



Großer AppsFlyer-Rückblick auf Datentrends 2022 – App-Marketing-Ausgaben weltweit bei 80 Milliarden US-Dollar

SAN FRANCISCO/BERLIN, 21. Dezember 2022 – [AppsFlyer](#) hat seine [Top Mobile Datentrends für das Jahr 2022](#) veröffentlicht.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

Apps gaben im Jahr 2022 80 Milliarden US-Dollar für die Nutzerakquise aus, ein leichter Rückgang nach dem Boom im Jahr 2021.

Die weltweiten Budgets für die Akquise von App-Nutzer:innen, einschließlich China, lagen im Jahr 2022 insgesamt bei schätzungsweise 80 Milliarden US-Dollar. Diese Zahl stellt einen leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr dar, nachdem die Werbeausgaben 2021 aufgrund des pandemiebedingten digitalen Booms um 40 % angestiegen waren.

Gaming stellt mit 27 Milliarden US-Dollar die größte App-Marketing-Kategorie, gefolgt von Finance mit 8,5 Milliarden, Casino-Apps mit 5,2 Milliarden und Shopping mit Werbeausgaben von 3,4 Milliarden US-Dollar weltweit (ohne China).

Werbeausgaben im Jahresvergleich 5 % niedriger, gegen Ende des Jahres zeigt sich die Wirtschaftskrise besonders.

Auf das gesamte Jahr gesehen sind die Werbeausgaben für Apps um 5 % gesunken. Betrachtet man jedoch die letzten drei Monate, zeigt sich ein deutlicher Unterschied zu 2021: Damals stiegen zum Ende des Jahres die Budgets um 8 %, während sie zum Jahresende 2022 um 20 % zurückgingen.

Gaming Apps agieren krisenresistenter, Finance Apps und Lieferdienste müssen sparen.

Gaming Apps konnten ihre Werbebudgets erhöhen, während die Nicht-Gaming-Branche ihre Budgets kürzen musste. Dabei ging der Rückgang in diesem Bereich vor allem auf Finance Apps im Allgemeinen und Krypto-Apps im Besonderen zurück – diese Apps hatten zugleich die höchsten Kosten pro Installation (CPI) im Nicht-Gaming-Bereich. Auch die Lebensmittel-Liefer-Apps konnten im Jahr 2022 bei Weitem nicht mehr so viel Budget in Werbung investieren wie im Jahr zuvor.

Die Gesamtzahl der App-Installationen steigt im Jahresvergleich um 10 %.

15 Jahre nach dem allerersten iPhone zeigt der Mobile App-Markt Anzeichen von Reife und wächst weniger stark. Doch auch 2022 wurde immer noch ein Anstieg der gesamten Installationen um 10 % im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Android-Installationen stiegen um 9 %. Dies war in erster Linie auf das Wachstum von 18 % auf dem größten Android-Markt Indien zurückzuführen. Die iOS-Installationen stiegen nach ihrem Tiefstand mit der Einführung von Apples Datenschutz-Framework ATT vom letzten Jahr um 16 %.



Höhere Werbelast nach Apples ATT.

Durchschnittsnutzer:innen bekommen nach den Änderungen von iOS 14 mehr Werbung, die wahrscheinlich weniger relevant ist, angezeigt als vorher. Instagram, YouTube und TikTok haben neue Anzeigen-Formate mit größerem Inventar eingeführt, da die bestehenden Formate nach Apples ATT schlechter dastehen.

Owned Media-Einsatz steigt weiter an.

Angesichts der Herausforderungen durch steigende Kosten und Datenschutz-Einschränkungen boomt die Nutzung von Owned Media bei iOS Apps. Die Ansprache bestehender Nutzer:innen durch Push-Benachrichtigungen, E-Mails und In-App-Nachrichten stieg bei iOS Apps seit April um fast 45 % – im Vergleich dazu wuchs der Owned Media-Einsatz bei Android Apps nur um 17 %.

Die Methodik

Für den Report analysierte AppsFlyer über 20.000 Apps und 40 Milliarden Gesamtinstallationen. Diese Daten wurden mit einer branchenweiten Extrapolation auf der Grundlage von Schätzungen Dritter kombiniert. Weitere Details zur Methodik sind im vollständigen Report [AppsFlyer Data Trends for 2022](#) nachzulesen.

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.

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