



Pressemeldung

Zum Start von Suchanzeigen in Apples App Store in der Schweiz: Performance Index 2017 von AppsFlyer bescheinigt Wirksamkeit

- Nach dem Start im Herbst 2016 gehört die Schweiz seit 17. Oktober 2017 zu den ersten sieben Märkten, in denen Suchanzeigen im Apple App Store buchbar sind
- Apple Search Ads haben sich in englischsprachigen Märkten bereits bewährt und liefern im Ranking für mobile Werbenetzwerke den besten ROI für die Vermarktung von iOS Apps
- Facebook und Google dominieren Performance Ranking für mobile Werbenetzwerke stärker als je zuvor
- Video-Netzwerke überzeugen im Gaming-Sektor

Berlin, 25.10.2017 – Seit letzter Woche können App-Vermarkter in der Schweiz Suchanzeigen in Apples App Store schalten. Damit ist die Schweiz der erste Markt in Kontinentaleuropa, in dem dieses Werbeformat verfügbar ist. Die sogenannten Apple Search Ads sind für die Vermarktung von Apps neben Facebook und Google das neue Mittel der Wahl, da sie die umsatzstärksten Nutzer zum wettbewerbsfähigen Preis liefern. 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.

Der App Store ist eine der wichtigsten Quellen, über die Nutzer neue Apps finden. Doch angesichts von weit über 2 Millionen Apps allein im Store von Apple wurde es für Anbieter zur großen Herausforderung, ihrer App zu Aufmerksamkeit zu verhelfen. Deshalb hat Apple im Herbst 2016 eine Möglichkeit geschaffen, Apps über Search Ads zu bewerben. Bislang war das Format nur in den USA, UK, Australien und Neuseeland buchbar. Nun kommen neben der Schweiz auch Kanada und Mexiko hinzu. Die bisherige Performance in den englischsprachigen Märkten übertrifft die Erwartungen: Apple Search Ads haben weniger als ein Jahr gebraucht, um im weltweiten Vergleich mobiler Werbenetzwerke einen Spitzenplatz einzunehmen. Verglichen mit anderen Netzwerken generieren sie für iOS Apps 30 Prozent mehr Umsatz pro Nutzer (Average Revenue Per User = ARPU) bei um 40 Prozent niedrigeren Kosten.

„Wer eine iOS App in der Schweiz vermarkten will, setzt mit den Apple Search Ads auf das richtige Pferd. App-Anbieter sollten die Suchanzeigen vor allem in ihre Weihnachtskampagnen einplanen, solange begehrte Keywords noch nicht allzu arg umkämpft sind. Die Anzeigen basieren – vergleichbar mit Googles Suchanzeigen – auf Suchanfragen, die Nutzer getätigt haben. Das macht sie besonders wirkungsvoll, da der Weg von der Anzeige zum Download besonders kurz ist, wenn bei der Suche bereits ein konkretes Interesse an neuen Apps vorliegt und sich der Nutzer bereits im App Store befindet“, so Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer.

Weitere wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

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.

- **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.

- **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.
- **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