



Mit Call Tracking Klickbetrug aufdecken

Success Story Aufsperrfuchs.at

Ich möchte euch heute auf eine kleine Reise mitnehmen

- Abenteuer Klickbetrug
- Höhen und Tiefen
- Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen

Was es nicht wird

Ein ultimativer Guide gegen
Klickbetrug

Euer Reiseführer – Wer bin ich?



- Daniel Vath
- Gründer & Geschäftsführer NextUp Multimedia GmbH, Wien
- Kleine Google Ads Agentur

Wer ist AufsperrFuchs.at?



- Schlüsselnotdienst aus Wien
- Gegründet von David Shimonov
- Kleines Team
- Google Ads als wichtiger Kanal
- 6-stelliger Adspend
- Spezialisiert auf die Notfallöffnung von Sicherheitstüren

Notdienst-Branche



- Notdienste (Schlüsseldienst, Elektriker, Rohrreinigung etc.)
- CPC > 10€
- „Schnelles Geld“
- Ein paar wenige unseriöse Anbieter
- Webseiten ohne Impressum
- Angebote ab 5,00€

Brancheninfos


Do., 12.10.2023 ☀️ 22°C Wien

Krone+ Österreich Wien Politik Ausland Sport Ad

Wien Niederösterreich Burgenland Oberösterreich Steiermark Kärnten Salzburg

HORRENDE RECHNUNGEN

Die Schlüsseldienst-Mafia und ihre miese Abzocke

Tirol | 04.03.2022 09:07



Symbolfoto (Bild: ©ronstik - stock.adobe.com)

Unverschämte Rechnungen von teils weit über 1000 Euro für Pfusch und Scharlatanerie: Nach wie vor treiben in Tirol unseriöse Schlüsseldienst-Unwesen. Darunter leidet die ganze Branche.

Landgericht Essen: Frauen erbeuten Millionen mit Schlüsseldienst-Abzocke

Veröffentlicht: Dienstag, 28.03.2023 11:13

Hunderte Euro für das Öffnen einer Haustür – zwei Frauen stehen vor dem Essener Landgericht, weil sie Menschen in Notlagen ausgenutzt haben sollen. Der Schaden liegt im Millionen-Bereich.



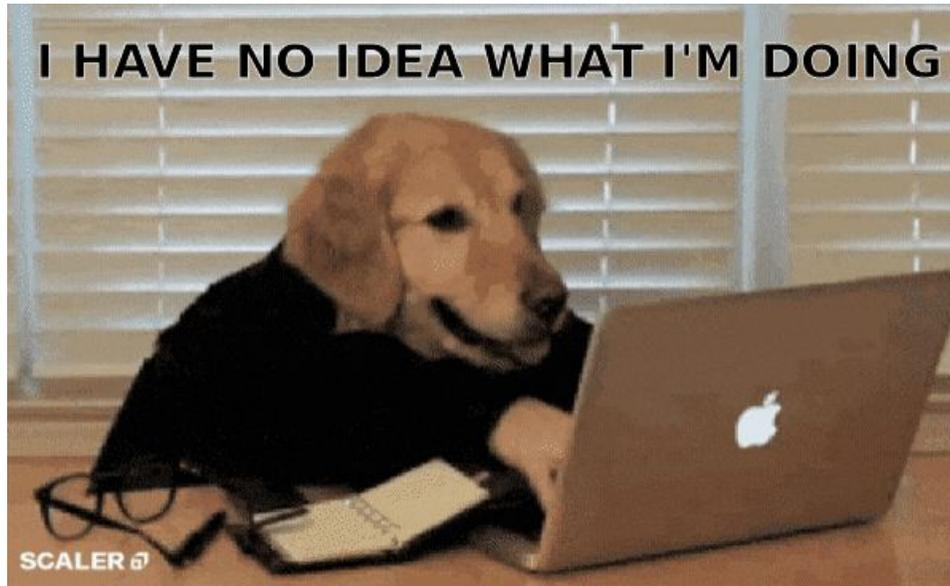
© Olaf Fuhrmann/FUNKE Foto Services

Wie kam es zu der Zusammenarbeit?



- Ich hatte mich ausgesperrt
- 5 Dubiose Anbieter
- David lokal angerufen

MVP



- Partner geworden
- Mini-Webseite
- Google Ads

Google stoppte die Ausspielung



- Nur sehr wenige Conversions
- Google stoppte die Ausspielung für die Branche „Schlüsseldienst“
- Projekt ruhte nun

Phase 2: Webseite



- David rief mich an: “Was hast du an der Webseite gemacht?” – plötzlich gab es jede Menge Anrufe
- Google hatte die Ausspielung wieder aktiviert
- Ich hatte (glücklicherweise) vergessen die Kampagne zu pausieren

Alleine im Markt

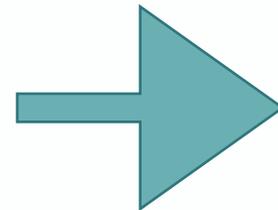
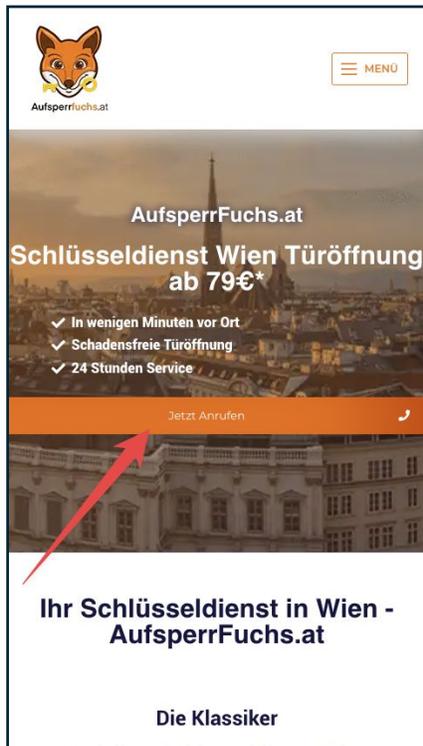


- Wir waren die einzigen, die Werbung geschaltet hatten
- CPA von 3,5€
- 33% Conversion-Rate
- 20–30 Anrufen pro Tag

Basic Google Ads Setup

- Kampagne: "Schlüsseldienst Wien"
- Anzeigengruppe: "Schlüsseldienst Wien"
- Keyword: "Schlüsseldienst Wien"
- Targeting: "Wien"
- Gebotsstrategie: "Klicks maximieren"
- Nur Mobile Geräte

Tracking



Klick Telefon Speichern

Triggerkonfiguration

Triggertyp

Klick - Nur Links

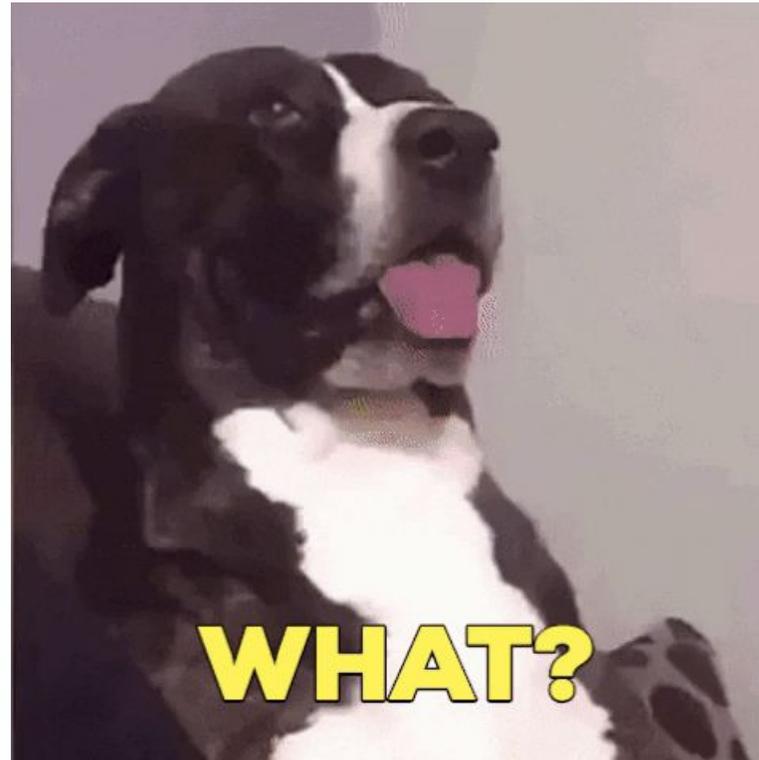
Diesen Trigger auslösen bei:

Click URL enthält 1721009085

Verweise auf diesen Trigger

Google Ads - Klick Telefonnummer Tag

Doch dann...



500€ Kosten – Kein Anruf..

Seite kaputt? Tracking kaputt?

2 Tage später: Rückbuchung erhalten

The screenshot shows a dashboard with a sidebar on the left containing menu items: Zusammenfassung, Abrechnungsaktivitäten, Dokumente, Werbeaktionen, Übertragung der Abrechnung, Zahlungsmethoden, Einstellungen, and Überprüfung des Werbetreibenden. The main content area is titled 'Zusammenfassung' and features three charts at the top. A notification banner states: 'Budgets erhöhen: Ihre Anzeigen wurden an Tagen mit vielen Zugriffen ab einem bestimmten Zeitpunkt... +8,1% Anzeigen Alle übernehmen'. Below this, a section for 'Oktober (laufender Monat)' shows a table of 'Guthaben im September' and 'Ausgaben' under 'Kampagnen'. A white callout box highlights a correction: 'Korrekturen -1.690,90 €' with a sub-entry 'Ungültige Klicks: -1.690,70 €' and a note '2 Kampagnen Mehr anzeigen'. A 'Dokumente' section on the right provides information about document availability and a link to view and download October billing activities.

Anteil ungültiger Klicks

Fake Klicks
 Nicht gespeichert

Herunterladen Planung Feedback Zu

Rückgängig Wiederholen

Benutzerdefiniert

1. Jan bis 31. Dez 2021 < > Filter >>

Kampagne ↑ ▾	Kosten ▾	Conversions ▾	Ungültige Klicks ▾	Anteil ungültiger Klicks ▾
AufsperrFuchs.at			9.761	71,77 %

Berichte

NextUp Multimedia GmbH

Suchen Berichte Tools und Einstell... Aktualis... Hilfe Benachricht.

Filter Kampagnenstatus: Alle Anzeigengruppenstatus: Alle Filter hinzufügen

Speichern

Übersicht

Letzte 30 Tage 12. Sep bis 11. Okt 2023 Letzte 30 Tage anzeigen

+ Neue Kampagne

Herunterla... Feedback

Optimierungsfaktor Tag und Uhrzeit Impression...

Berichte

The screenshot displays the NextUp Multimedia GmbH dashboard. At the top, the navigation bar includes a search icon, 'Suchen', 'Berichte', 'Tools und Einstell...', 'Aktualis...', 'Hilfe', 'Benachricht.', and a user profile icon. Below the navigation bar, there are filter buttons for 'Kampagnenstatus: Alle' and 'Anzeigengruppenstatus: Alle', along with a 'Filter hinzufügen' button. A dropdown menu is open, showing options: 'Vordefinierte Berichte (Dimensionen)', 'Berichte', and 'Dashboards'. A red arrow points to the 'Berichte' option. The main content area is titled 'Übersicht' and features a '+ Neue Kampagne' button. Below this is a large visualization area with a grid of colored squares (blue, red, yellow, green) representing data points. At the bottom, there are controls for 'Optimierungsfaktor', 'Tag und Uhrzeit', and 'Impression...'. The left sidebar contains a navigation menu with items like 'Übersicht', 'Empfehlungen', 'Statistiken', 'Konten', 'Kampagnen', 'Anzeigengruppen', 'Produktgruppen', 'Anzeigen und Assets', 'Videos', 'Keywords', 'Dynamische Anzeigenziele', and 'Zielgruppen'.

Berichte

NextUp Multimedia G... Berichterstellung

Suchen Berichte Tools und Einstell... Hilfe Benachricht.

Berichte Dashboards

Vordefinierte Berichte (Größe)

+ Benutzerdefiniert

Einfach Anzeige OFFEN

Einfach Kampagne OFFEN

Assets (alte Version) Anruferdetails OFFEN

Alle anzeigen

Filter hinzufügen

<input type="checkbox"/> Meine gespeicherten Berichte	Inhaber	Erstellungsda ↓	Letzter Zugriff	Zeitraum	Erstellt von
Es sind keine Berichte verfügbar					

Die Berichterstellung erfolgt nicht in Echtzeit. Zeitzone für alle Datums- und Uhrzeitangaben: (GMT+02:00) Mittteleuropäische Zeit. [Weitere Informationen](#)
 Unter Umständen wird ein Teil des Inventars von einem Drittanbieter bereitgestellt, der als Vermittler agiert.

Berichte

The screenshot shows the 'Berichterstellung' (Report Creation) interface in the NextUp Multimedia G... application. The top navigation bar includes a search icon, 'Berichte', 'Tools und Einstell...', 'Hilfe', 'Benachricht.', and a user profile icon. Below the navigation, there are tabs for 'Berichte' and 'Dashboards'. The main content area is titled 'Vordefinierte Berichte (Größe)' and displays three report cards: 'Einfach Anzeige' (OFFEN), 'Einfach Kampagne' (OFFEN), and 'Assets (alte Version) Anruferdetails' (OFFEN). A red arrow points to the 'Einfach Anzeige' card. A dropdown menu is open on the left, listing various report types: 'Tabelle', 'Baumstrukturtable', 'Liniendiagramm', 'Säulendiagramm', 'Balkendiagramm', 'Kreisdiagramm', and 'Streudiagramm'. Below the report cards, there is a table with columns: 'Inhaber', 'Erstellungsda ↓', 'Letzter Zugriff', 'Zeitraum', and 'Erstellt von'. The table is currently empty, with the message 'Es sind keine Berichte verfügbar' (No reports are available) displayed below it. At the bottom, there is a disclaimer: 'Die Berichterstellung erfolgt nicht in Echtzeit. Zeitzone für alle Datums- und Uhrzeitangaben: (GMT+02:00) Mittteleuropäische Zeit. Weitere Informationen Unter Umständen wird ein Teil des Inventars von einem Drittanbieter bereitgestellt, der als Vermittler agiert.'

Berichte

The screenshot displays the 'Berichterstellung' (Report Creation) interface in the NextUp Multimedia application. The main area is currently empty, with the message: 'Der Bericht ist momentan leer. Ziehen Sie zuerst Messwerte und Dimensionen in den gewünschten Abschnitt.' (The report is currently empty. Drag metrics and dimensions into the desired section first.)

The interface includes a top navigation bar with options like 'Suchen', 'Berichte', 'Tools und Einstell...', 'Hilfe', and 'Benachricht.'. Below this, there are action buttons: 'Herunterladen', 'Planung', 'Feedback', 'Zurücksetzen', 'Speichern', 'Speichern unter', and 'Zum Dashboard hinzufügen'. The main control area shows 'Alle Konten', a date selector set to '12. Okt. 2023', and a 'Filter' button. A 'Tabelle' (Table) view is selected, and a search dropdown menu is open, listing various dimensions and metrics such as 'Detailebene', 'Leistung', 'Einrichtung', 'Ergebnisse', 'Ausrichtung', 'Attribute', 'Anrufdetails', 'SMS-Details', 'Conversions', 'Standort', and 'Zeit'. A red arrow points from the 'Tabelle' tab to the search dropdown.

Berichte

The screenshot displays the 'Berichterstellung' (Report Creation) interface in NextUp Media. The main area shows a table with columns for 'Kampagne', 'Anteil ungültiger Klicks', and 'Ungültige Klicks'. The table is filtered for 'Heute' (Today) on '12. Okt. 2023'. The sidebar on the right contains a menu with options like 'Zeile', 'Spalte', 'Messwerte und Dimensi...', 'Detailebene', 'Leistung', 'Einrichtung', 'Ergebnisse', 'Ausrichtung', 'Attribute', 'Anrufdetails', 'SMS-Details', 'Conversions', 'Standort', and 'Zeit'. The top navigation bar includes 'Suchen', 'Berichte', 'Tools und Einstell...', 'Hilfe', and 'Benachricht.'. The bottom of the interface shows 'Zeilen anzeigen: 50' and '1 bis 50 von 395'.

Wir werden angegriffen!

Mehr Daten notwendig



Neues Google Ads Setup

- 24 Kampagnen: "Schlüsseldienst Wien" + Orte
- Anzeigengruppen: 24 -> Jeder Stadtteil für sich
- Keyword: "Schlüsseldienst Wien" + Stadtteil
- Targeting: Auf Stadtteile
- Gebotsstrategie: "Klicks maximieren" -> "Anteil möglicher Impressionen"

Erkenntnis

- Fake-Klicks kamen aus 2 Stadtteilen
- Somit keine Werbung mehr für diese Stadtteile
- Wieder bei 33% Conversion Rate

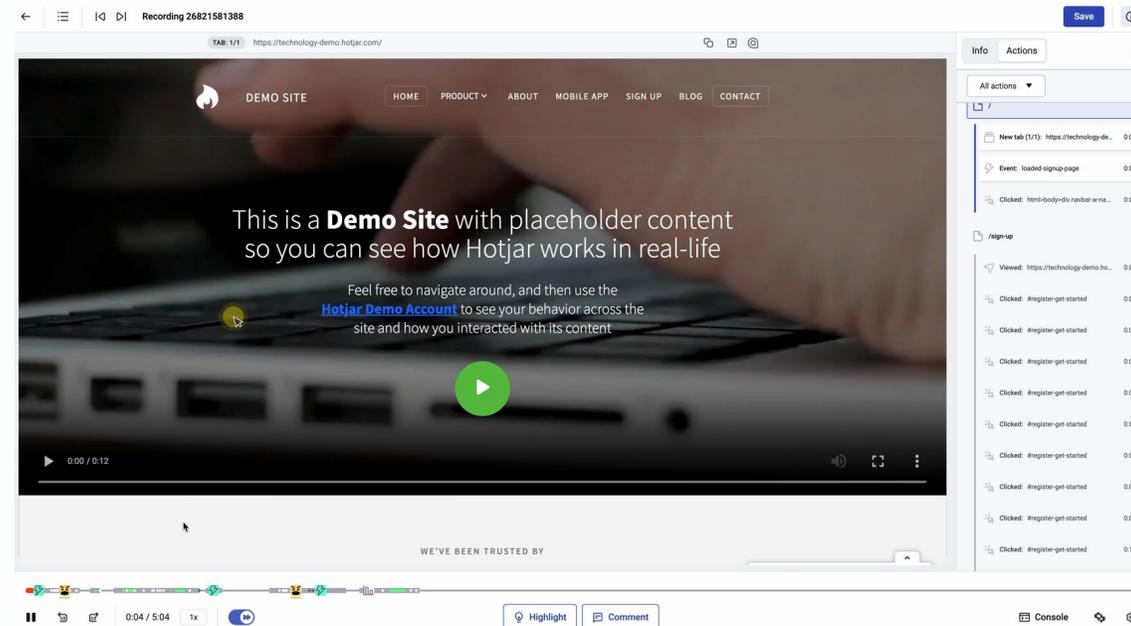
Doch dann...

Wieder 500€ Kosten – Kein Anruf..

Wir müssen sehen, was passiert

Integration: Screen Recording

- z.B. Mouseflow oder Hotjar



Bot-Traffic

- Offensichtliche Bots
- Verhalten auf der Webseite war immer gleich
- Muster waren zu gleichmäßig und zu offensichtlich

Schaden begrenzen

- Ist die Conversion-Rate < 10% – Werbung pausieren!

Kampagnen pausieren 

Anwenden auf

Kampagnen in ausgewählten Konten ▼

Bedingungen

⌵
Kampagne: Kampagnenstatus: Aktiviert
Kampagne: Conv.-Rate < 10,00 % ✕

Bedingung hinzufügen

Aktion

Kampagnen pausieren ▼

Regeln greifen

- Die erstellten Regeln begrenzen den Schaden
- Nachteil: Keine Aufträge in der Zeit
- Keine 100%ige Lösung

Anti-Klickbetrug Tools

- Zahlreiche Anbieter wurden ausprobiert
- Einfache Integration
- So hatten wir deutlich mehr Analyse Punkte

Anti-Klickbetrug Tools

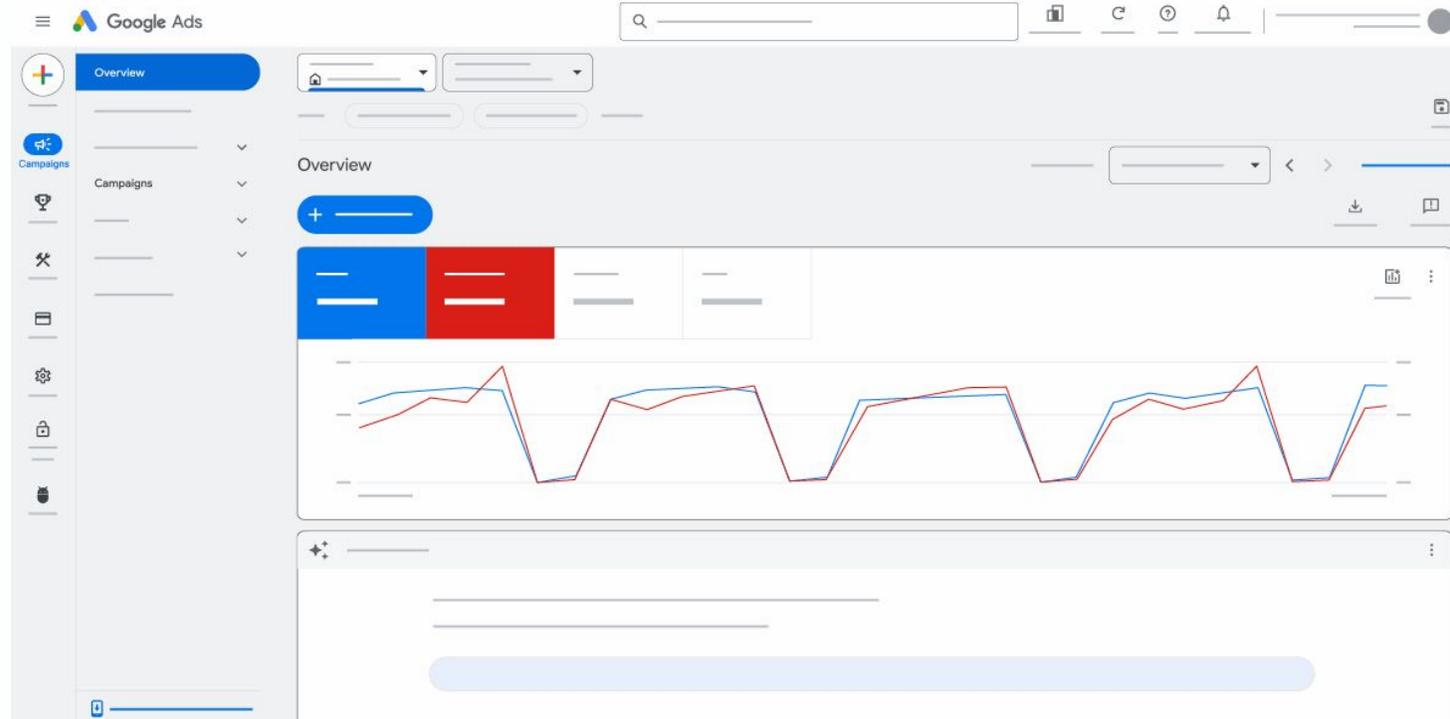
- Traffic kam aus dem Ausland
 - ALLE Länder außer Österreich ausgeschlossen
 - Hat nichts gebracht
- Bots klickten mehrfach

Anti-Klickbetrug Tools

- Vorteil: Weniger Doppelte Klicks
- Nachteil: Nur 500 IP Adressen möglich
- Hat bei uns nicht gereicht
- Einreichung des Schadens per Protokoll

IP Blocking

- IP Adressen wurden (automatisch) ausgeschlossen



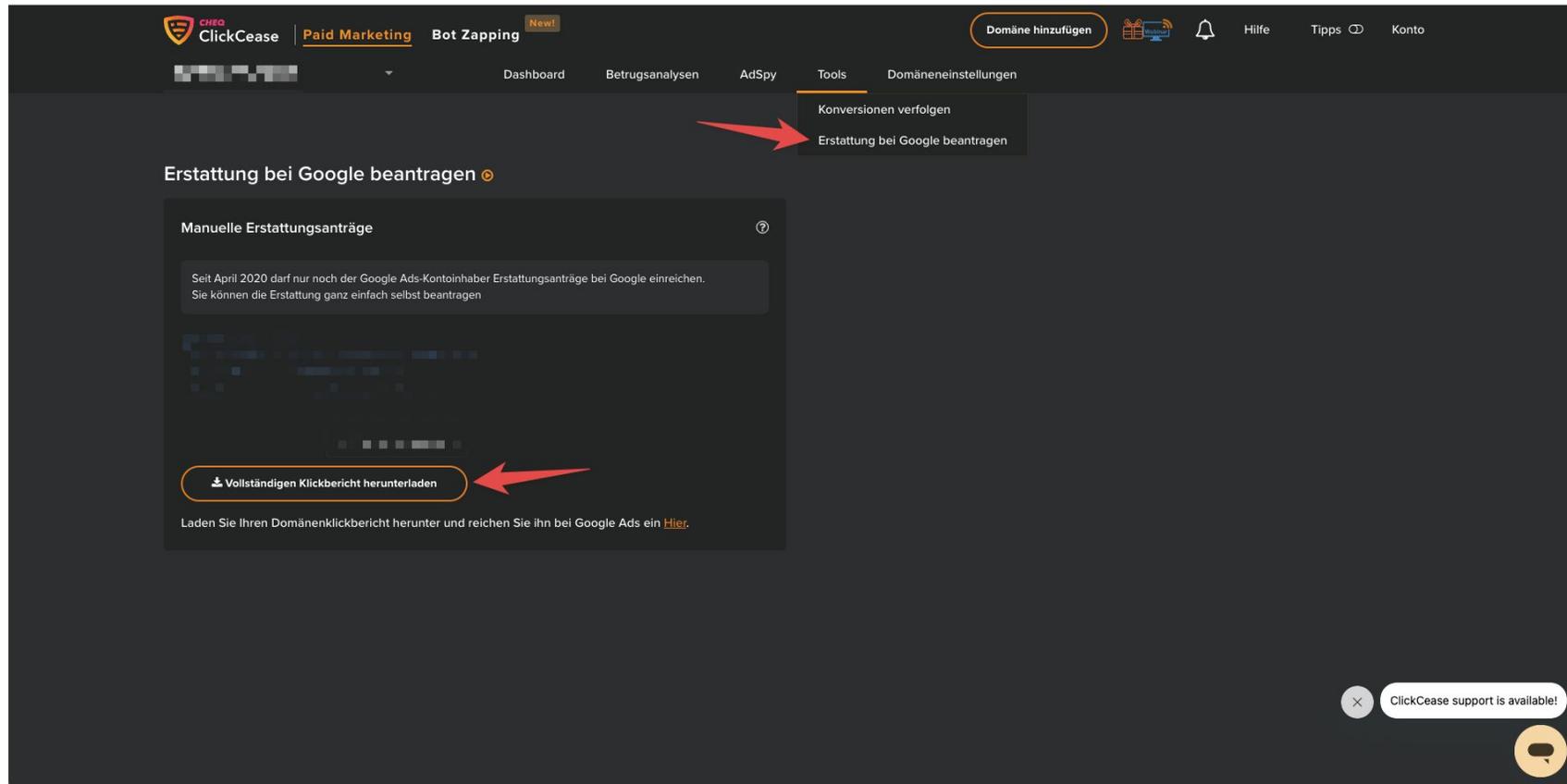
Ungültige Klicks melden

The screenshot shows the Google Ads Help interface. At the top, there is a search bar with the text 'Tippen Sie bitte Ihre Frage ein'. Below the search bar, there are navigation links: 'Hilfe', 'Community', and 'Ankündigungen'. A secondary navigation bar contains links for 'Jetzt starten', 'Kampagnen', 'Funktionen entdecken', 'Leistung optimieren', 'Konto und Abrechnung', 'Probleme beheben', and 'Google Partners'. The main content area is titled 'Formular zur Klickqualität' and contains the following fields:

- * Erforderliches Feld**
- Ansprechpartner *** (text input field)
- E-Mail-Adresse *** (text input field)
- Log-in-E-Mail-ID für das Konto *** (text input field)
- Google Ads-Kundennummer auswählen *** (dropdown menu)

Below the dropdown menu, there is a note: 'Wenn Sie eine Agentur haben oder mehrere Google Ads-Konten verwalten, geben Sie bitte nicht die Kundennummer Ihres Google Ads-Verwaltungskontos ein. Wir benötigen stattdessen die Kundennummer des individuellen Kontos. Hier erfahren Sie, wie Sie Ihre Google Ads-Kundennummer ermitteln.' At the bottom of the form, there is a small note: 'Nur Sie können diese Informationen sehen.'

Ganz leicht per Tool möglich



Zu viele Conversions

- 66% Conversion Rate
- Regeln führten dazu, dass wir mehr Budget ausgaben
- Bots Klicken auf den Anruf-Button
- 1.500€ Schaden in wenigen Minuten
- Algorithmus wird "manipuliert"

Was für eine Art Klickbetrug ist es?

- Teilweise Manuell
- Unglaublich schnell anpassungsfähig
- Es geht nicht um einen direkten finanziellen Schaden
 - Wir bekommen regelmäßig Rückerstattungen durch das Formular
- Das Tagesbudget wird angegriffen
- Ziel: aufsperrfuchs.at (und seriöse Mitbewerber) nicht mehr aufzufinden
- Der Angreifer ist nun alleine aufzufinden
- Günstigere CPCs

Beispiel: IPRoyal

The screenshot shows the IPRoyal website with a navigation bar at the top containing links for Proxies, Pricing, Locations, Use cases, and Blog. The main content area features a Trustpilot rating of 'Excellent' with five stars. The headline reads 'The Most Reliable Austria Proxies at Your Fingertips'. The text below states that IPRoyal is one of the market's best and most reliable Austria proxy providers, offering a network of 63,915 IPs. A world map graphic highlights Austria with a red box indicating 'Austria 63,915'. A 'Buy Now' button is visible at the bottom of the banner. The footer of the banner includes a 'Chat' button.

Erschreckend einfach

- Chrome Extension
- Dev-Tool: Mobiles Gerät
- Neue IP Adresse bei Reload
- per Script leicht zu automatisieren
- Kann man leicht anpassen
- Lösung zB. Fraud0
 - iPhone ≠ Bildschirm Auflösung

Call Tracking zur Steigerung der Datenqualität

- Noch immer Klickbetrug, aber wir sehen "woher"
- Conversion Tracking nun zuverlässig
- Automatische Regeln funktionieren
- Daten pendeln sich ein
- Klickbetrug eingedämmt – aber nicht komplett raus
- Besseres Notfallsystem

Was lernen wir daraus?

Learnings

- Durch das ungenaue Tracking haben wir eine Menge Geld verloren
- „Optimierungen“ wurden auf Grundlage falscher Daten getroffen
- Klickbetrug kann sich anpassen und hat viele Gesichter
- Prüft regelmäßig eure Daten
- Nicht zu früh freuen
- Es kann ein Kampf gegen Windmühlen sein
- Nicht auf einen Channel verlassen
- Nicht auf Google verlassen -> Rückbuchungen kamen sporadisch
- Google Boardmittel alleine reichen nicht aus

5 Tipps

- Genaues tracken relevanter Handlungen
- Abteilungen müssen miteinander reden
- Nutzt die Google Berichte
- Es gibt nicht die eine Lösung gegen Klickbetrug, nutzt verschiedene Tools in Kombination
- Trial and Error – Habt einen langen Atem

Fragen?



Daniel Vath
Geschäftsführer

daniel.vath@nextup-media.at
+43 677 626 48 993