somit ein Umfeld schaffen wollen, in dem Werbetreibende bedenkenlos mobile Anzeigen schalten können. Um Mobile Ad Fraud zu bekämpfen, setzen wir auf Datentransparenz und technologische Entwicklung, damit wir unseren Kunden ein noch besseres Produkt bieten können."

Ein konkretes Beispiel für die Anwendung dieser Richtlinie ist die Praxis der Abweisung von angeblich organischem Traffic. Hier werden zwei Parteien in die Verantwortung genommen und zur Zusammenarbeit angehalten: Auf der einen Seite steht der Attribution-Anbieter, der den Fraud erkennt und abweist. Auf der anderen Seite stehen die Netzwerke, die Werbetreibende nicht für betrügerische Aktivitäten zahlen lassen und sich gleichzeitig dazu verpflichten, betrügerische Publisher aus ihrem System zu entfernen.

Henschel fügt hinzu: "Der Kampf gegen Fraud in der mobilen Werbebranche ist wirkungslos, wenn wir nicht zusammenarbeiten. Die Entwicklung und Einhaltung dieser Richtlinien ist somit entscheidend. Alleine kann dieser Weg nicht beschritten werden. Nur gemeinsam können wir das System effektiv vor Fraud schützen."

Für weitere Informationen über CAAF, wenden Sie sich bitte direkt über [partners@adjust.com](mailto:partners@adjust.com) an Adjust oder informieren sich unter [www.adjust.com](http://www.adjust.com).

## **Über Adjust**

Adjust ist ein Mobile Measurement Unternehmen, das höchst qualitative Analyse- und Messlösungen für App Marketer weltweit bereitstellt. Mit Adjusts Open-Source SDK können App Marketer Nutzerverhalten, User Acquisition, Marketing ROIs, User Lifetime Kohorten und weiteres messen und analysieren. Adjusts Plattform stellt ein vereinfachtes Reporting mit verständlichen, verfolgbaren und vergleichbaren Metriken zur Verfügung. Adjust ist sowohl Facebook Marketing Partner, als auch Twitter Marketing Plattform Partner und in über 900 Netzwerk und Analytikanbieter weltweit integriert. In 2012 gegründet, unterhält das Startup

neben dem Hauptsitz in Berlin weitere Büros in San Francisco, New York, São Paulo, London, Paris, Istanbul, Tokio, Shanghai, Singapur, Jakarta und Moskau.