



Neuer Finanz-App-Report von AppsFlyer: FinTech-Vermarkter investierten 2020 drei Milliarden US-Dollar in die Nutzerakquise

- *Die Nachfrage nach Finanz-Apps stieg im Jahr 2020 in Deutschland signifikant um 161 Prozent, im Vorjahr waren es noch 94 Prozent*
- *In Deutschland dominieren Investment Apps deutlich mit 81 Prozent aller Installationen*
- *Trotz des für den Finanzsektor herausfordernden Jahres 2020 sind die Remarketing-Maßnahmen um das Dreifache gestiegen, nicht-organische Installationen nahmen weltweit um 270 Prozent zu*

SAN FRANCISCO/BERLIN, 9. Juni 2021 – Die Nachfrage nach FinTech Apps ist weltweit rasant gestiegen. Das belegt die heute veröffentlichte Studie „[The State of Finance App Marketing](#)“ von [AppsFlyer](#), dem weltweit führenden Anbieter von Mobile Attribution und Marketing Analytics. Demnach stiegen die Downloadraten in den vergangenen zwei Jahren weltweit um 132 Prozent, allein Deutschland verzeichnet einen Anstieg um 94 Prozent im selben Zeitraum. Treiber dieser Entwicklung ist die Corona-Pandemie – sie hat direkte Auswirkungen darauf, wie Verbraucher mit Finanzinstituten interagieren und wie die Institute selbst arbeiten. Die Branche reagierte auf den Trend mit hohen Investitionen: 2020 flossen weltweit drei Milliarden US-Dollar in die Nutzerakquise. In Deutschland stiegen marketinggetriebene Installationen im gleichen Zeitraum um 230 Prozent.

„FinTech hat im vergangenen Jahr eine rasante digitale Transformation erlebt und führt selbst bei denjenigen, die sich nur zögerlich anpassen, zu einem Umdenken“, erklärt Ben Jeger, Managing Director Central Europe bei AppsFlyer. „Marketer erzielen eine höhere Effizienz bei ihren Ausgaben, indem sie dem steigenden Cost-per-Install-Trend folgen und sich auf die Nutzerakquise konzentrieren, um die neue Nachfrage zu bedienen. Zudem sollten sie auch kostengünstigere Remarketing-Kampagnen in Betracht ziehen, um ihre Marke inmitten des steigenden Wettbewerbs nach vorn zu bringen, und dabei den Registrierungs-Funnel – die Zeit von der Installation bis zur Registrierung des Nutzers – stetig optimieren.“

Investment Apps boomen in Deutschland

Die Nachfrage nach Finanz-Apps in Westeuropa wuchs 2020 um beachtliche 85 Prozent, Deutschland legte sogar um 161 Prozent zu. „In Anbetracht der Tatsache, dass marketinggetriebene Installationen um 270 Prozent kletterten und die durchschnittliche Finanz-App in der EMEA-Region 128 Tsd. US-Dollar im ersten Quartal 2021 für die Nutzerakquise ausgegeben hat, gehen wir davon aus, dass Vermarkter weiterhin und für den Rest des Jahres aggressive Akquisitionskampagnen durchführen werden“, erläutert Ben Jeger.



Besonders beliebt bei deutschen Verbraucher:innen sind Investment Apps. Angesichts niedriger Zinsen und weiter steigender Kurse entdecken immer mehr Menschen die Welt der Aktien, ETFs oder Kryptowährungen. Entsprechend entfielen 81 Prozent aller Installationen auf Investment Apps – ein deutlicher Vorsprung vor Finanzdienstleistungen (10,8 Prozent) und digitalen Bankgeschäften (7,8 Prozent).

Globale Key Findings im Überblick

- **Die Zahl der Installationen digitaler Banken-Apps stieg um 45 Prozent, während traditionelle Banken im Jahr 2021 um 22 Prozent zulegten.** Die Installationen von Finanz-Apps stiegen zwar insgesamt um 20 Prozent, allerdings verzeichneten digitale Finanzdienstleistungen und traditionelle Banken-Apps im Jahr 2020 nur einen Anstieg von 15 Prozent. Erst im 1. Quartal 2021 nahmen traditionelle Banken mit einem Anstieg der Installationen um 22 Prozent Fahrt auf.
- **3,3-faches Wachstum bei der Anzahl der Remarketing Conversions in 2020.** Nach einem Rückgang der Ausgaben um 32 Prozent im 2. Quartal 2020 erholte sich diese Entwicklung im 3. Quartal. Angesichts steigender Kosten für die Nutzerakquise erhöhten die Vermarkter ihre Aktivitäten im Remarketing, die bis zum 1. Quartal 2021 um das Dreifache anstiegen. Insgesamt setzte sich das Wachstum der nicht-organischen Installationen mit 172 Prozent zwischen 2019 und heute weiter fort.
- **Die Nachfrage nach Finanz-Apps steigt weltweit.** 29 der 40 wichtigsten Finanzmärkte (nach App-Installationen) verzeichneten ein Wachstum von mindestens 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dabei dominierte die Anzahl der Installationen in den Entwicklungsmärkten. Die durchschnittliche Downloadrate dort lag um 70 Prozent höher als in den entwickelten Märkten, wobei Indien, Brasilien und Indonesien fast die Hälfte der weltweiten Downloads ausmachten.

Methodik

Die Studie „The State of Finance App Marketing“ von AppsFlyer ist eine anonyme Zusammenfassung von proprietären globalen Daten, die von 4,7 Milliarden Finanz-App-Installationen gesammelt wurden. Davon entfielen 700 Millionen Installationen und 230 Millionen nicht-organische Installationen auf die EMEA-Region.

Die vollständige Version der aktuellen AppsFlyer Studie „The State of Finance App Marketing“ ist hier abrufbar: <https://infogram.com/1pyxyjl7qwj3qc379je50q5psy3elz69k>

Über AppsFlyer

AppsFlyer ist der weltweite Marktführer in den Bereichen Mobile Attribution und Marketing Analytics. Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer mit unabhängigen Messlösungen und innovativen Technologien bei Ausbau und Schutz ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer verfolgt einen kundenzentrierten Ansatz und hilft über 12.000 Marken und über 8.000 Technologiepartnern dabei, täglich bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. <http://www.appsflyer.com>