

Der E-Shop-Tipp



Elmar P. Wach
ist Experte für die Einführung und Optimierung von E-Shops.
■ www.eshopexperts.de

Klickbetrug macht Online-Marketing teuer

Der Mausklick eines Kunden auf sein Angebot ist fast jedem E-Shop-Betreiber bares Geld wert. Allerdings häufen sich die Fälle, wo Händler um die Früchte ihrer Marketing-Bemühungen gebracht werden. Das Stichwort lautet Click Fraud – Klickbetrug. Hier ein paar Beispiele:

■ **Keyword Advertising:** Das Tagesbudget für ein gesponsertes Wort kann bereits in der Nacht durch Klicken auf die Anzeige (manuell oder automatisch durch Bots) aufgebraucht werden – zusätzlich erscheint die Anzeige in Traffic-stärkeren Zeiten gar nicht mehr.

■ **AdSense-Anzeigen:** Auch hier lässt sich durch mehrfaches Klicken auf die Anzeigen der Umsatz auf Kosten der Werbetreibenden erhöhen

■ **Affiliate Marketing:** Auch die Merchants (z. B. Portale) haben meistens eine Vergütung auf Klickbasis – zusätzlich zu dem bei AdSense-Anzeigen beschriebenen Betrug kann der Merchant hier seinen Umsatz sogar noch weiter erhöhen: Falls er und der Werbetreibende bei mehreren, gleichen Affiliate-Netzwerken registriert sind, kann der Betrüger den Banner auf seiner Site mit den verschiedenen Netzwerken verlinken und bekommt somit jeden Klick mehrfach vergütet (diesbezüglich findet so gut wie kein Austausch zwischen den Affiliate-Netzwerken statt).

Wie kann ein Unternehmer feststellen, ob er betrogen wird? Die wichtigste Prüfung ist das Tracking der IP-Adressen mithilfe eines leistungsfähigen Web-Analyse-Tools. Damit ist erkennbar, ob Traffic von einer bestimmten IP-Adresse überproportional häufig gekommen ist. Wenn dann auch noch festgestellt wird, dass über diese Adresse kein Umsatz generiert wurde oder – noch klarer – so gut wie kein weiteres Klickverhalten auf der Site stattgefunden hat, verhärtet sich der Verdacht. Zusätzlich sollte der E-Shop-Betreiber die Click-Through-Rate beobachten. Fällt diese ungewöhnlich stark, ist dies ein weiteres Indiz für einen Klickbetrug. Mit diesen Informationen sollte sich der Shop-Betreiber an die entsprechende Suchmaschine oder das Affiliate-Netzwerk wenden. Diese sind diesbezüglich meistens sehr kooperativ – geht es doch um deren Geschäftsmodell. Auch eine finanzielle Entschädigung ist möglich.

MULTIMEDIA

Die Website spricht

Neue Audio-Technik soll interaktives Sound-Erlebnis ohne Plug-ins ermöglichen

Unter Puristen gilt Sound auf Websites als heikles Thema: Frei nach Wilhelm Busch wird er oft nicht schön gefunden, weil stets mit Geräusch verbunden. Mit einem neuen technischen Ansatz nähert sich jetzt das Berliner Unternehmen Audiantis der Integration von Sound in den Web-Auftritt. Durch eine Technik namens Isound soll der Besucher gesprochene Erklärungen und weiterführende Informationen bekommen, wenn er sie will, und zwar in seiner Muttersprache.

Im Gegensatz zu herkömmlichen Sounds, die entweder als Flash-Stream oder als MIDI-Datei abgespielt werden, liefert Isound jedem Besucher einen individuell generierten Audio-Stream. Isound ist eine Server-Applikation, die sich als Middleware zwischen den Webserver und den Client-Rechner des Besuchers schaltet. Die Middleware zeichnet alle Eingaben des



Individuelle Sound-Ausgabe soll die Software Isound ermöglichen

Nutzers auf und generiert die dazu passenden Sound-Ereignisse. Eine Anpassung der Website selbst ist nach Angaben der Entwickler nicht nötig. Über einen speziellen Content Manager lässt sich jedem Element der Website ein Klangereignis zuordnen. Darüber hinaus kann der Be-

sucher selbst wählen, ob er zum Beispiel eine Frauen- oder eine Männerstimme hören möchte und ob sie deutsch oder englisch spricht. Auch muss der Kunde keinen Player herunterladen, sein Endgerät muss lediglich Java unterstützen. Der Preis für eine Isound-Lizenz soll bei 178 Euro beginnen – abhängig von der Zahl der parallel möglichen Streams kann es aber auch teurer werden.

Zur Cebit in März will Audiantis das System offiziell vorstellen. Derzeit gibt es eine Beta-Version zum Ausprobieren. Ein erster Test der Redaktion zeigte jedoch, dass vor der Markteinführung noch

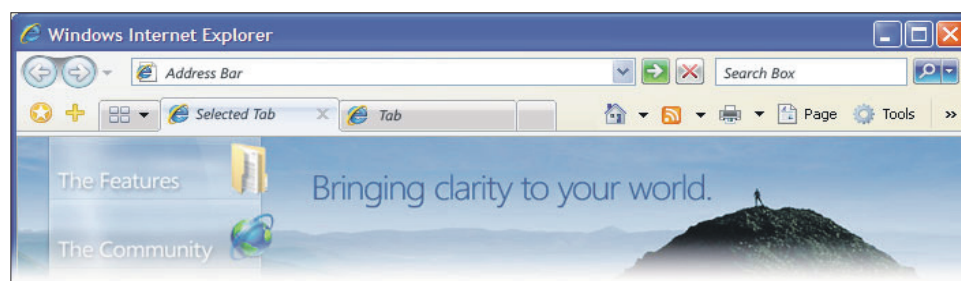
einiges zu tun bleibt: Die Soundclips starteten häufig erst dann, als man nicht mehr mit ihnen rechnete. *fk*

Weitere Informationen unter www.internetworld.de
WEBCODE 0603018

INTERNET EXPLORER 7 BETA 2

Microsoft legt nach

Vorabversion im Netz verfügbar / Tabbed Browsing und RSS-Reader



Im Look von Windows Vista präsentiert sich der neue Internet Explorer 7 – hier noch als Beta

Die Position des Internet Explorer bröckelt – nach Ansicht von Experten benutzen bereits mehr als 20 Prozent aller Surfer in Europa die Open-Source-Konkurrenz Firefox. Ändern soll dies die neue Version 7 des Microsoft-Browsers, die in der zweiten Jahreshälfte auf den Markt kommen soll. Jetzt veröffentlichte der Software-Konzern die Testversion Beta 2, die einen Blick auf die Zukunft erlaubt.

Der neue Browser nimmt bereits den Look von „Vista“ vorweg, so heißt der Nachfolger von Windows XP. Außerdem

wurden Schwächen gegenüber Firefox ausgeglichen: Tabbed Browsing (Wechsel zwischen mehreren Fenstern) ist jetzt ebenso möglich wie ein Schnelzugriff auf verschiedene Suchmaschinen. Die Unterstützung von CSS, RSS-Feeds und Anti-Phishing-Mechanismen wurde verbessert, außerdem kann der Browser jetzt transparente PNG-Grafiken anzeigen. *fk*

Weitere Informationen unter www.internetworld.de
WEBCODE 0603018

DSL-PROVIDER

Flatrates nicht wirklich „flat“

Angesichts der Leistungsdaten der DSL-Angebote fragen sich immer mehr Unternehmen, ob ein Consumer-Angebot für sie nicht völlig ausreicht. Schließlich kostet heute ein DSL-Anschluss mit einer Bandbreite von sechs MBit/s, komplett mit fester IP-Adresse und Flatrate, häufig nicht mehr als 60 Euro im Monat. Nach Medienberichten ist jedoch der Begriff „flat“ recht dehnbar. Wie das ARD-Verbrauchermagazin Plusminus berichtet, sollen 1&1-Kunden mit einem sehr hohen Traffic-Aufkommen mit einer Wechselprämie zum Kündigen ihres Vertrags bewegt worden sein. Bei Kabel Deutschland unterstellt man Kunden mit sehr hohen Download-Volumina einen gewerbsmäßigen Einsatz des Internet-Zugangs – den die AGB des Unternehmens verbieten. Firmen, die auf der Suche nach einem preisgünstigen Internet-Zugang für hohe Traffic-Volumina sind, sollten immer überprüfen, ob der gewerbsmäßige Einsatz im Vertrag abgedeckt ist. *fk*

STRATO MEDIEN AG

IP-Adresse und mehr Upload

Professionellen Bedürfnissen kommt der Hosting- und Zugangs-Provider Strato mit kostenpflichtigen Extras zu seiner DSL-2000-Flatrate entgegen. Für zwei Euro Aufschlag im Monat gibt es einen verdoppelten Upstream (384 KBit/s), für fünf Euro extra eine feste IP-Adresse. Beides ist sinnvoll, wenn man einen kleinen Web-Auftritt auf dem eigenen PC hosten will. *fk*

1BLU AG

Virtueller Server mit Flatrate

Der Hosting-Newcomer 1Blu aus Berlin bietet jetzt virtuelle Server mit unbegrenztem Traffic ab 9,90 Euro pro Monat an. Der 1Blu-V-Server ist ein Webhosting-Paket, das der Kunde wie einen eigenen Server konfigurieren kann. Der pro V-Server garantiert verfügbare Arbeitsspeicher – wichtig für die Performance – hängt davon ab, welches Paket der Kunde bestellt hat. *dg*

COMBOTS AG

Highspeed-Netz geht online

Die aus der Web.de AG hervorgegangene Firma Combots baut ihre Infrastruktur auf, um Web-basierte Kommunikationslösungen anbieten zu können. Jetzt hat das Unternehmen zusammen mit dem Dienstleister Lambdanet eine Hochgeschwindigkeitsanbindung mit einer Bandbreite von 20 GBit/s an den deutschen Internet-Vermittlungsknoten DE-CIX implementiert. *fk*

E-MAIL-ÜBERWACHUNG

Gratis-Proxy für kleine Hoster

Laut TKÜV sind Provider erst dann zu einer Überwachung ihrer E-Mail-Konten verpflichtet, wenn sie mehr als 1.000 Anschlüsse betreiben. Kleineren Anbietern, die kein eigenes Überwachungssystem aufsetzen wollen, bietet das Iku Systemhaus eine kostenlose Proxy-Lösung an. Sie entspricht den TKÜV-Vorgaben und lässt sich unter www.sports.de herunterladen. *fk*