



Ressort: Special interest

## Google und Apple auf dem goldenen Werberitt 05.08.2024

Online, 05.08.2024 [ENA]

Die Google Gründer Larry Page und Sergey Brin, bei Apple die 3 größten Aktionäre Vanguard, BlackRock und Berkshire Hathaway, natürlich auch der Vorstandsvorsitzende Art Levinson und CEO Tim Cook können sich vor Werbeeinnahmen nicht mehr retten. Alarmstufe rot.

Denn dank immer neuen EU Richtlinien in Sachen großzügige Handhabung von Werbungen sprudeln die Einnahmen mehr und mehr. Die Werbungen werden nicht nur immer zahlreicher, sondern werden auch mit immer längerer Laufzeit genehmigt. Was zu Beginn mal eine Maximalwerbezeit von 30 sec. Für einen Spot betrug, geht heute schon bis zu einer Minute, dazu wird die Anzahl der Werbungen innerhalb von Apps immer massiver. Dies betrifft leider nicht nur die Werbungen für andere Apps oder Spiele, sondern die Anzahl der unseriösen und verbrauchertäuschenden Inhalte hat deutlich zugenommen.

Das alles scheint aber die beiden Großunternehmen wenig zu interessieren, Hauptsache, die Einnahmen stimmen. Zum Beispiel dreht es sich um eine derzeit ausartenden Masche, das es massiv Werbungen von Echtgeldapps gibt, die einen versprechen, wenn man ein Spiel herunterlädt und spielt, dafür Geld bekommt. Versprochen werden in den Werbungen oft hunderte von Euro für wenige Aktivitäten. In der Praxis sieht das natürlich ganz anders aus, oftmals sind in den Apps Käufe mit Echtgeld notwendig, um Auszahlungen zu erreichen. Reich werden alleine durch das kurzzeitige oder auch längere Spielen sind fast ausgeschlossen. Woher soll auch das Geld kommen ?

Eine zweite Masche ist das Versprechen bei einigen Casinospiele: 500 Freispiele und dann noch 200 Euro Startguthaben. Das klingt ja toll und da denken manche doch gleich daran, sich anzumelden, die Freispiele zu verspielen und dann das Geld auszahlen zu lassen. So einfach ist das Ganze dann natürlich nicht. Wenn Sie überhaupt das bekommen, was versprochen wird, ist es häufig mit Echtgeldeinzahlungen in bestimmter Höhe verknüpft und/oder sie müssen erst einmal einen gewissen Betrag, z.B. den 10-fachen Betrag der Boni gewonnen haben um eine Auszahlung zu bekommen. Ein klassisches Beispiel ist eine Casinoapp, die zum Start für 1 Euro Echtgeld 50 Freispiele bietet.

Da denkt man schnell, Verlust quasi unmöglich, bei 50 Freispielen wird man doch mehr als einen Euro gewinnen. Denkste, ich habe das System 2x ausprobiert, in beiden Fällen war der Gewinn unter einem Euro. Neben den Spieleapps etablieren sich immer wieder die sogenannten Jobvermittlerwerbungen. Eine Firma sucht gleich mehrere Mitarbeiter in einem bestimmten Bereich, jeder kann mitmachen, man werde ja

### Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

### Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service .....

gründlich eingearbeitet, und einen Laptop gibt's für jeden Teilnehmer sowieso schonmal gratis. Und alles ist kostenlos und so gut wie sicher. Wenn das so einfach wäre, würden sich einige Anmelder den Laptop holen und tschüss sagen. Probieren sie es aus, das Ganze läuft anders.

Jetzt aber zurück zu den Werbungen in Spielen. Auch Apps, die in früheren Zeiten keine Werbung gezeigt haben, sind inzwischen angepasst und zeigen beispielsweise Werbung, wenn man eine bestimmte Belohnung haben will. Typisches Beispiel: Um das Vorankommen in einem Spiel zu beschleunigen, kann man eine Werbung sehen, dann bekommt man eine Belohnung, die einen im Spiel weiterbringt. Immer mehr Spiele sind inzwischen nur darauf ausgelegt, das die Nutzer Werbungen ansehen müssen, um überhaupt in dem Spiel sinnvoll weiterzukommen. Es gibt Spiele, da kommen sie nur an alle gratis angebotenen Goodies heran, die sich natürlich jeden Tag erneuern, indem sie jeden Tag rund 30 !!! Werbungen ansehen.

Als Basis. Im Spiel selbst tun sich dann hier und da weitere Werbemöglichkeiten auf, um weitere Boni zu bekommen, anstatt diese zu erspielen. Gerade bei Park – Simulationen kann der Spieler alleine durch laufende Werbungen alles im Spiel finanzieren und ausbauen und das Spiel ohne nennenswertes Gaming bestreiten. Eigentlich sollte es umgedreht sein. Inzwischen ist die Werbemasche aber richtig perfide geworden. Nicht nur sie bestimmten durch Anklicken eines Goodies, das sie diesen durch das Ansehen einer Werbung bekommen, sondern die Werbung schaltet sich einfach selber ein. Da erfolgt eine Einblendung: Coffee Break oder ähnliches und alle 2 – 3 Minuten erfolgt eine Einblendung einer Werbung, egal was sie im Spiel machen.

Aber die App – Entwickler wollen ihnen ja helfen, deshalb gibt es bei vielen Spielen noch 2 Optionen. Zahlen sie echtes Geld, um die Werbung dauerhaft abzuschalten. Noch trickreicher: Kaufen sie eine gewisse Anzahl von sogenannten Tickets, um die eine oder andere Werbung zu überspringen und die Belohnung gleich zu bekommen. Natürlich alles nur gegen Echtgeld. Was hier viele nicht wissen: Nicht jede Werbung kann übersprungen werden. Es gibt sogenannte Zwangswerbungen und Werbungen, die sie als Spieler auslösen. Meist lassen sich nur die Zwangswerbungen damit stoppen. Oder gegen die Einlösung eines Tickets auch mal die selbstausgelösten Werbungen.

Wer die Zwangswerbungen, die ganz von alleine kommen ohne Zutun des Spielers, nicht ansehen möchte, kann diese meist durch kurzes Unterbrechen der App beenden, was die Spielfreude jedoch ein wenig trübt, weil diese Unterbrechungen ja laufend erfolgen müssen. Eine andere Möglichkeit ist es, in den Einstellungen beim Handy oder Tablet unter privater DNS einen Eintrag vorzunehmen: dns.adguard.com ist der Eintrag beispielsweise bei Google. Dieser verhindert das Abspielen von fast allen Werbungen. Das Problem ist in den Spielen: Automatische Werbungen werden meist blockiert, Werbungen die der Spieler durch die Auswahl eines Goodies aktiviert, funktionieren nicht mehr weil die App den Werblocker

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: contact@european-news-agency.com  
Internet: european-news-agency.com

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

erkennt;der Goodie kann nicht abgerufen werden.

Also auch kein sicherer Schutz vor Werbung. Besonders abgedreht sind die Werbungen, die einen „ Countdown „, einen Zähler haben, wo die verbleibenden Sekunden der Werbeeinblendung runtergezählt werden. Und was passiert häufig am Ende ? Dann kommt nicht etwa das Ende, sondern die App wird nochmal für einige Sekunden mit dem Startbildschirm angezeigt, bevor oftmals ein Kreuz in der oberen rechten Ecke des Bildschirms zum Beenden der Werbung angezeigt wird. Klickt man dann darauf, ist die Werbung immer noch nicht zu Ende, es kommt ein neuer Countdown von nochmals 5 Sekunden, dann wieder in Beendigungssymbol.

Oder die App schaltet nach Beendigung der Werbeeinblendung automatisch auf den App – Shop um, wo die Seite angezeigt wird, wo die App runtergeladen werden kann. Dann muß man nochmals zurück um zu beenden. Ein System für Dumme, gemacht von Schlaun. Womit sich aber viele Spieler nicht befassen: Die Werbenummer geht ja schon los, bevor sie überhaupt ein Spiel spielen können. Schnell mal die paar Abfragen zu Beginn mit Werbepartnern, Datenschutz und Einwilligung zu Push – Benachrichtigungen weggedrückt, und schon installiert sich das Spiel. Was aber steht denn da im „ Vorspann „ ? Der Spieleentwickler steht oftmals mit Werbepartnern in Kontakt, mit denen er Verträge für Datenübermittlungen hat und da natürlich kräftig mitverdient.

Und die Spieleapps haben oft an die 100 !!! Werbepartnerfirmen, die viele gar nicht kennen und nie gehört haben. Aber das ist noch nicht alles. Die App selbst verlangt oft Zugriff auf Daten des Handys oder Tablets, mal wird von gezielte Werbung gesprochen, mal von der Bereitstellung von Serviceleistungen rund um das Spiel. Manche Spiele verlangen nach dem Standort des Handys oder Tablets. Viele übergehen die Einstellungen durch Zustimmung und wissen gar nicht, was alles voreingestellt ist. Deshalb gehe ich zu „ Einstellungen verwalten „. Und da gelange ich in diverse Untermenüs, wo jeweils nach Werbebereich Firmen Rechte zugewiesen bekommen oder auch nicht.

Interessant dabei die Einstellung: Firmen, die ein legitimes Interesse haben und... ach nee, Firmen, die das offensichtlich nicht haben. Aber warum wollen die denn dann Daten von mir ? Ich schaue genauer in ein Spiel rein. Auf der Vorabseite steht etwas von 49 Werbepartnern. Aber schon in der ersten Rubrik, Cookies, Zugriff auf Informationen, Sprache, Identifikation wollen 29 Anbieter, bestimmte Werbungen wollen 30 Anbieter machen, auf mich zugeschnittene Werbungen 26 Anbieter usw. usw. Dann folgen eine Liste von Firmen, die die Performance der App verbessern wollen und mein Nutzungsverhalten verfolgen wollen:

AppLovinMax SDK, Chartboost, Facebook SDK, GameAnalytics SDK, HyprMX, ironSource, UnityAds, Vungle. Mal ehrlich: Ausser Facebook schonal von den anderen gehört ? Wahrscheinlich nicht,aber sie vertrauen offensichtlich blind. Dann kommen noch die von google angeführten Werbetechnologiefirmen:

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

MicroAd, Liftoff, Bigabid, Chalk Digital, Bidease, UNICORN, Chartboost, YouAppi und Kaden. Und wieder weiß keiner, was diese Firmen eigentlich wollen und machen.

Und das Beste zum Schluß: Lehnen die die Zugriffe der Firmen ab, läßt sich die App trotzdem installieren und anschließend auch ganz normal starten, na was für ein Zufall. Im übrigens sind das in der Regel keine deutschen Firmen sondern haben ihren Sitz in der USA. Und da gelten andere Datenschutzbestimmungen als in Deutschland. Also Vorsicht.

[Bericht online lesen:](#)

[https://presse.en-a.eu/special\\_interest/google\\_und\\_apple\\_auf\\_dem\\_goldenen\\_werberitt\\_05082024-89595/](https://presse.en-a.eu/special_interest/google_und_apple_auf_dem_goldenen_werberitt_05082024-89595/)

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSStV: Uwe Hildebrandt

---

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.