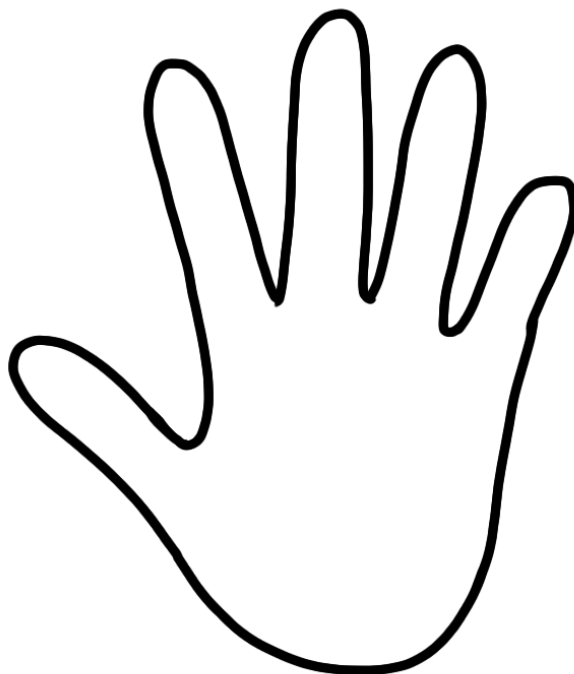


Utvärderingsrapport

April 2016



UTVÄRDERINGSRAPPORT AV VERKTYG FÖR SAJTER SOM DETEKTERAR AD BLOCKERS

INLEDNING

Teknisk utvärdering av verktyg för sajtägare som **detekterar** ad blockers, **blockerar** innehåll för användare som har ad blocker installerad och ger samma användare **möjlighet att betala för att slippa annonser**.

Företag med fungerande lösningar och namnkunniga referenskunder är **Laterpay** (Tyskland) med den speciella affärsidén att låta användaren ta del av content utan att registrera sig och för att betala (och registrera sig) vid ett senare tillfälle och **Sourcepoint** (USA) med sin recover-funktion som visar annonser för användaren trots att hen har en ad blocker installerad. **Coppermist** har som idé att användaren bjuder mot annonsörer som betalning för annonsutrymmet för att slippa annonser. **Newsquid** (Danmark) har en etablerad lösning med flertalet kunder. **New Broadcasting Entertainment Scandinavia** (Sverige) har också en "recover"-funktion dvs visar annonser trots att användaren har ad blocker installerat. **Ooyala** (Sverige) erbjuder endast lösningar för videoannonsering. **Klarna** erbjuder betalningsplattform (Sverige).

Alla produkter är förhållandevis nya på marknaden. Några är etablerade och några har ännu inga kunder/referenskunder.

Lösningar för **detection** och mer skulle kunna byggas internt eller av konsult. Frågan behöver utredas ytterligare.

Användande liksom tillhandahållande av ad blocker kan vara **illegalt** om sajten har ett system som blockerar innehåll för användare som har ad blocker installerad och/eller har betalgateway som ad blockern forcerar. Frågan behöver utredas ytterligare.

Några av systemen kräver "**back-end**" integration vilket är mer komplicerat och tidskrävande än "**front-end**" integration vilket enkelt sker med ett script. De system som använder back-end integration hanterar en större mängd av de användare som har ad blocker installerad än front-end integration som är lättare att gå förbi.

En del av de användare som har ad blocker installerad kommer inte att avinstallera pga av dessa system och åtgärder. Andra kommer att avinstallera endast baserat på vetskapen att användandet är **olagligt** eller **oetiskt** och några kommer att **betala för att slippa annonser**.

Målsättning har varit att samla in följande information från resp leverantör:

- Typ av teknisk lösning
- Bolagets namn och härkomst (land)
- Bolagets närvaro i Sverige
- Storlek (antal anställda i totalt) och omsättning
- Referenskunder internationellt – svenska kunder
- Tekniska krav för att kunna användas av publicisten
- Vilka plattformar fungerar den på som desktop, mobil och tablets
- Tidsåtgång för implementation
- Kompetensbehov och tidsinvestering hos publicist
- Affärsmodell – inkl. betalningsmodell
- Ev. avtalsformer
- Egna formulerade för- och nackdelar med systemet/verktyget

SOURCEPOINT

www.sourcepoint.com

Teknisk lösning: Ad Block Analytics, Ad Block Messaging Interface, Ad Block Ad Recovery, Ad Block Ad Recovery, Ad free web pass

Bolagets Namn och härkomst: Sourcepoint GmbH, Berlin Head office New York, US.

Antal anställda: 20

Omsättning: Okänt

Referenskunder: AuFeminin, Gruner & Jahr

Fungerande plattformar: Ad Block Ad Recovery, Ad free web pass and Ad Block Messaging Interface are Platform agnostic; Ad Block Ad Recovery DFP, Smart Adserver, OAS

Tidsåtgång implementation: 1-2 hours; Ad free web pass 5-10 hours, Ad Block Ad Recovery 30-50 hours, 1-2 weeks

Kompetensbehov och tidsåtgång hos publicist: Ad Block Ad Recovery 1-2 veckor.

Affärsmodell/betalningsmodell: Ad Block Analytics gratis; Ad free web pass Revenue share; Ad Block Ad Recovery CPM per recovered impressions; Ad Block Messaging Interface fixed fee per month.

Utlåtande av för och nackdelar: Integration i Back end kan vara komplicerad och ta tid. Fördelen är att användare med ad blocker installerad blockeras från innehåll till 100%. Företaget och systemen är etablerade och har kunder.

LAYERPAY

www.laterpay.net

Teknisk lösning: AdVantage är en client side adblocking detector som erbjuder användaren att välja mellan att antingen stänga av ad blockern eller att betala för att slippa annonser (i.e. för att accessa sajten med en aktiv ad blocker) med LaterPay. Integrationen av AdVantage görs via LaterPays Connector som endast kräver ett Javascript läggs in i innehållet på sidan. Integrationen kan därför göras enkelt. Inga andra resurser ska behövas för integrationen.

Andra steget är att konfigurera betalda produkter i Laterpays gränssnitt Connector (i.e. konfiguration av priser för annonsfri tillgång såsom för potentiellt betalt innehåll).

Connector-integrationen gör det möjligt att använda LaterPays modell för betalning oberoende av Advantage (i.e. om en sajtägare vill ta betalt för premiuminnehåll, så finns allt som behövs via Connector-integrationen).

Bolagets Namn och härkomst: LaterPay GmbH, Adress, land and huvudkontor: Auenstrasse 100, 80469 Munich, Germany

CEO och seniorteam: Cosmin Ene (CEO), Cornelius Baier (COO), Kristian Glass (CTO)

Styrelse: Adrian Bult, Marcel Krist, Cosmin Ene

Annan information: Grundat 2010

LaterPay's närvaror i Sverige bygger på personal som flyger in från tyskland och företaget representeras av Per Möller som bor i Stockholm. Hans roll är affärutveckling och koordination i sitt egenägda bolag Leadus AB, Nybrogatan 73, 114 40 Stockholm.

Antal anställda: LaterPay har 22 anställda som jobbar med teknik, affärsutveckling, försäljning, produktutveckling, projektledning, marknadsföring och ekonomi.

Företaget har 10 miljoner euro i investerat riskkapital från 10 olika investerare och grundare. Investerare är VD och grundare sam bolag inom telekommunikation, spel och Internetsektorn.

Omsättning: okänt

Referenskunder: Essen und trinken: <http://www.essen-und-trinken.de> (3.5 mil. unique users in Dec 15)

Example for AdVantage integration (with active adblocker only): <http://bit.ly/1VzNh47>

Sport1: <http://www.sport1.de/> (2.9 mil. unique users in Dec 15)

Example for AdVantage integration (with active adblocker only): <http://bit.ly/1U6HjbB>

Living at Home: <http://www.livingathome.de/> (1.1 mil. unique users in Dec 15)

Example for AdVantage integration (with active adblocker only): <http://bit.ly/1SSfP6O>

Geo: <http://www.geo.de/> (730 k unique users in Dec 15)

Example for AdVantage integration (with active adblocker only): <http://bit.ly/1VzOloK>

Schöner Wohnen: <http://www.schoener-wohnen.de/> (700 k unique users in Dec 15)

Example for AdVantage integration (with active adblocker only): <http://bit.ly/1q8Gltv>

Source unique users: <https://www.agof.de/>

Referenser för kontakt: Patrick Fischer: Chief Executive Officer Sport1

Oliver von Wersch: Managing Director Growth Projects & Strategic Partnerships at Gruner & Jahr Digital

Tekniska krav på publicisten: Det finns inga specifika tekniska krav på sajtägare eller användare. Men det rekommenderas att ha en diskussion med LaterPay före integrationen så att AdVantage är implementerat på ett sätt som fungerar med existerande statistik och analysverktyg.

Fungerande plattformar: Alla desktop and mobila webbläsare fungerar med AdVantage, inklusive LaterPays betal funktionalitet.

Kompetensbehov och tidsåtgång hos publicist: LaterPay Connector (integrationsmetoden för AdVantage) kan implementeras på en dag inklusive anpassning och testning. Detta under förutsättning att dialogrutornas layout har bestämts och godkänts av sajtägaren. Geo.de t.ex implementerade LaterPay på en timme och gick live en dag efter implementationen.

Affärsmodell/betalningsmodell: LaterPay angriper två stora problem online publishing

industrin just nu ställts inför: Hantering av användare som har ad blocker och ta betalt för innehåll.

Med AdVantage erbjuder LaterPay användarna ett juste val mellan att antingen stänga av ad blockern och därmed "betala" genom annonser eller att direkt betala för annonsfri tillgång till innehåll. LaterPay's betalmodell för innehåll har också en verktygslåda för olika typer såsom betalning per användning, betalning per tidsenhet eller mikrobetalningar.

Affärsmodellen för AdVantage (i.e. adblocking detection system) är baserad på en startkostnad och en månadsavgift beroende på sajtens storlek. Den integrerade lösningen för betalt innehåll (inklusive AdVantage betalningar för annons-fri access), kostar 15% av den genererade intäkten.

Betalning och Clearing: LaterPay erbjuder ett bekvämt betalningsflöde och snabba utbetalningar.

Access Control: LaterPay administrerar användarinformation som innebär att en användare har köpt en något och om accessen fortfarande är valid.

Användarfakturering: LaterPay aggregerar användarens köp på olika sajter till en faktura.

FairTrack Tracking: FairTrack user tracking identifierar användare genom ett pålitligt och privacy-compliant sätt.

Fakturering: Systemet skickar automatiskt ut fakturan till användaren på uppdrag av sajtägaren.

Kreditfaktura: Sajtägaren får en kredit faktura med varje utbetalning.

Momshantering: LaterPay säkerställer att rätt momsats används och att sajtägarna får all momsinformation som behövs.

Säljstatistik och användardata: "Handelsgränssnittet" ger användbar sälj och intäktsstatistik och LaterPay tillhandahåller grundläggande användardata till sajtägare (enligt gällande lagstiftning).

Administrationsverktyg: Konfiguration av sajtägaren kan utföras i webbgränssnitt och användare kan administrera sitt användarkonto i ett personligt back-end gränssnitt.

Security: LaterPay-plattformen följer den högsta säkerhetsstandarden (PCI-DSS compliance, SSL Encryption, Fraud Management).

Villkor: Gällande AdVantage-mjukvaran faktureras startavgiften vid upprättande av formellt

kontrakt mellan Laterpay och sajtgäaren. Månadsavgifterna faktureras mot slutet av varje månad med villkor 30 dagar.

Gällande betalt innehåll (inklusive AdVantage-betalningar för annonsfri access), skickar systemet automatiskt ut fakturor till användarna på uppdrag av sajtgäaren efter varje betalning.

LaterPay gör utbetalning varje vecka baserat på användare som betalat de senaste 30 dagarna. Sajtgäare får enkreditfaktura och kopior på alla användarfakturor med varje utbetalning. LaterPay drar automatiskt av 15% provision.

Betalningsmodell: Med AdVantage-lösningen, kan användare köpa en AdVantage "Time Pass" för tidsbegränsad annons-fri access. Sajtgäaren kan välja mellan Single Sale (användaren betalar direkt) eller Pay per Use (PPU; LaterPay aggregerar användarens köp på alla Laterpay-anslutna sajter till en faktura och ber användaren att betala när ett belopp om 5 EUR eller motsvarande summa i SEK. Om användaren inte betalar fakturan när beloppet är uppnått kan LaterPay inte längre användas av användaren på någon sajt som har lösningen implementerad.

LaterPay's betalningsflöde är som följer: Användaren godkänner användandet av LaterPays system för att få tillgång till digitalt innehåll e.g. tidningsartiklar eller videos. Användaren har möjlighet att ta del av innehåll från alla sajtgäare som erbjuder LaterPay.

I Pay Per Use-modellen, LaterPay triggas clearingens så fort användaren har nått 5 EUR eller motsvarande i SEK. Tills dess, aggregerar LaterPay information om användarens konsumerade innehåll i bakgrunden.

I "single sale"-transactions, triggas clearingens omedelbart. Detta är tillfället då användaren blir tillfrågad om att registrera sig och sina betalningsuppgifter.

LaterPays betalningspartner, Wirecard, initierar clearingens och det förfallna beloppet debiteras användaren på det betalningssätt som användaren har valt.

LaterPay trigger då utbetalningen till sajtgäaren (85%) och LaterPay (15%), utbetalningen utförs följaktligen av Wirecard.

LaterPay's partner Wirecard är en av de ledande internationella betalplattformarna, med koppling till över 200 internationella betalnätverk och ha över 20,000 kunder från varierande branscher.

Avtalsform: Sajtägare såväl som användare ingår ett avtalsförhållande med Laterpay och LaterPay's betalningsleverantör Wirecard.

För AdVantage är minsta kontraktslängd 12 månader för sajtägare. För användande av endast LaterPay paid content funktionalitet (i.e. utan ad blocker detection software) finns ingen minsta kontraktslängd. För användare, finns det generellt ingen minsta kontraktslängd.

Utlåtande av för och nackdelar: Etablerat med bevisligen fungerande system och resultat med namnkunniga referenser i Tyskland. Lätt att implementera med script i Front end. Front-end lösning kan släppa igenom användare ad blockers lättare än en back-end integration.

KLARNA

www.klarna.com

Teknisk lösning:

Mikrobetalningar

Bolagets Namn och härkomst: Klarna Sverige

Huvudkontor i Sverige

Antal anställda: 1400. Omsättning: 2,2 miljarder (2014)

Referenskunder: Bonnier News

Utlåtande av för och nackdelar: Etablerad aktör med fungerande system och namnkunniga referenser. Har dock ej lösning med koppling till ad blockers idag.

NBES

www.nbes.se

Teknisk lösning: NBES har två lösningar den ena heter adway och den andra heter adway+. Adway är en sofistikerad blockeringstjänst för användare med ad blocker. Den stänger ute användaren genom att blockera direktkontakt med innehåll. En vidarelänkning görs som ej går att blockera då den ligger dold. Det är enkelt att lägga in en betalösning från exempelvis klarna som arbetas med att integrera redan från början. Förutom sajternas egna statistik kan bounce rate kollas av för att se flödet. Det finns även ett verktyg där vi övervakar och analyserar reaktioner i sociala medier som läser av reaktioner från användarna.

Adway+ är en tjänst som kringgår reklamblockerare och kan visa alla typer av annonser som det var tänkt. Den är även flexibel på så vis att den kan visa andra annonser, färre annonser eller för just en typ av browser eller device. Det går även att lägga in en betalruta från tredje part som kan mäta statistik på (som en banner) där man kan hänvisa läsaren till att betala för att antingen kommer man att bli blockerad eller få se annonser. Detta är en tjänst som tar ca 1 timme att lägga in och kommunicerar med våra servrar. Annonserna visas med en typ av kryptering.

Bolagets namn och härkomst (land): New Broadcasting Entertainment Scandinavia AB, Sverige. 556895-3227

Bolagets närvaro i Sverige: Stockholm, Sverige.

Storlek (antal anställda i totalt) och omsättning: 10

Referenskunder : 10 anställda. Samt ett antal konsulter som arbetar med oss vi hög belastning. Förväntad omsättning 12 miljoner 2016. Metro - Maria Grip, NTM - Mikael Lundin, Schibsted - Anders Nylander. Utomlands är det fortfarande hemligt.

Tekniska krav: Färdiga manualer och en junior utvecklare/systemvetare kan lägga in våra script som kommunicerar med vår mjukvara.

Fungerande plattformar: Fungerar på alla olika enheter/plattformar.

Tidsåtgång för implementation: Max 1 timme.

Kompetensbehov och tidsinvestering hos publicist:

Junior utvecklare, en timmes arbete både för adway+ och adway. Vid avancerade fall med speciellt sajt kan det krävas upp till 4 h för adway+.

Affärsmodell – inkl betalningsmodell: För adway - En månadskostnad på 5000 kr/månad per domän. 3500 kr per extra domän.

Adway+ mellan 20-40% av ökade annoninstäkter (visningar för

Adway+ adblockanvändare genom ett snitt-CPM)

Avtalsformer: Minimum 6 månaders kontrakt med adway+ och 12 månader med adway.

Utlåtande av för och nackdelar: Etablerad aktör men systemet är nytt och oprövat.

NEWSQUID

www.newsquid.com

Typ av teknisk lösning: En ren frontend baserad javascript tracking och blockeringslösning med separat hostad dashboard som ger insikt i adblock-användarnas beteende och möjlighet till A/B testing och betalningsmodul.

Bolagets namn och härkomst (land): Newsquid ApS, Danmark

Bolagets närvaro i Sverige: Ingen närvaro i Sverige.

Storlek (antal anställda i totalt) och omsättning : 6 anställda:

- Christoffer Pedersen, CEO og backend udvikler
- Morten Dines, CCO
- Martin Bech, CTO, backend udvikler
- Mikkel Larsen, backend udvikler
- Morten Roed Frederiksen, backend udvikler
- Anders Enghøj, frontend udvikler
- Liten omsättning.

Referenskunder: Både Aller, Egmont och MTG använder Newsquid Adblock Detector.

Följande sajter använder vår lösning permanent eller i periodvia: Elle.dk, Se og hør, bloggersdelight.dk, jubii.dk, avisen.dk, tv2.dk, tv3play.dk, tv3sport.dk, Ekstra Bladet (eb.dk), lokalavisen.dk, Dagens.dk, Krak.dk, Nordjyske.dk, tipsbladet.dk, localeyes.dk, mmm.dk, Boligliv.dk og Euroman.dk

Tekniska krav för att kunna användas av publicisten : Ett script läggs in på sajten.

Fungerande plattformar: desktop, mobil och tablets - Allt med en browser, dvs. både på desktop, mobil och tablets.

Tidsåtgång för implementation: Beror på önskemål om anpassningar, men oftast görs det på några minuter.

Kompetensbehov och tidsinvestering hos publicist : Dashboard'et er den eneste onboarding og det er intuitivt og nemt. Inga större utbildningsbehov.

Affärsmodell – inkl betalningsmodell : Utgångspunkten är 999 DKK per domän för de första 5 milj. sidvisningarna, därefter 100 DDK/milj. sidvisningar.

Utlåtande av för och nackdelar: Etablerad aktör med fungerande system och namnkunniga referenser.

OOYALA

www.ooyala.com

Teknisk lösning: Ooyala anti-ad block teknologi kringgår ad blockers — frigör inventory, och levererar the video såsom videoannons.

Bolagets Namn och härkomst: Företaget grundat 2007. Företagets huvudkontor 4750 Patrick Henry Dr, Santa Clara, CA, 95054, United States

Market Share i % Fler än 50% av alla broadcasters i Europa är kunder till Ooyala (AdTech and online video player technology). Ooyala opererar som en helt oberoende dotterbolag till Telstra, med en egen styrelse och med möjlighet för anställda att bli aktieägare.

Ooyala har en stark marknadsposition i Norden och specifikt i Sverige sen uppköpet av det svenska företaget Videoplaza. I Stockholm har Ooyala en substantiell utvecklings-hub, serviceteam, finansteam sälj och account management. Ooyala är väletablerad som ledaren inom området för "NewTV" och områdesansvarig är också ordförande i IABs Video Taskforce.

Antal anställda: Ooyala har ca 550 heltidsanställda. Ooyala är ett helt oberoende dotterbolag till Telstra Corporation Limited, Australiens största tele and mediabolag. Telstra Corporation Limited handlas publikt på den Australiensiska börsen och har en market cap på USD \$62 Billion årlig intäkt på USD \$20 Billion.

Referenskunder: Det flera broadcasters, mediagrupper och newTV-spelare globalt som litar på Ooyala's teknologi: RTL (Tyskland), Vice (US), Bonnier Group (Sverige/Finland), Canal+ (France), ESPN (US), StarIndia (Indien), STV (Scotland) and Schibsted (Norge).

Tekniska krav på publicisten: Anti-ad blocker-plugins för videoannonser kan användas i sajtägarens Flash eller HTML5 videospelare mot deras ad server. Plugins till ett antal videospelare (OVPs) som kan användas mot ett gäng olika ad servers.

Fungerande plattformar: Desktop, mobil och tablets (Flash&HTML5).

Kompetensbehov och tidsåtgång hos sajtgämare: Sajtgämare behöver bara investera några timmar av sin tid. Det krävs en teknisk kunnig hos sajtgämare som kan lägga till pluginet i spelaren och en ad ops person som kan lägga till en styrning och sätta upp en rapport i sin ad server.

Tidsåtgång för implementation: Total tidsåtgång på en vecka för att sajtgämarens ad ops- och teknik-avdelningar ska hinna bli redo. Sedan brukar vi köra igång lösningen med en utvärdering av resultatet efter ca 1-2 veckor.

Affärsmodell/betalningsmodell: CPM modell där vi enbart tar betalt för levererade impressions via vår anti-ad block lösning, dvs impressions som annars sajtgämare inte har.

Avtalsform: Erbjuder en helt riskfri modell, Pay-As-You-Go, där man enbart tar betalt för levererade impressions. Det finns ingen uppstartskostnad eller krav på antal levererade impressions. Sajtgämare kan när som helst stänga av utan några som helst kostnader. Man erbjuder också en commit-modell där man kan köpa ett antal impressions för ett år till en lägre CPM-kostnad.

Utlåtande av för och nackdelar: Etablerad aktör med fungerande system och namnkunniga referenser. Endast för video.

COPPERMIST

Teknisk lösning: Läsaren köper sig fri från reklam. Läsaren bjuder mot annonsörer.

Intäkterna går till publicist och eller annonsnätverk.

Bolagets Namn och härkomst: Coppermist Sverige Huvudkontor i Stockholm

Antal anställda: Startup

Utlåtande av för och nackdelar: Ej etablerat som företag och produkt. Inga referenskunder.

YTTERLIGARE AKTÖRER

Pagefair – www.pagefair.com

Secret Media - www.secretmedia.com

PayIQ – www.payiq.se

Nya aktörer dyker upp hela tiden med lösningar mot adblockers.