Affiliate-Betrug: Mehr als 80 Millionen Euro Schaden pro Jahr

"Das Affiliate-Marketing hat ein Betrugsproblem." Zu diesem Schluss kommt der Trendletter iBusiness.de. Mit Hilfe des IT-Dienstleisters Xamine hat iBusiness ermittelt, dass knapp jeder siebte Euro aus dem Affiliate-Marketing mit Fraud verdient wird.

So funktioniert die Masche.

Im Affiliate-Marketing müssen sich die Werbetreibenden derzeit fünf großen Herausforderungen stellen. Eine davon ist die zunehmende Anzahl von Betrugs-Fällen. Davon geht Joachim Graf, Herausgeber und Chefredakteur von iBusiness.de in München aus.

> *"In Euro gesprochen entstehen durch Ad-Hijacking Schäden von 82 Millionen Euro pro Jahr. Das ist mit einem Plus von 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ein Viertel mehr als 2010. Und das sind 15 Prozent des gesamten Affiliate-Umsatzes in Deutschland. Jeder siebte erwirtschaftete Affiliate-Euro wandert also in dunkle Kanäle."*

Nach Recherchen von iBusiness läuft der Affiliate-Betrug immer nach derselben Masche ab: Die Betrüger bauten die Suchmaschinenanzeigen von Brands nach und böten für die Kopien bessere Klickpreise als die Marke. Der ausgelieferten Anzeige werde dann ein Affiliate-Cookie untergejubelt, um die Provision zu kassieren.

Diese Methode treibe die Kosten für die Merchants um ein Vielfaches in die Höhe, weiß Peter Herold von Xamine, der gemeinsam mit iBusiness die Zahlen zum Affiliate-Betrug ermittelt hat.

Ruf nach wirksamen Kontrollen

Kein Wunder also, dass Graf hier dringenden Handlungsbedarf sieht. Ein Codes of Conduct beispielsweise brächte keine Lösung des Problems.

> *"Der Auftrag durch eine (möglichst große) Allianz von Branchenvertretern an eine Taskforce, bestehend aus Analytics-Anbietern und Rechtsanwälten wäre beispielsweise solch ein Schritt – quasi als eine Art digitaler Nationalgarde."*

[poll id="38"]