



Pressemeldung

AppsFlyer gewinnt reihenweise deutsche Premium-Kunden und baut weltweite Marktführung aus

- Adidas, car2go, MyTaxi, WetterOnline, Zalando als Neukunden der letzten Wochen: Langfristiges Konzept trägt Früchte
- Meilenstein erreicht: Über 100 Millionen US-Dollar Annual Recurring Revenue und mit über 70% Marktanteil weltweit führend
- AppsFlyer nach fast drei Jahren in Deutschland fest etabliert: Berliner Team wird ausgebaut

Berlin, 25.10.2018 – Wenn Firmen mit Mobile-Schwerpunkt den Partner für Analyse und Attribution ihrer mobilen Daten wechseln, geht dem immer eine monatelange Prüfung voraus. Die Qualität der gelieferten Daten ist essenziell und lässt sich hervorragend mit der Datengüte anderer Anbieter vergleichen. Adidas, die Daimler-Töchter car2go und MyTaxi sowie WetterOnline und Zalando sind jetzt zu AppsFlyer gewechselt. Das Tech-Unternehmen hat im dritten Quartal 2018 100 Millionen US-Dollar an Annual Recurring Revenue (ARR) überschritten, was ein jährliches Umsatzwachstum von 100 Prozent bedeutet. Mit einem weltweiten Marktanteil von mehr als 70 Prozent greift AppsFlyer auch in Deutschland weiter an.

Das Umsatzwachstum wird von 85.000 Apps vorangetrieben, deren Vermarkter die Produkte und Dienstleistungen von AppsFlyer einsetzen. Auf fast 7 Milliarden mobilen Geräten weltweit ist die Technologie von AppsFlyer mittlerweile zu finden und auch in Deutschland geht die Langfrist-Strategie des globalen Marktführers auf, der vor knapp drei Jahren in Deutschland antrat, um sowohl Startups zu gewinnen als auch die deutschen Mobile-Dickschiffe zu überzeugen.

„Immer mehr Unternehmen erkennen, dass eine Attributionsplattform erfolgsentscheidend ist. Mehr Top-Marken, Agenturen und Entwickler als je zuvor optimieren mit der Hilfe von AppsFlyer ihre Marketingentscheidungen, schützen ihre Werbeausgaben vor Betrug und fördern ihre eigenen datengesteuerten Marketinginnovationen“, kommentiert Oren Kaniel, CEO und Mitgründer von AppsFlyer. „Wir wollen mit unserer Zuverlässigkeit, unserem Innovationstempo, unserem Service, einfach mit der gesamten AppsFlyer-Erfahrung unsere Kunden genauso auf dem für uns strategisch wichtigen Deutschland-Markt überzeugen.“

Neue Kunden in Deutschland und Erweiterung des Berliner Teams

Wenn AppsFlyer neue Regionen ins Visier nimmt, dann immer mit einem kompletten Team aus Geschäftsführung, Kundenbetreuung, Vertrieb und Technik sowie einem langfristigen Masterplan. So war es auch, als Ben Jeger Anfang 2016 in Berlin das damals zehnte globale Büro eröffnete:

„Für AppsFlyer war der Sprung in die DACH-Region ein spannender Schritt. Der Markt schien aufgrund des starken lokalen Wettbewerbs weitgehend gesättigt und gleichzeitig galten die einheimischen Unternehmen nicht unbedingt als innovativ, was ihre Mobile-Aktivitäten betraf“, erläutert Jeger. „Doch der hiesige Mobile-Markt hat flugs aufgeholt. Nachdem wir beispielsweise mit Goodgame Studios und Trivago schnell einige reine Online- und Mobile-Firmen als Kunden gewinnen konnten, arbeiten wir inzwischen auch mit großen deutschen Brands wie Adidas, Daimler und Zalando. Die Wechselbereitschaft hängt beinahe immer an der Datenqualität und UX unserer AppsFlyer-Lösungen.“

Die jüngsten Kundengewinne lassen die Berliner Niederlassung am Kurfürstendamm weiter wachsen. Die aktuelle Personalstärke von rund zehn Mitarbeitern soll sich kurzfristig verdoppeln. In der Entwicklung, Programmierung, dem Marketing und Partnermanagement mit Tausenden Anbietern wie Facebook, Google, Twitter usw. stehen freilich noch die internationalen Kollegen an den vierzehn weiteren Standorten im Hintergrund.

Marktführerschaft auch für DACH angestrebt

Laut [unabhängiger Zahlen](#) ist AppsFlyer global gesehen der Marktführer für Mobile Analytics & Attribution, und diese Position will das Berliner Büro auch für die DACH-Region erobern. Mit einer Finanzierungsrunde, angeführt von Deutsche Telekom Capital Partners, über insgesamt 84 Mio US-Dollar im Jahr 2017, der Gründungsmitgliedschaft und Mitarbeit in der Mobile Marketing Association Deutschland und einer Berliner Ausgabe der Eventreihe „MAMA“ ist die lokale Verwurzelung hoch. Auch auf der dmexco, dem Mobile World Congress (MWC), der GamesCom und vielen anderen Branchenevents ist AppsFlyer Stammgast.

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 15 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
Vanessa Temps
Tel: +49 (0) 30 616 755 59
E-Mail: vt@frische-fische.com