



Neuer Performance Index von AppsFlyer: Apples ATT hat erhebliche Auswirkungen auf die Mobile App-Branche

- *Erster branchenweiter SKAN-Index zeigt auf, welche Netzwerke sich an die neue ATT-Realität angepasst haben*
- *Apple Search Ads genießt vollen Datenzugriff und ist damit die neue Nummer 1 unter iOS*
- *Facebook verliert an Einfluss, Google dominiert weiterhin Android und baut Vorsprung aus*

San Francisco/Berlin, 20. Oktober 2021 – [AppsFlyer](#), die Plattform für Marketing Measurement und User Experience, hat heute die 13. Ausgabe seines [Performance Index](#) veröffentlicht, der die Top-Medienquellen im Bereich der mobilen Werbung bewertet. Neu ist der SKAN-Index: Das branchenweit erste SKAdNetwork Ranking spiegelt die neue Realität des Datenschutzes wider, die durch die Durchsetzung von Apples App Tracking Transparency Framework (ATT) entstanden ist.

Der Einfluss von ATT auf die Mobilbranche ist beträchtlich: TikTok For Business verweist Facebook im ersten SKAN-Index auf den zweiten Platz. Bislang hatte Facebook die SKAdNetwork-iOS-Rangliste angeführt. Auch beim Retention Index unter zustimmenden Nutzern verlor das soziale Netzwerk den ersten Platz – an Apple Search Ads (ASA). Google hingegen dominiert, wie auch schon in früheren Rankings von AppsFlyer, weiterhin den Android-Markt und sorgt für die größte Anzahl an Installationen im App-Marketing.

TikTok For Business führt das Power Ranking im ersten SKAN-Index der Branche an

TikTok For Business hat sich sechs Monate nach der Durchsetzung von Apples ATT am besten an SKAdNetwork angepasst und setzt sich an die Spitze des Power Rankings. Facebook schaffte es nur noch auf den zweiten Platz, belegt aber aufgrund seiner Reichweite den ersten Platz im Volume-Ranking. TikTok For Business liegt hier auf Rang fünf.

AppLovin belegt sowohl im Power- als auch in der Volume-Ranking den dritten Platz. Google Ads schaffte es im Power Ranking nur auf den vierten Platz, konnte sich aber die Silbermedaille im Volume-Ranking sichern, obwohl Google traditionell nicht die dominanteste Medienquelle bei iOS ist.



„Der Performance Index kommt zu einem spannenden Zeitpunkt: Die Branche befindet sich nach der Durchsetzung von Apples ATT im vergangenen April noch im Umbruch“, kommentiert Ben Jeger, Managing Director Central Europe bei AppsFlyer. „Die gesamte Branche spürt nun die ersten Erschütterungen durch die dynamischen Veränderungen – Werbetreibende müssen ihre Entscheidungen auf der Grundlage von Daten treffen.“

Google dominiert weiterhin Android und vergrößert seinen Vorsprung

Google treibt weiterhin exponentiell die größte Anzahl von Installationen im App-Marketing voran und baut seinen Vorsprung vor Facebook bei Android-Geräten aus. In Westeuropa belegt der Suchgigant den ersten Platz im Power- und im Volume-Ranking des Retention Index der Gaming- und Nicht-Gaming-Kategorien mit Ausnahme von beispielsweise Arcade oder Strategy. Die einzige Kategorie, in der Google weltweit nicht den ersten Platz belegt, sind Racing-Games. Der größte Teil des Wachstums kam aus dem Gaming-Bereich: Hier ist der Anteil an den weltweiten App-Installationen im Vergleich zwischen dem zweiten Halbjahr 2020 und dem ersten Halbjahr 2021 um 5 % gestiegen.

Dank seiner unübertroffenen Reichweite bei Android ist Google auch im Power Ranking des In-App-Werbe-Index (IAP) für Spiele – mit Ausnahme von Strategie-Spielen – sowohl weltweit als auch in Westeuropa ganz vorn dabei und reiht sich sehr knapp hinter Facebook auf Platz zwei ein. Weltweit beansprucht der Internetriese weiterhin den ersten Platz im Power Ranking für Nicht-Spiele sowie in der Gruppe der Casual Games.

Der Remarketing Index zeigt, dass Facebook diese Kategorie zwar immer noch weltweit dominiert, Google aber aufholt und in Europa sogar schon den Spitzenplatz einnimmt. Tatsächlich hat Google seinen Anteil am App-Remarketing-Umsatz im Vergleich zwischen dem zweiten Halbjahr 2020 und dem ersten Halbjahr 2021 um 33 % erhöht.

Apple Search Ads überholt Facebook bei zustimmenden Nutzern auf iOS weltweit

Der Performance Index zeigt zudem auf, dass Apple Search Ads (ASA) unter den zustimmenden Nutzern sowohl im globalen Power- als auch im Volume-Ranking des Retention Index den ersten Platz einnimmt. Tatsächlich strömten iOS-Vermarkter nach der Durchsetzung von ATT zu ASA – in nur sieben Wochen erreichte ASA fast 60 % des Traffics aus dem vorherigen Index, der die gesamte zweite Hälfte von 2020 abdeckte.

ASA ist die einzige Medienquelle bei iOS, die unabhängig von SKAdNetwork funktioniert und Nutzer deterministisch zuordnet. Obwohl ASA in den Rankings nicht mit anderen Medienquellen verglichen wird, hat AppsFlyer für ASA und seine Konkurrenten trotz der Unterschiede in ihrer Funktionsweise die gleiche Methodik angewandt. Denn: ASA erfasst das Nutzervolumen mit voller Datengranularität, und das ist letztlich das, was Marketer brauchen.



Der Vorteil von ASA zeigte sich auch im In App Purchases (IAP) Index, wo es Facebook überholte und den ersten Platz im globalen Power- und Volume-Ranking belegte, indem es qualitativ hochwertige Nutzer in großem Umfang anlockte. Im Non-Gaming-Bereich kam es dabei auf den ersten Platz, im Gaming-Bereich auf den zweiten.

In Westeuropa wurde das Power Ranking des Retention Index für Spiele jedoch von ironSource angeführt, während Unity Ads den ersten Platz im Volumen-Ranking belegte. ASA belegte sowohl im Power- als auch im Volume-Ranking für Nicht-Gaming-Apps den ersten Platz.

Methodik:

Der Performance Index von AppsFlyer hat insgesamt 623 Medienquellen, 33 Milliarden Installationen und über 17.000 Apps analysiert und ausgewertet. Daraus ergab sich der SKAN-Index mit 150 Millionen Postbacks von über 3.000 Apps. Um die Genauigkeit der Daten während dieser Übergangsphase zu gewährleisten, nutzte AppsFlyer die SKAN-Daten vom 1. August bis zum 30. September 2021.

Die vollständige Version des aktuellen AppsFlyer Performance Index finden Sie unter:
<https://www.appsflyer.com/resources/reports/performance-index/>

Über AppsFlyer

AppsFlyer unterstützt Marken, durch innovative, datenschutzfreundliche Mess-, Analyse-, Betrugsschutz- und Engagement-Technologien gute Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kunden zu treffen. AppsFlyer basiert auf der Idee, dass Marken den Datenschutz ihrer Kunden erhöhen und gleichzeitig außergewöhnliche Erlebnisse bieten können. Das Unternehmen hilft Tausenden von App-Entwicklern und mehr als 8.000 Technologiepartnern dabei, bessere und sinnvollere Kundenbeziehungen zu gestalten.

<http://www.appsflyer.com>