



**Neuer AppsFlyer-Report:
E-Commerce-Apps haben weltweit
6,1 Milliarden US-Dollar für neue User:innen ausgegeben**

*Kurz vor der Shopping-Saison zwingen die rückläufigen E-Commerce-Ausgaben
Marketer:innen zu mehr Effizienz*

SAN FRANCISCO/BERLIN, 21. September 2022 – AppsFlyer hat heute den „[State of eCommerce App Marketing](#)“-Report für das Jahr 2022 veröffentlicht, der die wichtigsten globalen Trends aufzeigt. Diese dienen Marketer:innen als Entscheidungsgrundlage, um Mobile-First-Erlebnisse zu schaffen und sowohl User Engagement als auch die Umsätze in der anstehenden Shopping-Saison anzukurbeln.

Die Zeiten, in denen der E-Commerce infolge der Covid-19-Pandemie ein erhebliches Wachstum verzeichnete, sind vorbei. E-Commerce im Allgemeinen und das App Marketing im Besonderen zeigen eine natürliche Verlangsamung. Im Jahr 2022 zieht der E-Commerce nicht mehr die gleiche Anzahl neuer Nutzer:innen an, und steigende Preise fordern ihren Tribut bei Marketingbudgets und deren Planung. Mit Blick auf das Weihnachtsgeschäft, das in diesem Jahr von einem wirtschaftlichen Abschwung, Lieferunterbrechungen sowie anhaltenden Änderungen bei Datenschutz und Datenbeschränkungen geprägt ist, sollte bei Marketingverantwortlichen die Effizienz im Vordergrund stehen.

„Ein wahrscheinlicher Abwärtstrend bei E-Commerce-Apps ist nicht das Ende der Welt für Marketer:innen – schließlich gilt der November mit dem Black Friday und dem Singles Day in den meisten Märkten als bester Monat des Jahres für App-Installationen und Umsätze“, so Ben Jeger, Managing Director Central Europe, AppsFlyer. „Insbesondere in diesem Jahr könnten die Verbraucher:innen aufgrund der Fußballweltmeisterschaft auch in der Weihnachtszeit noch mehr in Konsumstimmung sein. Daher sollten sich Apps auf Remarketing konzentrieren, um die Nutzer:innen zu halten, die sie in den letzten Jahren gewonnen haben. Publisher sind zudem gut beraten, das Beste aus ihren Owned-Media-Kanälen zu machen.“

Wichtige globale Trends aus dem Report:

- **E-Commerce-Apps gaben 6,1 Milliarden US-Dollar für die Nutzer:innenakquise aus, dennoch sind die globalen Werbeausgaben im Jahresvergleich um mehr als 50 % eingebrochen**, was auf die steigenden iOS-Mediakosten, die Rückkehr zur relativen Normalität nach Covid und andere makroökonomische Trends zurückzuführen ist.



- Auf Deutschland entfielen davon circa 154 Mio. US-Dollar (84 Millionen auf iOS sowie 70 Millionen auf Android). Der steigende und volatile CPI reagierte mit einem Rückgang von 55 % im Januar bei Android und einem steilen Rückgang von 53 % bei iOS.
- **Die Installationen von E-Commerce-Apps auf Android sanken weltweit um 5 % (H1 2021 vs. H1 2022), mit Ausnahme von Indien, das einen erheblichen Zuwachs an neuem Traffic verzeichnete.** iOS-Installationen wiesen im gleichen Zeitraum ebenfalls einen leichten Rückgang von 4 % auf, nachdem die Downloads während der Covid-Pandemie stark angestiegen waren.
- **Owned Media Conversions stiegen plattformübergreifend um 360 % im Vergleich zum Vorjahr (Juli 2021 bis Juli 2022).** Dies zeigt, dass Marketer:innen inzwischen alles tun, um mehr aus den knappen Budgets herauszuholen.
- **Der iOS CPI stieg im Jahresvergleich um 60 % (H1 2022 vs. H1 2021)** und erreichte 4,20 US-Dollar. Im Gegensatz dazu sank der CPI für Android im gleichen Zeitraum um 15 %, obwohl er von April bis Juni kurzzeitig um 30 % gestiegen war.
- **Die 30-Tage-Verweildauer auf Android sank um 13 %, da mobile Nutzer:innen weiterhin neue Apps und Services ausprobiert haben.** Unterdessen nahm die Verweildauer bei iOS um 5 % ab, wobei sie insgesamt besser ist als bei Android – was dem historischen Trend entspricht.

Methodik

Der Report „State of eCommerce App Marketing“ von AppsFlyer ist eine anonyme Zusammenfassung von proprietären globalen Daten von 5,1 Milliarden App-Installationen von 700 Apps und 26 Milliarden Remarketing-Conversions in aggregierter Form.

State of eCommerce App Marketing ist ab sofort hier verfügbar: <https://www.appsflyer.com/resources/reports/shopping-app-marketing-trends>

Über AppsFlyer

AppsFlyer unterstützt Marken, durch innovative, datenschutzfreundliche Mess-, Analyse-, Betrugsschutz- und Engagement-Technologien die richtigen Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kundinnen und Kunden zu treffen. AppsFlyer basiert auf der Idee, dass Marken den Datenschutz ihrer Kundinnen und Kunden erhöhen und gleichzeitig außergewöhnliche Erlebnisse bieten können. Das Unternehmen hilft Tausenden von App-Entwicklern und mehr als 10.000 Technologiepartnern dabei, bessere und sinnvollere Kundenbeziehungen zu gestalten.

<https://www.appsflyer.com/de/>