

Holger Bleich, Ronald Eikenberg

„Promote-Bitches“

Interne Mails bekräftigen Abzock-Verdacht gegen Dating-Plattform Lovoo

Eine neuerliche Analyse von Dokumenten, die dem c't-Magazin zugespielt wurden, erhärtet den Verdacht, dass die große Dating-Plattform Lovoo ihren männlichen Nutzern systematisch mit erfundenen Profilen das Geld aus der Tasche gezogen hat. Ein leitender Mitarbeiter von Lovoo nannte die Fake-Profilen demnach „Promote-Bitches“, die „Credits anschaffen“.

Wir berichteten in c't 21/15 über den Verdacht der Abzocke auf der Dating-Plattform Lovoo [1]. Uns zugespielte E-Mails deuten darauf hin, dass die hierzulande erfolgreichste Online-Flirtbörse virtuelle Nutzerinnen angelegt hat, die männliche Kunden zu teils kostenpflichtigen Interaktionen veranlasst haben. Bei einer erneuten und vertiefenden Sichtung des sehr umfangreichen Materials stießen wir auf weitere Mails, die anscheinend aus der Lovoo-Führungsriege stammen und den Abzock-Verdacht bestätigen.

Lovoo hat die Authentizität des belastenden Materials nicht bestätigt, allerdings auch nicht bestritten. In der Tat können Manipulationen bei derart übermittelten Dateien nie ganz ausgeschlossen werden, sodass auch Manipulationen an den in diesem Artikel nachfolgend wiedergegebenen Mails nicht ganz ausgeschlossen sein können. Wir haben jedoch keine Hinweise auf eine mangelnde Echtheit bei der Analyse des Materials entdecken können.

Das Projekt, virtuelle Nutzerinnen zur Umsatzsteigerung zu generieren, trägt diesen Mails zufolge intern den Namen „Tu Gutes“ und startete im Sommer 2013. Die angelegten Fake-Profilen („Promoter“) wurden demnach vom System angewiesen, Profile männlicher Nutzer zu besuchen und positiv zu bewerten. Will der Nutzer erfahren, wer sich für ihn interessiert, muss er die Information mit der virtuellen Währung „Credits“ freischalten oder ein Abo abschließen.

„Angeschaffte Credits“

In einer der uns zugespielten Mails meldete ein leitender Mitarbeiter von Lovoo kurz nach dem Start von „Tu Gutes“, am 17. Juni 2013, unter anderem an den Firmenchef Benjamin Bak, wie erfolgreich das Experiment mit zunächst zehn Fake-Profilen anlief:

„Ich würde sagen, dass von Credits in Euro umgerechnet im Schnitt so ein tu gutes Profil 75 Euro machen kann auf 1000 Votes. Wenn man noch Retention & Sponsorpay etc. drauf rechnet, kommt es sicher an die 100 ran. Ich seh natürlich nicht, ob das jetzt VIP's oder so waren mit topchat und listen. Würden bedeuten, dass wir mit den 10 Profilen ca. 1000 Euro

mehr gemacht haben. Das kann ich mir durchaus vorstellen. @ DAVE: bitte aktiviere diese Woche die restlichen 90 profile.“

Lovoo-Chef Benjamin Bak antwortete laut der Mail-Korrespondenz wenige Stunden später:

„Wir haben letzte Woche wieder die Top Woche Umsatz erreicht. Der Top Tag war Pfingst Sonntag. Also weiter so. Android holt immer weiter auf.“

Ein leitender Mitarbeiter schickte tags darauf eine Umsatzaufstellung für die zehn Promoter-Konten in die Runde:

„Hier noch mal n kleine Übersicht über die angeschaffte Credits die User für die Promote-Bitches ausgegeben haben (unlock,topchat,kisses,gifts,readconfirm)“

Ein „Credit“ kostet die Nutzer aktuell bis zu 1,33 Cent. Die in der Mail angegebene Gesamtsumme von 68 648 Credits, welche die zehn Profile in vier Tagen mutmaßlich eingefahren haben, entspricht nach heutigem Kurs bis zu 913 Euro. Am 20. Juni 2013 schrieb ein anderer leitender Mitarbeiter:

„Nun, wir wollen diesen Monaten mit allen Mitteln noch mehr Umsatz haben, aber jetzt alles auf die Promoter zu schieben kann auch nicht die Lösung sein! Wie sieht's mal wieder mit ner spezial Credit / VIP Aktion aus?“

Die Antwort aus dem Management:

„Wir müssen es erstmal mit den Promotern probieren, 100 Votes pro Stunde ist recht wenig. Mach mal 500 pro stunde/promoter!! = 12.000 pro promoter am tag = 600.000 Votes pro Tag / Allover.“

Am 17. Juli schickte eine Analytikerin des Unternehmens eine Mail mit dem Betreff „Umsatz-Forecast Juli“ ans gesamte Management:

„Hallo an alle, der Forecast in Bezug auf die user-generierten Revenues sieht sehr gut aus. (Siehe Anhang) Ich bin von einem MAU-Wachstum von 10% ausgegangen, was wir letzten Monat hatten. Ich denke aber, dass das MAU-Wachstum durch die hohen Registrierungszahlen tendenziell höher ist und wir unsere KPIs halten, aber nicht übertreffen, werden.“

MAU steht unseren Informationen zufolge für „Monthly Active User“, also die Anzahl der aktiven Nutzer in diesem Monat. Chef Benjamin Bak antwortete:

„Mindestens 10% muss es schon sein. Also GO Direktvertrieb!“

Daraufhin ergänzte ein führender Mitarbeiter aus dem Marketing nun lediglich an einen kleineren Kreis:

„+ Tu Gutes noch leicht auf 15% anheben für die letzten 10 tage Juli!“

Wir fanden E-Mails, in denen von einem erfolgreichen Rollout von „Promoter“-Accounts in Großbritannien und in der Schweiz berichtet wurde („Alter schwede, wenn du das auf dem level weiter machst, können wir viel viel schneller wachsen als gedacht. ungefähres spending zu den 5 Tagen – ios & android: 14 k Euro“). Außerdem enthielten einige Spreadsheet-Anhänge konkrete Zahlen, aus denen hervorgeht, wie viel Zusatzumsatz jeder der mittlerweile Hunderte Fake-Accounts mit künstlich erzeugten Nutzer-Interaktionen generieren soll.

Tu Gutes für die USA?

Dem uns zugespielten Material zufolge hatte Lovoo am 24. Juli 2014 um 18:15 eine Besprechung geplant, in der es unter anderem um die Zukunft von „Tu Gutes“ gehen sollte. Einer der Punkte auf der Tagesordnung:

„Promoter lesen oder löschen eingehende Nachrichten (wäre cool wenn kurz vor dem Lesen noch ein Profilbesuch ausgelöst wird)“

Wie lange das Programm „Tu Gutes“ nach alledem lief und ob es heute noch läuft, ist unklar. Anhand der uns zugespielten Mail-Archive konnten wir allerdings nachvollziehen, dass es auch noch im Jahr 2015 aktiv gewesen ist und sogar ausgebaut werden sollte: So schrieb unseren Informationen zufolge Benjamin Bak am 6. Januar dieses Jahres:

„Aber die Usage in US ist echt ekelhaft. Wir können TU gutes + das neue Chatbanana dann auch in US starten wenn wir in UK voll loslegen.“

Am 23. Januar 2015 schickte die oben erwähnte Analytikerin den Tagesbericht für den Vortrag an Lovoo-Chef Benjamin Bak:

„Tu Gutes läuft seit dem 20.01. wieder auf hohem Niveau. Die Freischaltungen sind damit wieder gestiegen, aber sie schwächeln dennoch noch etwas.“

Kurz darauf vermeldete der „Lead System Architect“ von Lovoo:

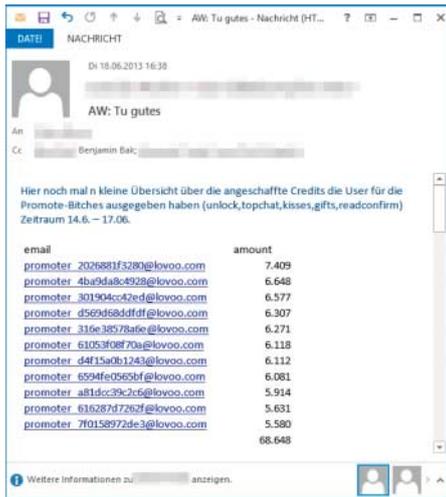
„Nur noch mal als Status Info. Promoters laufen seit dem 21. wieder zu 100%.“

Chat-Banane

In den uns zugespielten Archiven stießen wir auch auf Mails, welche die Entwicklung des Chatbot-Systems „Chat Banana“ dokumentieren. Erstmals Erwähnung findet das Projekt im September vergangenen Jahres. Konkret wurde es offenbar am 20. Oktober 2014: Ein Lovoo-Manager schickte eine „Zusammenfassung für die Banana“ an seinen Chef Benjamin Bak:

„ – Conversations bis 15 Messages * 2 – Maximal 2 parallele Bananas aktiv mit einem Nutzer (am besten) – 100 Charaktere – Antworten auf Standard-Fragen o Gegenfragen – Tier Down Strategie o Anschreiben bei Matches –

Anzeige



Kurz nach dem Start der proaktiven Fake-Profile von „Tu Gutes“ fasste einer der Lovoo-Gründer erste Erfolgsergebnisse zusammen.

Matches selbst anschreiben – UK Challenge – Test Liverpool vs. Manchester – 33% auf 45% Retention erhöhen – Erst in English – Idee Basti – Wenn nicht erkannt, nicht antworten oder Frage oder „Nein...wirklich...erzähl mir mehr“ – Direkt nur die ersten paar Wechsel aus der DB nehmen... Nur aus richtigen Wörtern + Synonymen...Kein Problem wenn gute Schreibweise...später Dialekte o.ä. – Deadline für „B-One“ 10.11.14“

Eine Woche später meldete sich ein externer Entwickler aus Darmstadt zum Thema Chat Banana zu Wort, den Lovoo mutmaßlich mit der Umsetzung beauftragt hat:

„Allerdings bräuchte man meiner Einschätzung nach wohl mindestens 100.000 Chat Nachrichten um je ein Modell zu trainieren. D.h. ein Modell würde sich nicht aus einem User ergeben, sondern vielleicht 10 oder 100. (Ich gehe mal davon aus niemand schreibt 100.000 Nachrichten bei euch ;-))“

Ich habe jetzt ein bisschen gegoogled, ob es irgendwo brauchbare öffentliche Chat Logs gibt, aber da habe ich nur IRC Logs gefunden, die selten ein 1:1 Gespräch abbilden.

Könnt ihr mir ein paar Chat-Protokolle zur Verfügung stellen?“

Lovoo stellte dem Entwickler daraufhin anscheinend Chat-Mitschnitte von Nutzern aus Deutschland und England als Datenbankexport im CSV-Format zur Verfügung:

„im Anhang ist ein Nutzer. Mal als user, mal als second_user. Sind an die 8k Nachrichten wo dieser User beteiligt ist. Ich glaube noch schreibfreudigere User sind schwer zu finden, zumindest aus England :D Ich freu mich über updates ;)“

Am 6. November meldete der Entwickler an Lovoo: „Das sind jetzt ca 250k Chat Messages. Ich denke das reicht auch völlig aus für das Projekt.“ Die Entwicklung kam anscheinend schnell in Fahrt. Am 22. Dezember vergangenen Jahres schrieb der externe Programmierer an Lovoo: „Insgesamt stehen derzeit 9731 Accounts in UK zur Verfügung

(Accounts->all)“. Eine erste Analyse, wie sich der Einsatz der Chatbots auf das Einkaufsverhalten der englischen Nutzer auswirkt, schickte der beteiligte Lovoo-Manager am 6. Januar 2015 an seinen Chef Benjamin Bak.

„Das ganze sieht sich an, ob die Nutzer nachdem er mit einer Banana in Kontakt war (incoming oder outgoing message) am gleichen Tag was gepurchased hat. Dann vergleicht es den durchschnittlichen Purchase/Nutzer mit dem Purchase/Nutzer der Nutzer die Kontakt mit einer Banana hatten. Die Differenz wird als Promoter Win gesehen. Da der deutlich hoch geht seit Anfang Dezember, zähle ich das als Banana Win...“

Ende Januar 2015 erwähnte der am Banana-Projekt beteiligte Lovoo-Manager, dass über 16 000 Agents im Einsatz sind. Ob die Chat Banana auch in Deutschland aktiv war oder ist, geht aus unseren Unterlagen nicht hervor.

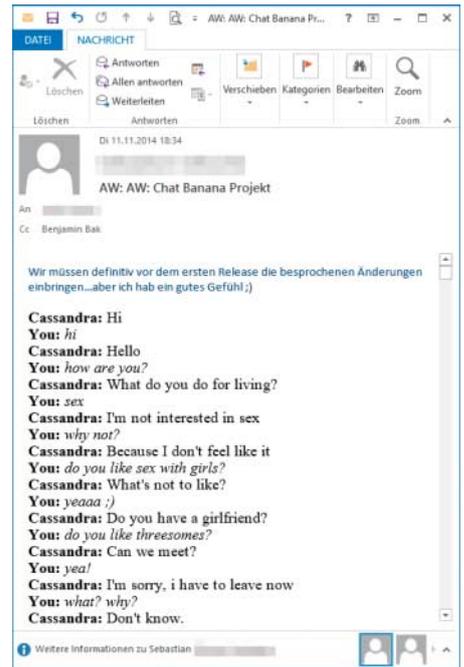
Mit Fakes gegen Spam?

Vor Veröffentlichung des Artikels „Herzensbrecher“ in Ausgabe 21/15 bat c’t das Unternehmen mehrfach um eine Stellungnahme. Doch erst nach der Veröffentlichung bestritt Lovoo gegenüber anderen Medien die Vorwürfe. c’t habe die im Artikel zitierten Passagen aus internen Mails „falsch verstanden und fahrlässig in einen anderen Zusammenhang gestellt“. In Wahrheit sei es darin um „Anti-Spam-Initiativen“ des Unternehmens gegangen. Lovoo habe c’t mehrfach angeboten, die entstandenen Fragen des Magazins in einem Pressegespräch zu beantworten sowie die technische Anti-Spam Abteilung des Unternehmens zu besuchen und mit den dortigen Softwarespezialisten zu sprechen.

Diese Darstellung von Lovoo entspricht nicht den Tatsachen. Tatsächlich hat die Lovoo GmbH keine unserer konkreten Fragen beantwortet. Ein „Pressegespräch“ hat man uns nicht angeboten. Angeboten wurde ein „persönliches Hintergrundgespräch in den Räumlichkeiten [von Lovoo]“ in vertraulichem Rahmen. Zu keinem Zeitpunkt hat die Lovoo GmbH eine Anti-Spam-Initiative und/oder eine Anti-Spam-Abteilung des Unternehmens erwähnt. c’t hat der Lovoo GmbH E-Mail-Auszüge zur Prüfung der Authentizität vorgelegt. Die ausdrückliche Frage nach der Echtheit der Unterlagen wurde bis zum Druckschluss der vorliegenden c’t-Ausgabe nicht beantwortet.

Mehrere Lovoo-Nutzer leiteten uns eine Antwort des Lovoo-Supports weiter. Sie hatten dort nachgefragt, was es mit der Darstellung von c’t auf sich habe. In der Antwort heißt es wörtlich: „Vor einigen Jahren gab es bei LOVOO zwei interne, getrennt arbeitende Teams von denen eins Spam-Aktionen simulierte, das zweite diese erkennen und bekämpfen sollte. Diese sogenannten ‚Promoter-Teams‘ gibt es nicht mehr, da wir auf Basis der damals gewonnen Erkenntnisse unsere Anti-Spam-Software entwickelt haben (u. a. ein selbst lernender Algorithmus).“

Wir suchten in den uns vorliegenden E-Mail-Archiven daraufhin nach Hinweisen, die



Am 11. November 2014 präsentierte der von Lovoo beauftragte Entwickler den Status der Chatbot-Intelligenz. Anfang 2015 waren anscheinend über 13 000 Chatbots auf der Flirt-Plattform unterwegs.

diese Erklärung für die Existenz von „Promoter“-Profilen stützen – wir fanden keine. Zur Erinnerung: Bei den uns zugespielten Archiv-Dateien handelt sich um mehrere Kopien von Exchange-Postfächern der Führungsebene Lovooos im PST-Format. c’t hat bislang keinerlei Hinweise auf eine Manipulation dieser Archive in der Gesamtgröße von mehr als 50 GByte entdeckt.

Die Behauptung Lovooos, es habe lediglich „vor einigen Jahren“ sogenannte „Promoter“-Teams gegeben, konnten wir anhand der uns zugespielten Mail-Archive nicht nachvollziehen – insbesondere nicht den Zeitbezug. Das „Tu Gutes“-Projekt lief laut dem vorliegenden Material auch 2014 und 2015 weiter und wurde sogar beständig optimiert. Wir baten Lovoo am Dienstag, den 22. September 2015, erneut um Erläuterungen. Doch das Unternehmen lehnt eine schriftliche Stellungnahme gegenüber c’t weiterhin ab.

Auch eine Erklärung dafür, dass Lovoo kurz nach unserer ersten Anfrage Profile in erheblichem Umfang von der Plattform entfernt hat, bleibt das Unternehmen schuldig. Ab dem 12. September tauchten Fake-verdächtige Profile plötzlich nur noch als „Gelöschter Nutzer“ auf. Mittlerweile sind die „Gelöschten Nutzer“ komplett entfernt. Viele Leser bestätigten nach der Veröffentlichung diese Beobachtung. (hob@ct.de/rei@ct.de)

Literatur

[1] Holger Bleich, Ronald Eikenberg, Heiko Frenzel, Torsten Kleinz, Herzensbrecher, Dating-Plattform Lovoo im Fake-Verdacht, c’t 21/15, S. 70