



AppsFlyer Performance Index: Google ist Spitzenreiter im Mobile App Advertising

- Facebook führt Retargeting-Index und weiterhin weltweit die iOS Power Rankings an
- Google an der Spitze des Power Rankings, sowohl in Qualität als auch Quantität der Installs
- TikTok Ads sind viertgrößte Medienquelle für Non-Gaming Apps

San Francisco/Berlin, 31. März 2020 – AppsFlyer, der weltweit führende Anbieter von mobilen Attributions- und Marketinganalysen, hat heute die zehnte Ausgabe seines Performance Index veröffentlicht. Zum ersten Mal seit der Einführung des Indexes durch AppsFlyer im Jahr 2015 belegt Google den ersten Platz im Power-Ranking, der sowohl Quantität und Qualität der installierten Apps misst. Der Erfolg des Such-Giganten ist weitestgehend auf seine Performance bei Android und das Angebot für App-Kampagnen zurückzuführen.

Facebook bleibt Top-Performer im Retargeting

Niedrige Retention- und hohe Deinstallations-Raten in der gesamten Branche veranlassen App Marketer dazu, ihre Retargeting-Bemühungen zu verstärken: In der zweiten Hälfte des Jahres 2019 stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr die Zahl der Apps, die Retargeting-Kampagnen nutzten, um 20 Prozent.

Facebook spielt im Retargeting-Index von AppsFlyer dank seiner unübertroffenen Targeting-Möglichkeiten und seines bewährten Dynamic-Ads-Produkts in einer eigenen Liga. Mit dem ersten Platz im Power Ranking in 17 von 19 globalen Segmenten des Performance Index, die Gaming- wie Non-Gaming-Kategorien umfassen, dominiert Facebook auch iOS.

Google mag zwar an zweiter Stelle stehen, wenn es um Retargeting geht, wächst aber mit einem 44-prozentigen Anstieg seines Anteils an Retargeting-Kampagnen verglichen mit dem fünfprozentigen Anstieg bei Facebook schneller.

Googles Erfolg im Performance Index ist vor allem auf seine Spitzenposition bei Android zurückzuführen, wo der erste Platz in 16 von 23 globalen Rankings in den Kategorien Gaming und Non-Gaming erzielt wird. Für Android hat Google sein Inventar vergrößert und die Messbarkeit seiner zahlreichen Assets verbessert, was zu einer erheblichen Skalierbarkeit und hohen Qualität führt.

AppLovin, ironSource und Unity Ads bilden starkes Gaming-Trio

Jenseits des Google-Facebook-Duopols ist mit ironSource, Unity Ads und AppLovin ein Dreigestirn von Netzwerken entstanden, das das massive Wachstum des Gaming-Sektors für sich zu nutzen weiß: Gemeinsam kontrollierten sie im zweiten Halbjahr 2019 35 Prozent der installierten Gaming Apps, was einem Anstieg von zehn Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr entspricht. Andere Akteure im Spiele-Sektor liegen weit abgeschlagen zurück.

Anhaltendes Wachstum für TikTok Ads

2019 war das Jahr, in dem TikTok mit der Einführung von TikTok Ads voll in das Media Business eingestiegen ist. Nachdem TikTok Ads den ersten Platz im vorherigen AppsFlyer-Wachstumsindex erobert hatten, sind sie nun auch die viertgrößte Medienquelle für Non-Gaming Apps. Insgesamt hat sich der Anteil an App-Installationen in der Ausgabe Zehn um 120 Prozent erhöht. Der Erfolg der App sichert ihr damit auch zum zweiten Mal in Folge den Spitzenplatz im Wachstumsindex.

„Die Daten zeigen, dass sich die Entscheidung von Google, voll und ganz auf Maschinelles Lernen mit Fokus auf Video und Ad Creatives zu setzen, ausgezahlt hat, um das App-Kampagnen-Produkt voranzutreiben“, sagt Ben Jeger, Managing Director Central Europe bei AppsFlyer. „Wenn man sich den Retargeting-Index ansieht, sind ihre Zahlen noch beeindruckender, bedenkt man dabei, dass diese bisher erst in der Beta-Phase bei einigen Kunden eingeführt wurden.“



Zur Methodik

Die zehnte Ausgabe des AppsFlyer Performance Index, die die zweite Hälfte des Jahres 2019 abdeckt, ist die bisher am stärksten segmentierte: Sie unterscheidet 252 Segmente, die nach Region, Plattform und Kategorie (einschließlich neuer Kategorien wie Finanzen, Unterhaltung, Reisen, Fotografie und mehrere Spielgenres) unterteilt sind. Insgesamt umfasst die zehnte Ausgabe 25 Milliarden Installationen und 52 Milliarden App-Öffnungen von 16.000 Apps und vergleicht 490 Werbenetzwerke.

Die vollständige Version des aktuellen AppsFlyer Performance Index zur Ansicht:
<https://www.appsflyer.com/performance-index/>

Über AppsFlyer

AppsFlyer, der weltweite Marktführer in den Bereichen Mobile Attribution und Marketing Analytics, befähigt Marketer auf Basis von aussagekräftigen Messungen und Analyselösungen, ihr Mobilgeschäft auszubauen und innovativer zu sein. Entwickelt mit höchsten Ansprüchen an Privatsphäre und Datenschutz verfolgt AppsFlyer einen kundenzentrierten Ansatz, um mehr als 12.000 Marken und mehr als 6.000 Technologiepartner darin zu unterstützen, täglich bessere Entscheidungen zu treffen. Zu den Investoren von AppsFlyer gehören unter anderem General Atlantic, Qumra Capital, Goldman Sachs' investment arm, DTCP (Deutsche Telekom Capital Partners), Eight Roads, Pitango Venture Capital und Magma Venture Partners. Weitere Informationen unter <http://www.appsflyer.com>