



netidee

PROJEKTE

DETECT

Zwischenbericht | Call 15 | Projekt ID 5083

Lizenz: CC-BY

Inhalt

Einleitung.....	3
Status der Arbeitspakete.....	4
Arbeitspaket 1 – <i>Detailplanung und Formales am Projektstart</i>	4
Arbeitspaket 2 - <i>Gamification</i>	4
Arbeitspaket 3 – <i>Community Integration</i>	8
Arbeitspaket 4 – <i>Entwicklung Browser-Plugin Umsetzung</i>	10
Arbeitspaket 5 – <i>Dissemination und Verwertung</i>	13
Umsetzung Förderauflagen.....	16
Zusammenfassung Planaktualisierung	16
Öffentlichkeitsarbeit/ Vernetzung.....	17
Eigene Projektwebsite.....	17

Einleitung

Wie schon in den Jahren zuvor, kam es im Jahr 2020 zu einem starken Anstieg der Internetkriminalität in Österreich. Ein starker Zuwachs (26,3%) wurde bei den Strafanzeigen zu Internetbetrug im weiteren Sinne verzeichnet, ebenso ein Anstieg der Anzeigen zu Internetbetrug im engeren Sinne (11,6%) wie das Bundesministerium für Inneres berichtet.¹ Internetbetrug nimmt zu, aber die Aufklärungsrate sinkt. Diese lag noch bei 55,3% im Jahr 2010, sank jedoch auf 35,8% im Jahr 2019.²

Die häufigste Betrugsart dabei ist der Bestellbetrug, auf VerkäuferInnen wie KäuferInnen-Seite. Jemand bestellt etwas oder verkauft etwas, erhält jedoch keine Ware oder keine Zahlung für eine gelieferte Ware. E-Commerce wird zunehmend bedeutsam, eine Entwicklung, die von der Corona-Pandemie beschleunigt wurde. Es ist einfacher geworden in den Online-Handel einzusteigen, weil z.B. „Do-it-yourself“-Shopsysteme es mit einigen Klicks möglich machen einen professionell wirkenden Onlineshop herzustellen. Das spielt auch Betrügern in die Hände, welche mit einem professionellen Webauftritt und verlockenden Angeboten KonsumentInnen in die Irre führen. Ist das Geld jedoch erst einmal überwiesen, ist es in Fällen von Bestellbetrug jedenfalls verloren.

Diese Entwicklungen unterstreichen die Wichtigkeit von Maßnahmen zur Aufklärung und Prävention Bestellbetrug. Als Team haben deshalb das AIT, ÖIAT gemeinsam mit X-NET Services nach zwei Jahren erfolgreich die Beta-Version eines Browser-Plugins zur Fake-Shop Detektion mittels KI zum Echtzeitschutz für KonsumentInnen entwickelt.³ Dieses Tool soll nun mittels Gamification zu einem Community Tool ausgebaut werden, das beim Aufdecken von Internetbetrug unterstützt.

Die zwei wichtigen Ziele des Projekts „DETECT“ sind die Erhöhung der Erklärbarkeit der Künstlichen Intelligenz und Transparenz der Einschätzungen. Dafür soll Gamification gezielt eingesetzt werden, um den Usern die hinter dem Fake-Shop Detector stehenden Technologien und Konzepte näherzubringen. Wir wollen in einem transparenten und spielerischen Prozess die Mechanismen hinter der Fake-Shop Suche und Erkennung erklären, sowie die Arbeitsschritte, die nicht automatisierbar sind auf die Community verteilen.

¹ <https://www.bmi.gv.at/news.aspx?id=41357950726156702B756B3D>

² https://www.rechnungshof.gv.at/rh/home/home/004.766_Cyberkriminalita_t.pdf , S.23

³ www.fakeshop.at

Angesprochen werden sollen dafür interessierte und hilfsbereite UserInnen, die sich für die Funktionsweise des Fake-Shop Detectors interessieren und mehr über Machine Learning erfahren wollen. Im Folgenden werden die Tätigkeiten bis zur Zwischenabrechnung kurz beschrieben.

Status der Arbeitspakete

Arbeitspaket 1 – *Detailplanung und Formales am Projektstart*

Die folgenden Tätigkeiten wurden im Arbeitspaket 1 durchgeführt: Regelmäßiges Controlling, Planung und Durchführung von regelmäßigen (zweiwöchig) Meetings, Formulierung des Zwischenberichts. Zudem wurde ein Kick-Off Workshop zum Projektbeginn unter Beteiligung von AIT und ÖIAT durchgeführt.

Arbeitspaket 2 - *Gamification*

Die folgenden Tätigkeiten wurden im Arbeitspaket 2 durchgeführt: (1) Die Bedarfserhebung, (2) die Recherche und Bewertung von Gamification-Konzepten, (3) die Konzeptentwicklung und (4) die Mockup-Erstellung.

Die Erhebung des Bedarfs legte den Fokus auf den inhaltlichen Beitrag, den User dazu leisten könnten die Qualität der KI-Bewertungen von Onlineshops zu verbessern – die Chance dabei wäre, dass über eine Vielzahl von Bewertungen der Einschätzungen durch KI die Qualitätssicherung, die derzeit manuell durch das Team der Watchlist Internet in der Datenbank des Fake-Shop Detectors durchgeführt wird, massiv erweitert werden könnte. Gleichzeitig liegt die Herausforderung darin, dass die Tätigkeiten, die inhaltlich notwendig wären, sich nicht decken mit jenen, die aus Sicht von Usern interessant sein könnten. Während diese z.B. motiviert sein könnten von dem Interesse mehr über Betrugsseiten zu erfahren und auch Fake-Shops selbst aufzudecken, gibt es die Notwendigkeit im großen Stil die Bewertungen von seriösen Onlineshops durch die KI zu verifizieren bzw. falsifizieren.

Workshop 1

Am 22. Februar 2021 fand der erste Workshop zur Erstellung von Konzepten für Gamification für den Fake-Shop Detector unter Teilnahme des Projektteams statt. Nach

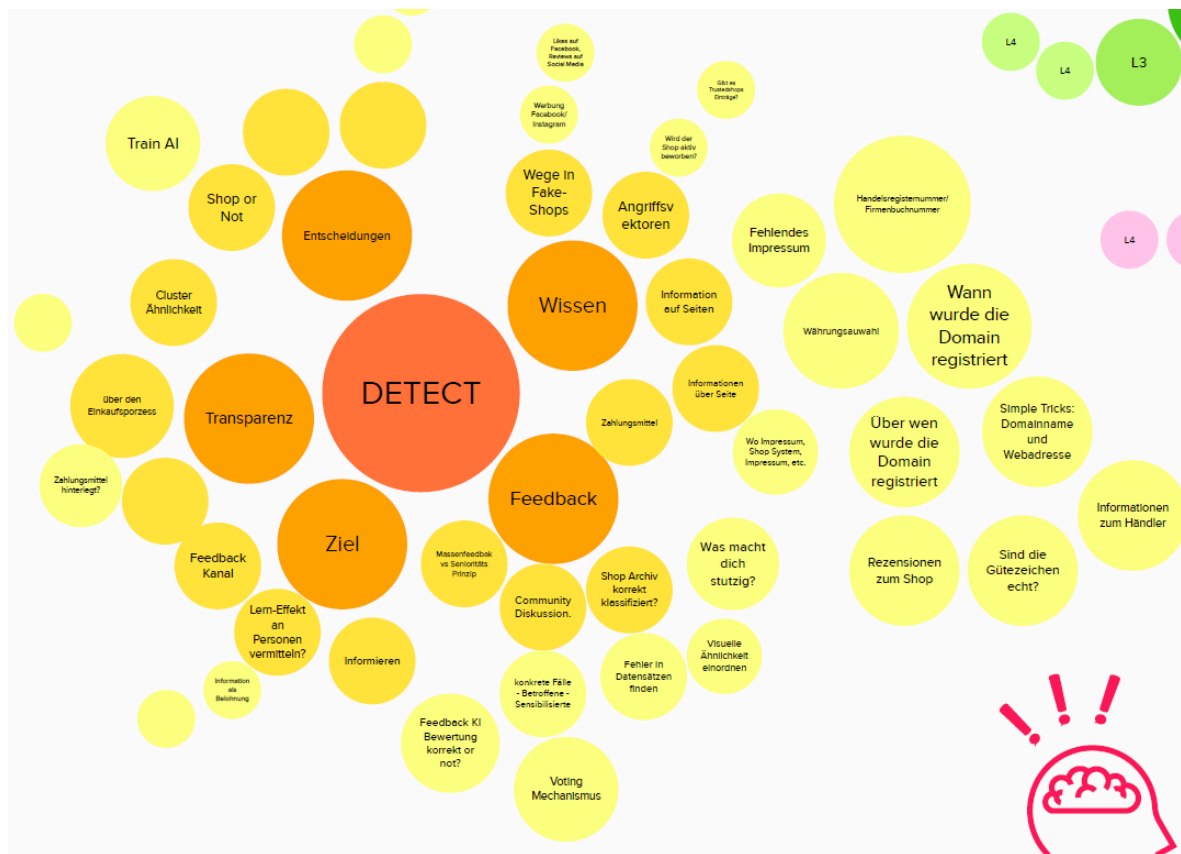
einem ersten Brainstorming zur Präzisierung der Ziele wurden konkrete Anforderungen gesammelt. Es wurden die Ideen zum Beitrag des Spiels rund um die Themen Wissen, Transparenz, Feedback, Entscheidungen und Ziele gesammelt. Danach wurden in zwei Kleingruppen zwei Spielentwürfe entwickelt, die in einem zweiten Schritt von der jeweils anderen Gruppe verbessert und weiterentwickelt wurden. Entstanden sind zwei Spielentwürfe:

- *Spiel 1 – Den Tätern auf der Spur, Jagd auf Fake-Shops*

Der Avatar, ein Fuchs, wächst mit dem Gewinn von Punkten. Der Fokus liegt auf intrinsischen Motivatoren, kontinuierliches Engagement soll durch die Bindung zum Avatar sichergestellt werden. Angedacht sind Challenges, also zeitgebundene Aufgaben, die mehrere Spielende gleichzeitig zu erfüllen haben – diese dienen dem Stärken von sozialen Bindungen in der Community und der Abwechslung von monoton wirkenden Tätigkeiten. Der Ehrgeiz Teil des Spiels zu sein und möglichst weit zu kommen, soll von dem Anreiz motiviert sein, „Teil der Watchlist Internet“ zu sein.

- *Spiel 2 – Space Exploration, Bringe Licht in die Fake-Shop Welt und rette den Cyberspace*

Die Spielenden bewegen sich durch dunkle Galaxien und müssen Planeten, die unbekannte Domains repräsentieren, entdecken und richtig klassifizieren (fake, not fake). Die UserInnen müssen feststellen, ob ein neuer Planet (neue Domain) ein Onlineshop oder eine andere Website ist, danach kann die Suche tiefer gehen, z. B. Analyse des Impressums. Ist eine Seite fertig analysiert, ist der Planet entdeckt und wird der Galaxie hinzugefügt. Die SpielerInnen sollen durch aktives Mitwirken an der Fake-Shop Klassifikation und Interesse an Cybersecurity und KI motiviert werden. Das Spiel ist in mehrere Levels aufgeteilt, mit dem Aufstieg erhöht sich die Komplexität der Aufgaben. Auch Community-Challenges sind angedacht in denen sich die UserInnen austauschen und vernetzen können.



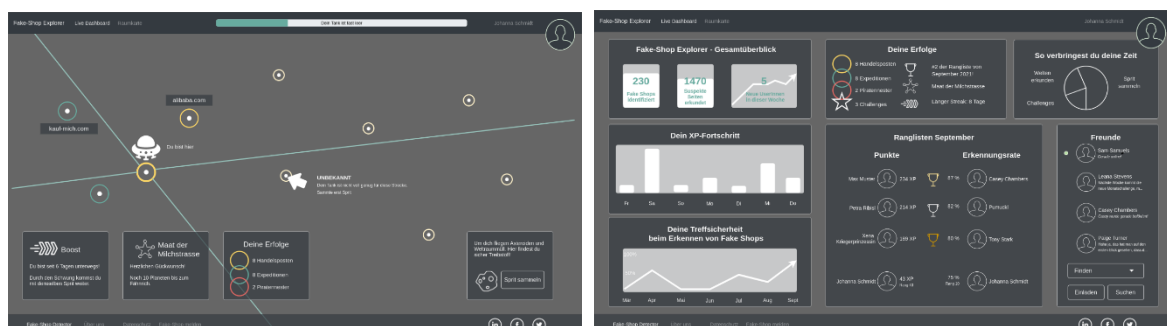
Workshop 2

Nachdem im ersten Workshop eine erhebliche Reduktion der Themen stattgefunden hat, wurde in einem zweiten Workshop am 05.05.2021 ein Spielentwurf im Detail weiterentwickelt. Das Spiel „Fake-Shop Explorer“, in dem Spielende in die Rolle von Astro Cat schlüpfen, die angeführt von einer personifizierten Künstlichen Intelligenz neue Planeten entdeckt und diese für einen sicheren Cyberspace sammelt bzw. bewertet, wurde ausformuliert und durchgedacht. Anhand speziell erstellter Personas, die zum einen die User-Basis der Watchlist Internet und zum anderen die optimale Zielgruppe des Spiels abbilden, wurde das Spiel dargelegt. Der Spielaufbau wurde ausformuliert und die Umsetzung in einer hybriden Form als Browser-Add-on in Kombination mit einer Website angedacht. Anhand von Planeten (noch zu überprüfenden Domains aus der Datenbank) erkunden die Spielenden den Cyberspace. Auf den Planeten (einzelne Websites) werden bestimmte Aufgaben gestellt: Shop oder kein Shop?, Stimmen Sie der KI-Einschätzung zu? Der Grad der Komplexität steigt mit dem Spielfortschritt und mit neu erreichten Levels. Diese Fortschritte werden Spielenden in Form von Fortschrittsbalken und gesammelten Badges dargestellt. Challenges erlauben es Spielenden gemeinsam oder gegeneinander bestimmte Aufgaben zu lösen und dabei auch andere UserInnen virtuell kennenzulernen

und sich auszutauschen. Die hohe Engagement-Rate der User-Basis der Watchlist Internet birgt hier ein enormes Potenzial.

Als ein Ergebnis der Tätigkeiten 1, 2 und 3 wurde ein Bericht zu Gamification verfasst und auf der Projektwebsite veröffentlicht. Der Bericht zu **Gamification-Konzepten** wurde im Juli 2021 online gestellt. Beschrieben wird die Hintergrundrecherche und die Schlussfolgerungen inwiefern Gamification-Konzepte zur Lösung der gegebenen Problemstellung angewendet werden. Anhand von erfolgreichen Beispielen wurde eruiert, woran sich das Gamedesign orientiert. Das Potenzial, ebenso wie die Risiken von Gamification wurden in diesem Prozess mitgedacht. Potenziale, die für die spielerische Detektion von Fake-Shops erkannt wurden, sind die Folgenden: Erhöhung der Transparenz für EnduserInnen und ExpertInnen, Verbesserung der KI, Qualitätssicherung und Sammlung zusätzlicher Information. Die spielerische Verbesserung der Fake-Shop Detektionsmodelle wurde ausformuliert und anhand des Ergebnisberichts weiterentwickelt. In einem weiteren Schritt wurden die Ergebnisse des ersten Workshops zum Thema Gamification dargelegt. (siehe Bericht)

Die Konzepte der Workshops wurden in **User Experience und Interface Mockups** ausgebaut, und im Rahmen eines interaktiven Prototyps umgesetzt. Die NutzerInnen schlüpfen hier in die Haut der Spielerfigur Astro Cat, die in der fernen Zukunft als Sonderagent der Raumflotte die äußersten Winkel der besiegelten Galaxie erkundet. Dabei müssen die NutzerInnen unbekannten Planeten kartographieren, um sichere Handelsposten von Fallen von Weltraumpiraten zu unterscheiden - das heißt, sie müssen valide Onlineshops von Fake-Shops unterscheiden.



Hauptseite des Spiels ist eine Karte der Galaxie, in der sich die SpielerInnen befinden. Hier können NutzerInnen Planeten erkunden. Das sind komplexe Aufgaben, wo SpielerInnen mit höherer Wahrscheinlichkeit auf unseriöse Webshops und Fake-Shops

treffen. Hier müssen NutzerInnen komplexe Aufgabenreihen lösen, wie etwa bin in einen Bestellprozess hineingehen und das Bestätigungsmail des Shops hochladen. Sind alle Planeten einer Galaxie erforscht und ist genug Treibstoff vorhanden, können SpielerInnen die nächste Galaxie ansteuern.

Um zwischen Planeten zu reisen, müssen NutzerInnen im Spiel von Waltraumhändlern Treibstoff kaufen, die Onlineshops repräsentieren, die nur mit mäßiger Wahrscheinlichkeit unseriös sind. Es müssen kurzen und einfachen Fragen beantwortet werden, wie etwa dem Heraussuchen der Impressums-URL.

Analog zum Cockpit eines Raumschiffs oder Flugzeugs wird zudem ein Live-Dashboard zur Verfügung gestellt. Eingeloggte NutzerInnen haben hier einen Überblick über Gamification-Elemente wie Ranglisten und Visualisierungen über ihre Leistungen und die zeitliche Entwicklung über ihre Aktivitäten.

Eine Reihe von Gamification-Elementen wurden in einer Reihe an Iterationen im Rahmen von Projekttreffen konzeptioniert und evaluiert. Jene Elemente wurden protoypisch umgesetzt, die sich ins Spielkonzept eingefügt und Unterhaltungswert demonstriert haben. Für einen Überblick über die Gamification-Elemente siehe AP3.

Arbeitspaket 3 – *Community Integration*

Im Arbeitspaket 3 sind die folgenden Tätigkeiten zum Thema „Community Integration“ geplant: (1) die User-Ansprache im Sinne von Entwicklung von Botschaften und Anreiz-Konzepten für ihre Einbindung, (2) die Rekrutierung von Contributors (Channel-Auswahl, Gespräche mit Betroffenen, Anwerbung), (3) die laufende Community-Interaktion (Evaluierung Mockups, Anreizsysteme, Feedback durch Testuser oder Fokusgruppen).

Ad 1:

Aus Sicht des Spieldesigns und der Flow-Theorie sind Aufgaben mit Lerneffekt effektiv, die in ihrem Herausforderungsgrad mit der Erfahrung der NutzerInnen steigen. Die Information, die zur Auswertung der Onlineshops benötigt werden, sind aber an sich repetitiv und ohne intrinsischen Unterhaltungswert. Deshalb wurden parallele Aufgaben-Kanäle konzeptioniert. Es wird erwartet, dass das Erkunden von Planeten einen

intrinsischen Reiz hat, nämlich dass NutzerInnen bewusst und investigativ kriminelle Webauftritte Shops erkunden können.

Das Sammeln von quantitativen Informationen geschieht über den Aufgabenkanal "Sprint sammeln" und das Beantworten von kurzen und einfachen Fragen, wie etwa dem Heraussuchen der Impressums-URL. Es wird also auf die nächste spannende Aufgabe hingearbeitet, nämlich das Erkunden von Planeten. Das ist ein oft verwendetes Konzept im Spieldesign und etwa vergleichbar mit den repetitiven Aufgaben in RPGs, die zwischen Storyline und Quests liegen.

Zur Communityeinbindung setzen wir zum einen auf die in AP4 beschriebenen Community Tasks, wo gemeinschaftlich an einer Aufgabenstellung gearbeitet wird. Außerdem wird den NutzerInnen beim Einschätzen von Webshops als Fake oder seriös rückgemeldet, welcher Anteil an MitspielerInnen ihre Einschätzung teilt.

Eine Reihe von Anreiz-Konzepten dienen zudem dem Unterhaltungswert des Fake-Shop Explorers als Spiel, und als Ansporn für kontinuierliches Nutzungsverhalten. Zum einen gibt es als kompetitives Element Ranglisten, wo die UserInnen mit den meisten Punkten über den aktuellen Monat, in der aktuellen Community Tasks, und mit der höchsten Treffsicherheit im aktuellen Monat gewürdigt werden. NutzerInnen können auch in-game Belohnungen, zum Beispiel indem sie Schwellenwerte an erkundeten Planeten oder eine hohe Platzierung in den Ranglisten erreichen.

Indem sie an mehreren Tagen hintereinander zwischen Planeten reisen, können NutzerInnen in Form von Streaks Momentum aufbauen. Momentum reduziert den Treibstoffbedarf des Fliegens und liefert zu zusätzlichen Ansporn zum wiederholten Spielen. Durch das Sammeln von Punkten steigen NutzerInnen im "Rang" auf, dem in-game Analog zu Levels. Auch der Rang der NutzerInnen und der längste Streak werden öffentlich angezeigt.

Ein weiteres Gamification-Feature zur Useransprache sind Feedback-Systeme. NutzerInnen sehen ihre aktuelle Tankanzeige, Fortschrittbalken innerhalb von Tasks, und durch Abgleich mit anderen schon gegebenen Antworten ihre Treffsicherheit beim Identifizieren von Fake-Shops ermittelt werden.

Ad 2:

Im Rahmen der Dissemination der Beta-Version des Fake-Shop Detectors, gab es die Möglichkeit für interessierte NutzerInnen, sich für einen Pre-Release anzumelden. Der Pre-Release zeigte ein außerordentliches Interesse an dem Thema Fake-Shop Detektion. Über zwei Monate registrierten sich 519 InteressentInnen, um über den Release des Fake-Shop Detectors informiert zu werden.

Im Zuge dessen war es auch möglich, sich als Expert-UserIn zu registrieren. Diese Expert-UserInnen haben die Möglichkeit, Tools wie den Fake-Shop Detector, aber auch das Fake-Shop Explorer Addon frühzeitig zu testen und Feedback zu geben. Mit dem Anreiz neue Tools früher als andere zu testen und mitzuhelfen diese auch zu verbessern, haben sich im Registrierungszeitraum von ungefähr einem Monat über 50 Personen als Expert-UserInnen angemeldet.

10 der ersten Expert-UserInnen wurden im September 2021 in Telefon- oder Zoom-Interviews zu Ihrem Erleben des Fake-Shop Detectors befragt. Auf die Basis der 52 Expert-UserInnen wird auch in der Entwicklung des Spiels zurückgegriffen. Diese InteressentInnen haben sich explizit bereiterklärt, für User-Experience Testungen, Interviews und Probeläufe von neuen Tools kontaktiert zu werden. Somit wurde eine ausreichend große und intrinsisch motivierte Gruppe an UserInnen gefunden, auf die während der weiteren Entwicklung zurückgegriffen werden kann.

Arbeitspaket 4 – *Entwicklung Browser-Plugin Umsetzung*

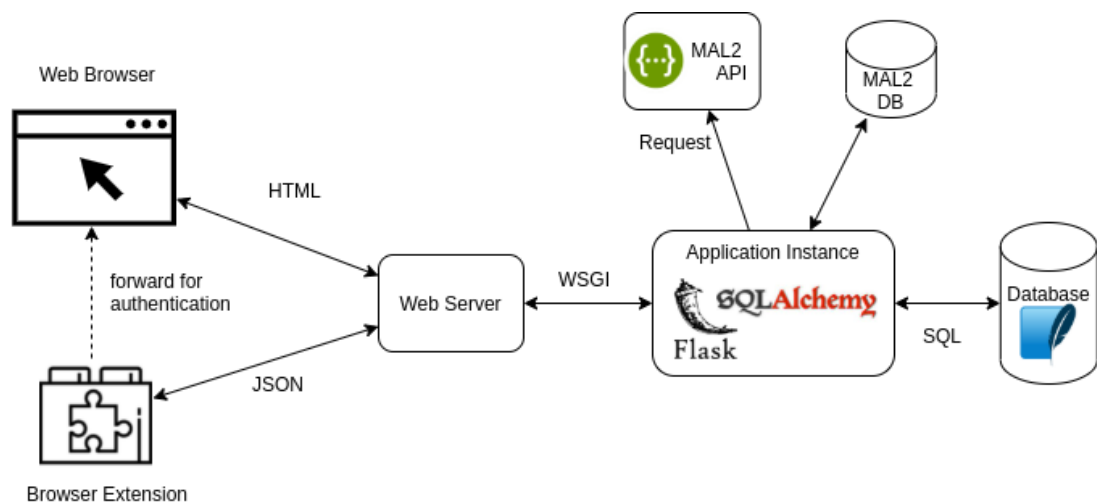
Im Arbeitspaket 4 sind die folgenden Tätigkeiten geplant: (1) 'Community Task Engine' Architektur und Umsetzung Multiuser-Rollen System, API zur Pflege, Verteilung und Abarbeitung von Community Tasks, (2) 'Nudging und Gamification' Architektur und Umsetzung von identifizierten Anreizsystemen wie z. B. Leaderboards, (3) Deployment, Software Testing und Plugin Release - Backend System, APIs, Docker Deployment, (4) Videoanleitung der Software für AnwenderInnen.

Ad 1:

Die Community-Einbindung findet Großteiles über gemeinschaftliche Community Tasks statt. Diese Aufgaben werden gleichzeitig an viele NutzerInnen gestellt und fordern Kreativität und Eigeninitiative abseits von der Plattform des Fake-Shop Explorers. Ein

Beispiel für eine solche Aufgabe ist die Frage "Finde 3 Fake-Shops, die wir noch nicht kennen." Für Community Tasks gibt es eigene Ranglisten und In-Game Belohnungen. Zum Zeitpunkt des Zwischenberichts werden die Aspekte zur Community-Einbindung noch als hardcodierte Platzhalter eingebunden.

Ad 2:



Die Softwarearchitektur des Fake-Shop Explorers besteht im Wesentlichen aus den folgenden Elementen:

- eine Web-Applikation- und Webserver-Lösung,
- das Frontend, bestehend aus einer Website sowie einem Browser-Add-On für Firefox und Chromium-basierte Browser, und
- einer relationalen Datenbank.

Außerdem tragen zwei externe Komponenten wesentlich zur Funktionalität bei:

- die MAL2 OpenAPI Schnittstelle, wo die Risikoeinschätzung von Webshops als Feedback an Nutzer*Innen eingeholt wird, und
- die MAL2 Datenbank, wo jene Domains ausgelesen werden, zu welchen über den Fake-Shop Explorer Metainformationen gesammelt werden sollen.

Das Zusammenspiel der Elemente wird schematisch in Abbildung 1 dargestellt.

Nudging- und Gamification Architekturen werden in der Web-Applikationen bereitgestellt. Diese basiert auf Python und dem Webframework Flask. Sie definiert Funktionen, Datenmodell und Website, sowie die Schnittstellen, über die das Browser-Plugin

kommuniziert. Die Kommunikation mit der Datenbank des Fake-Shop Explorers läuft über das ORM-Toolkit SQLAlchemy.

Die Fake-Shop Explorer Website bildet das Hauptinterface zum Spiel und zur Web-Applikation. Hier werden NutzerInnen mit ihren Charakteren vertraut gemacht, wird die Story des Spiels erzählt, werden Aufgaben in verschiedenen Kanälen präsentiert und Feedback über die Leistungen der SpielerInnen gegeben.

In der Datenbank des Explorers werden die Punkt- und Treibstoffdaten der NutzerInnen sowie ihre gelösten Aufgaben und Antworten gespeichert. Durch Abfrage der Daten kann direkt beim Angeben einer Einschätzung, ob ein Web-Shop seriös ist, auch Feedback darüber gegeben werden, wie viele andere NutzerInnen die Einschätzung teilen. Die Ground Truth wird also aus den Antworten errechnet, wenn sobald ein Schwellenwert der Sicherheit erreicht wird. Die Ground Truth und die gespeicherten Punkte dienen als Basis zum Errechnen der Ranglisten.

Ad 3:

In Arbeit ist das Ergebnis AP4_Gamified Browser Plugin and Backend Software Release. Derzeitiger Status-Quo ist der Folgende: Ergänzend zu der DETECT-Website ermöglicht ein für Firefox und Chromium-basierte Browser entwickeltes Plugin das Beantworten von Fragen direkt auf der Seite des betreffenden Webshops, und kommuniziert im Hintergrund mit dem Webserver und der Datenbank des Spiels. Zum Zeitpunkt dieses Zwischenberichts wird die Applikation über den Flask-internen Testserver betrieben. Es wurde noch kein Host für die Produktionsumgebung festgelegt. Es ist geplant, die Container-Technologie Docker zu verwenden und so Flask-Server und Datenbank voneinander zu entkoppeln. Dadurch kann der Dienst reproduzierbar und skalierbar betrieben werden.

Die Web-Applikation wird mit einer Test-Suite bestehend aus Unit und Integration Tests. Für Fullstack-Testing wird die Library WebTest verwendet, ein Wrapper für WSGI-Applikation, der Tests von einem HTTP-Server entkoppelt. Für das Release werden manuelle Acceptance-Tests von NutzerInnen notwendig sein. In der nächsten Iteration sind außerdem Usertests geplant, wo neben Nutzerfreundlichkeit und Intuitivität auch Fragen zum Balancing zwischen einfachen und komplexen Tasks,

Wiederverwendungsgrad und Weiterempfehlungsrate, und Verständlichkeit des Spiel-Aufbaus behandelt werden sollen.

Ad 4:

Im Laufe der Veröffentlichung der Beta-Version des Fake-Shop Detectors wurde eine barrierefreie Website erstellt die UserInnen über Fake-Shops, deren Detektion und die dabei angewandten Algorithmen informiert. Im Zuge der Dissemination des Detectors wurde auch ein Erklärvideo erstellt, das den Fake-Shop Detector in Aktion zeigt und erklärt wie das Tool zu verwenden ist. Zu finden ist das Video unter <https://www.fakeshop.at/ueber-fake-shop-detector/>. Geplant ist, dass es um den Aspekt der Gamification erweitert wird, sobald eine working-version des Plugin-Spiels verfügbar ist.

Arbeitspaket 5 – *Dissemination und Verwertung*

Im Arbeitspaket 5 sind die folgenden Tätigkeiten geplant: (1) Projektblog und Öffentlichkeitsarbeit, (2) die Ausgestaltung des Webauftritts des Gamification-Plugins, (3) die Anbahnung und der Abschluss von Kooperationen – mit benötigten Unternehmen und anderen relevanten Stakeholdern zur Umsetzung von Nudging-Elementen sowie für die Integration der Detector Lösung in Standardsoftware und andere Tools, (4) die Dissemination und Wissenstransfer der Ergebnisse an Stakeholder und Community.

Es ist jeweils mindestens ein Blog-Beitrag im Monat im Laufe des Projekts geplant. Bislang wurden die folgenden acht Beiträge verfasst, die Bezug nehmen zum Projektverlauf allgemein sowie auch zur Thematik Bestellbetrug und Fake-Shops:

1. In „Echtzeitschutz vor Fake-Shops durch Machine Learning“ wurde über das Projekt DETECT anlässlich des Kick-Offs berichtet, sowie über den Status-quo bei der Fake-Shop Detektion durch Künstliche Intelligenz. (19.01.2021)
2. In „Dropshipping. Chance und Problem für den Online-Handel“ wurde ausführlich berichtet über die Zunahme der Beschwerden durch KonsumentInnen zu Onlineshops, welche die Waren direkt aus dem asiatischen Raum versenden und sich an zahlreiche Pflichten und Regelungen der EU bezüglich Konsumentenschutz nicht halten. Diese stellen für die Präventionsarbeit im Allgemeinen und die KI-Detektion insbesondere eine neue Herausforderung dar, weil diese Onlineshops zwar nicht betrügerisch sind, allerdings auch nicht seriös und eine Grauzone darstellen. (03.03.2021)

3. In „Fast jede/r Zweite von Internetbetrug betroffen“ wurde die Relevanz des Themas von DETECT unterstrichen über eine Zusammenfassung der Ergebnisse von der repräsentativen Studie des Österreichischen E-Commerce-Gütezeichens. (02.04.2021)
4. In „Workshop: Gamification in der Fake-Shop Detektion“ wurde über den 1. Workshop der Game Entwicklung berichtet. (22.06.2021)
5. In „Auf Fake-Shop Jagd mit Astro-Cat.“ Wurde über den 2. Workshop der Game-Entwicklung berichtet. (08.07.2021)
6. In „Astro Cat als Sonderagent der Raumflotte im Einsatz gegen Fake-Shops“ wird auf die Validierung des Spielkonzepts mittels interaktiven Prototyping eingegangen. (30.09.2021)
7. In „Innovation aus Österreich: Fake-Shop Detector entlarvt Online-Betrüger. Der Fake-Shop Jagd einen Schritt näher mit dem Fake-Shop Detector“ werden User dazu aufgefordert sich an der Testung der Beta-Version des Fake-Shop Detectors zu beteiligen. (25.10.2021)
8. In „Blick in die Zukunft. Ideen und Vorschläge für künftige Forschung und Entwicklung“ (29.10.2021) wird eine mögliche Nutzung des Plugins hin zum aktiven spielerischen Screening von neu angetroffenen Websites erörtert.

Ein wichtiger Bestandteil des Arbeitspaket 5 ist die Konzeption des Webauftritts für DETECT. In diesem Zusammenhang zu sehen ist die Entwicklung der Website www.fakeshop.at – durch welche auf den Fake-Shop Detector verwiesen wird.

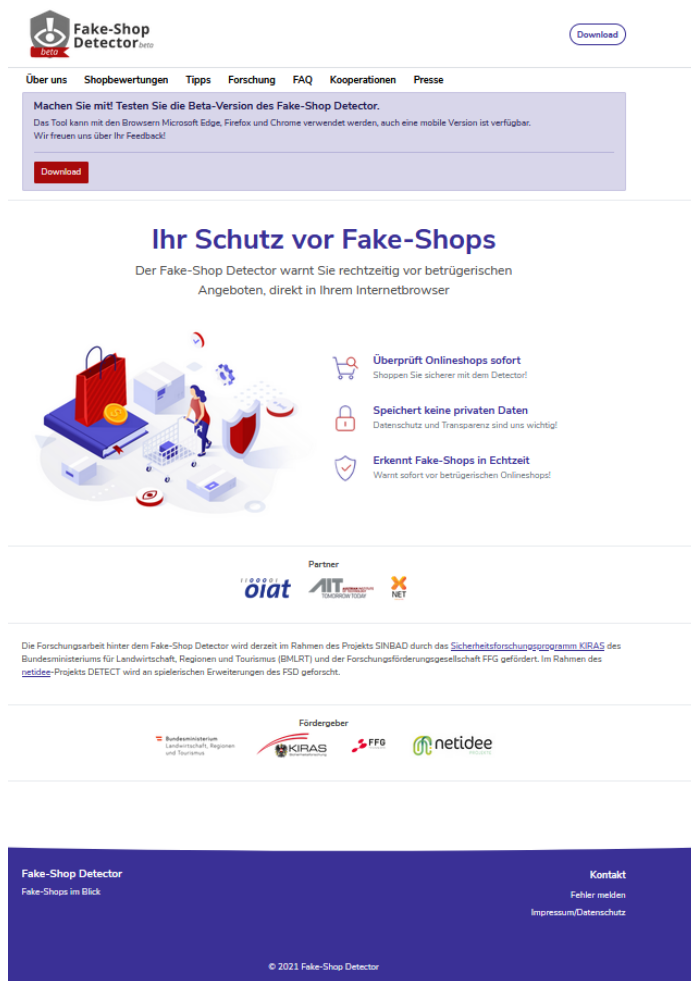


Abbildung 1 Screenshot der Startseite von www.fakeshop.at

Die Website www.fakeshop.at wird genutzt werden, um auch auf die gamifizierte Version der Fake-Shop Detektion zu verweisen. Derzeit in Nutzung ist sie im Zusammenhang mit DETECT bezüglich der Suche nach Kooperationspartnern sowie im Verweis auf die laufende Forschung. Es wurden über die Website auch User gewonnen, die zugestimmt haben, möglichen Testungen und Befragungen im Zusammenhang mit KI-Detektion von Fake-Shops offen zu stehen. Sie werden als eine wichtige Basis für Testungen der entwickelten Elemente angesehen.

In diesem Zusammenhang sind auch die angedachten Kooperationen mit Unternehmen und anderen relevanten Stakeholdern zu sehen. Im Zuge der Erstellung eines Konzepts zur Ansprache von Kooperationspartnern wurden die folgenden interessanten Stellen identifiziert: (1) Partner zur Ausweitung von White-Lists (seriöse Onlineshops) und Black-Lists (Fake-Shops und andere problematische Onlineshops), (2) Unternehmen aus Branchen, die besonders betroffen sind (Mode insb. Schuhe, Fahrräder, Playstation 5, etc.). Die folgenden Kooperationen bestehen zum Zeitpunkt des Zwischenberichts bereits:

Falter Verlag, Verein des Österreichischen Buchhandels, Onlineshop-Austria, Geizhals, Elektrofachhändler Expert, Schweizer Gütezeichen, Österreichisches E-Commerce Gütezeichen.

Derzeit finden laufende Gespräche auch mit Scamadviser statt. Dieses niederländische Unternehmen verfolgt – allerdings mit anderem Hintergrund als die Watchlist Internet – ähnliche Ziele im Bereich der Betrugsbekämpfung durch präventive Warnungen. User können auf <https://www.scamadviser.com/> Websites suchen und erhalten dazu Informationen bzw. eine KI-basierte Einschätzung der Seriosität. In diesem Zusammenhang ist eine Kooperation von Interesse, es muss allerdings abgewogen werden, inwiefern die Qualität der Einschätzungen aufrechterhalten werden kann.

Die geplanten mindestens 20 Medienclippings in österreichischen Zeitungen/Radio/TV werden im Laufe der restlichen Projektlaufzeit jedenfalls erreicht. Es ist das mediale Interesse in Österreich wie auch in Deutschland am Fake-Shop Detector sehr groß und der Aufruf zur Beteiligung an der Beta-Phase des Fake-Shop Detectors wurde von etlichen Medien prominent übernommen und landete z. B. auf der „blauen Seite“ von orf.at. Entsprechend klar ist im Hintergrund zu beobachten, wie sehr sich mediale Aufrufe in User-Zahlen widerspiegeln. Wenn eine erste Version der spielerischen Komponenten zum Test offensteht, sollen diese Kanäle dafür genutzt werden, um User zu generieren.

Umsetzung Förderauflagen

Dieses Kapitel ist nur relevant, wenn in der Fördervereinbarung spezielle Förderauflagen festgelegt wurden. In diesem Fall soll in diesem Kapitel dargestellt werden, wie diese berücksichtigt werden.

Zusammenfassung Planaktualisierung

Alle Anpassungen des Plan-Excels kurz zusammengefasst

Es kam zu zeitlichen Abweichungen in den Arbeitspaketen bei der technischen Entwicklung der Gamification Elemente für das Plugin des Fake-Shop Detectors bedingt

durch die Verschiebung der Beta-Phase des FSD. Damit zusammenhängend sind Aktivitäten der Community-Einbindung verschoben worden. Es wurde deshalb um eine Projektverlängerung von zwei Monaten angesucht, die bestätigt wurde.

Öffentlichkeitsarbeit/ Vernetzung

*Beschreibung der bereits erfolgten Öffentlichkeitsarbeit oder Vernetzung, bzw.
Beschreibung des Plans künftiger Aktivitäten*

Die Öffentlichkeitsarbeit ist im Arbeitspaket 5 bei Dissemination ausführlich beschrieben. Prinzipiell lässt sich feststellen, dass es ein großes mediales Interesse am Thema Fake-Shops und am Thema KI gibt, das im Zuge der Bewerbung eines Spiels zur Detektion von betrügerischen Onlineshops gut genutzt werden kann. Sobald eine über die Watchlist Internet zu bewerbende Spielapplikation entwickelt wurde, wird auch diese Reichweite (derzeit 150.000 Unique Visits im Monat) ausgenutzt werden.

Eigene Projektwebsite

Wird zusätzlich zur netidee-Projektwebsite noch eine eigene Website betrieben, so ist hier die Adresse anzugeben.

www.fakeshop.at