



Pressemeldung

AppsFlyer Performance Index 2017: Apple Search Ads spielen mit Facebook und Google in der Oberliga

- Facebook und Google dominieren Ranking für mobile Werbenetzwerke stärker als je zuvor
- Ein Jahr nach dem Launch haben Apple Search Ads, die seit einer Woche auch in der Schweiz verfügbar sind, zu den beiden Giganten aufgeschlossen
- AppsFlyer weist mit dem ROI Index erstmals aus, welche Netzwerke Umsatz bringen
- Video-Netzwerke bewähren sich im Gaming-Sektor

Berlin, 25.10.2017 – Für die internationale Vermarktung von iOS Apps sind Apple Search Ads das neue Mittel der Wahl, da sie die umsatzstärksten Nutzer zum wettbewerbsfähigen Preis liefern. Ein Jahr nach dem Start haben die Suchanzeigen im Apple App Store im Ranking der performance-stärksten mobilen Werbenetzwerke zu den beiden Platzhirschen Facebook und Google aufgeschlossen. Dies offenbart der aktuelle *Performance Index*, den [AppsFlyer](#) als führende Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics zwei Mal jährlich veröffentlicht. Die Benchmark der führenden Werbenetzwerke aufgeschlüsselt nach Region und App-Kategorie hat sich als wichtige Orientierungshilfe für den datenbasierten Media-Einkauf zur Vermarktung von Apps etabliert.

Das *Power Ranking* gibt Aufschluss, wie gut es den Netzwerken gelingt, Quantität (Anzahl der generierten Downloads um Fraud bereinigt) in Kombination mit Qualität (Engagement der Nutzer) und Loyalität (Anzahl der Sessions pro Nutzer) zu generieren. Erstmals führt AppsFlyer zudem einen *ROI Index* ein, der die Werbenetzwerke mit der besten Umsatz-Kosten-Ratio ausweist.

Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- **Apple Search Ads** haben weniger als ein Jahr gebraucht, um einen Platz in der Spitze des Power Rankings einzunehmen. In der Kategorie Non-Gaming holen sie Platz 3, im Gaming-Ranking ist es Platz 4. Die Suchanzeigen im App Store landen im neu eingeführten iOS ROI Ranking auf Platz 1, indem sie 30 Prozent mehr Umsatz pro Nutzer (Average Revenue Per User = ARPU) generieren bei um 40 Prozent niedrigeren Kosten als andere Netzwerke.

„Anbieter, die ihre iOS App international vermarkten wollen, setzen mit den Apple Search Ads auf das richtige Pferd. Die Schweiz könnte für deutschsprachige Apps ein interessanter Markt sein, um Apples Suchanzeigen im Weihnachtsgeschäft zu testen, bevor sie in Deutschland starten. Der Weg von der Anzeige zum Download ist bei den Suchanzeigen besonders kurz, da bei der Suche bereits ein konkretes Interesse an neuen Apps vorliegt und sich der Nutzer bereits im App Store befindet“, rät Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer. Nach dem Start im Oktober 2016 sind Apple Search Ads neben den Märkten USA, UK, Australien und Neuseeland seit Oktober 2017 auch in der Schweiz, Kanada und Mexiko buchbar. Wann die Search Ads nach Deutschland kommen, ist noch ungewiss, wobei es erste Anzeichen gibt, dass sie auch hierzulande bald verfügbar sein könnten.

- **Facebook und Google** dominieren den Performance Index mit einem größeren Abstand als je zuvor. Facebook bleibt im Hinblick auf Reichweite und Qualität der Nutzer unangefochten auf Platz 1 in den weltweiten Power Rankings, dicht gefolgt von Google auf Platz 2. Im Non-Gaming Bereich ist die Vorherrschaft besonders spürbar. Hier liegt ihr Anteil an allen generierten Downloads um 70 Prozent höher als ihr Anteil im Gaming-Bereich. Auch bei der Auswertung des ROI überzeugen die beiden Giganten: Im Android ROI Index landen sie auf Platz 1 und 2, indem sie bei durchschnittlichen Kosten doppelt so viel Umsatz generieren wie die anderen Netzwerke. Im iOS ROI Index kommt Facebook mit durchschnittlich 50 Prozent mehr Umsatz bei 20 Prozent geringeren Kosten als andere Netzwerke auf Platz 2, Google sichert sich Platz 3.

- **Twitter** liefert gute Resultate im Non-Gaming Bereich, sowohl was Reichweite als auch Qualität der Nutzer betrifft, und landet im Power Ranking auf Platz 4. Im Gaming Power Ranking sichert sich der Micro-Blogging-Dienst einen Platz in der Top 10. Im ROI Index ist Twitter unter den Spitzenpositionen allerdings nicht vertreten.
- **Video-Netzwerke** bleiben vor allem im Gaming Sektor stark: Unity Ads behauptet im Power Ranking Platz 3 hinter Facebook und Google, Vungle landet auf Platz 7 gefolgt von AdColony auf Platz 8. Video Ads liefern wertvolle Nutzer, da die multimedialen Anzeigen einen guten Eindruck von dem beworbenen Spiel vermitteln. Das trägt dazu bei, wenig interessierte und damit wenig wertvolle Nutzer bereits vor dem Download herauszufiltern. Damit überzeugen die Spezialisten auch im ROI Index, allen voran AdColony, das jeweils Platz 4 belegt.
- Mit AppLift und Fyber schaffen es zwei **Netzwerke aus Deutschland** in die Top 25 des weltweiten Power Rankings. AppLike ist in den Top Ten des Power Rankings für Gaming unter Android in den westeuropäischen Märkten vertreten.
- **Gaming Apps** arbeiten eher mit wenigen, dafür global agierenden Netzwerken zusammen, da Spiele-Apps oft international vermarktet werden. **Non-Gaming Apps** differenzieren stärker und wählen für die Vermarktung einen Mix aus Global Playern und lokal starken Netzwerken.

Zur Methodik:

Für die Erstellung des Performance Index analysierte AppsFlyer 6 Milliarden App-Downloads und 80 Milliarden Nutzungssessions in 5.500 Apps und verglich 250 Werbenetzwerke im Zeitraum von Januar bis Juni 2017. In den ROI Index flossen Daten aus über 800 Apps, über 40 Millionen Downloads und einem Umsatz von über 150 Millionen USD ein. Die Daten wurden um betrügerischen Traffic bereinigt.

Den vollständigen Report mit allen Rankings können App-Vermarkter hier herunterladen:

<https://www.appsflyer.com/index>

Über AppsFlyer

Auf 98 Prozent aller Smartphones weltweit ist die Technologie von AppsFlyer, der führenden Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, zu finden. Als unabhängiger Partner für Werbemessung und innovativer Technologieanbieter unterstützt AppsFlyer datengetriebene Vermarkter beim Ausbau ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer trackt jeden Tag Milliarden mobiler Benutzeraktionen und ermöglicht es Werbetreibenden und Entwicklern damit, den Return of Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. Mit der Attributionslösung NativeTrack™, umfassenden Marketinganalysedaten, dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ und der Active Fraud Suite mit dem gerätebasierten Schutz DeviceRank finden Advertiser der erfolgreichsten mobilen Apps der Welt alle Instrumente gebündelt, die sie für die Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. Mehr als 10.000 weltweit führende Marken und Partner, darunter Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Tencent, HBO, Playtika, Waze, Alibaba und Kayak, vertrauen auf die Technologie von AppsFlyer. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 12 Standorten weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin unter Leitung von Managing Director Ben Jeger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.appsflyer.com

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische
Gesine Märten
Tel: +49 (0) 351 5635 5661
E-Mail: gm@frische-fische.com