



AppsFlyer stellt neue PC- und Konsolen-Messlösung für Gaming-Unternehmen vor, um über Mobile hinaus zu wachsen

Das neueste Angebot von AppsFlyer ermöglicht es Mobile-Gaming-Studios und -Entwicklern, weitere Einnahmequellen und Chancen durch Performance-Marketing über alle beliebten Plattformen hinweg zu erschließen

SAN FRANCISCO/BERLIN, 24. Mai 2023 – AppsFlyer kündigt heute die Erweiterung seiner Messlösung auf PC und Konsolen an. Als erste marktreife Lösung dieser Art ermöglicht es AppsFlyer nun Spieleentwicklern, -marketers und -studios, ihre Kampagnenmessung zu optimieren und neue Umsatzmöglichkeiten zu erschließen, indem sie Spieler und Spielerinnen mit Marketingkampagnen auf PCs, Spielkonsolen und allen anderen Plattformen, Geräten oder Channels erreichen. Mit der Markteinführung können Mobile-Gaming-Unternehmen neue und spannende Wege beschreiten, um außergewöhnliche Spielerlebnisse zu liefern, Spieler:innen zu gewinnen und zu binden und so ihr Geschäft auszubauen.

„Während wir die Messmethoden für Brands und Marketers weiter verbessern, geben wir Gaming-Unternehmen die Werkzeuge an die Hand, die sie brauchen, um plattformunabhängig das Beste aus ihrem Marketing rauszuholen. Wir eröffnen neue Möglichkeiten, die vorher nicht verfügbar waren“, sagt Adam Smart, Director of Product Gaming bei AppsFlyer. „Für Game Marketers und -Developer ist es wichtiger denn je, außergewöhnliche Erlebnisse zu bieten, die sich über alle Plattformen hinweg fortsetzen. Die Möglichkeit, alles an einem zentralen Ort zu messen, ist wie der „Heilige Gral“. Die neue PC- und Konsolen-Messlösung von AppsFlyer bietet genau das – einen ganzheitlichen Blick von der Nutzerakquise bis zur Post-Conversion – und liefert Marketingspezialist:innen die Erkenntnisse, die sie benötigen, um die Budgetverteilung, die Performance, den Lifetime Value (LTV) und den Return on Investment (ROI) über Mobile, Connected TV (CTV), PC, Konsole und Web zu analysieren – alles auf einer einheitlichen Plattform.“

Angesichts der Tatsache, dass die Zahl der Nutzer:innen, die auf verschiedenen Geräten und Plattformen spielen und miteinander kommunizieren, stetig zunimmt, müssen Spieleunternehmen neue Wege finden, um Spieler und Spielerinnen zu gewinnen und zu binden, die mehrere Plattformen nutzen, – und ihre Einnahmen in einem gesättigten Markt zu steigern. Angesichts der fortschreitenden Entwicklung hin zu mehr Datenschutz im Mobile-Ökosystem benötigen Marketers und Developer ausgefeilte Messlösungen, um die Ausweitung von Mobile Games auf PC und Konsole erfolgreich zu gestalten.

„Gaming wird immer mehr zu einem Treffpunkt, um sich über alle Plattformen hinweg zu vernetzen und Kontakte zu knüpfen – einschließlich Mobile, Konsole und PC“, sagt Cole Carnes, Senior Growth Marketing Manager bei Kabam, den Machern des weltweiten Mobile Blockbusters „Marvel Contest of Champions“ und des plattformübergreifenden Titels „Shop Titans“. „Die Fähigkeit von AppsFlyer, unsere Marketing-Aktivitäten zu messen, ist für die Maximierung des User Engagements und den Ausbau neuer Geschäftsbereiche unerlässlich,



während wir gleichzeitig unser Content-Angebot für unsere Spielerinnen und Spieler kontinuierlich verbessern."

Mit der PC- und Konsolen-Messung von AppsFlyer können Developer und Marketers von Games die 70 Prozent an PC- und Konsolenspieler:innen, die zwischen den Plattformen wechseln¹, besser verstehen und, was noch wichtiger ist, datengestützte Entscheidungen treffen, die ein nachhaltiges Wachstum befördern. Spielehersteller können somit:

- **Performance-Marketing-Kampagnen auch auf PC und Konsole freischalten:** Ressourcen und Budgets zugunsten der besten Marketingaktivitäten und -kanäle zuweisen sowie Optimierung des gesamten Funnels über Plattformen, Geräte und Netzwerke hinweg.
- **Die Kampagnen-Performance von In-Game Events messen und analysieren:** Marketers können jetzt In-Game Events nach der Conversion über alle Spieleplattformen hinweg messen, einschließlich Steam, Epic, Xbox, Playstation, Nintendo Switch, Meta Quest, macOS App Store und Windows Store.
- **Den Return on Ad Spend (ROAS) plattformübergreifend mit Cross-Plattform-Kampagnenmessung nachweisen:** Steigerung des Wachstums, indem potenzielle Spieler:innen dort erreicht werden, wo sie sich aufhalten – egal, ob sie im Internet surfen, ihre mobilen Geräte nutzen, Inhalte auf CTV ansehen oder auf Owned Media Kanälen unterwegs sind. Kampagnen lassen sich genau messen und die Rentabilität der Werbeausgaben (ROAS) nachweisen.
- **Alle Marketingkampagnen an einem Ort:** Marketers können sich ein vollständiges Bild von der Verteilung des Werbebudgets und der Kampagnenleistung über mehrere Plattformen, Geräte und Kanäle hinweg verschaffen. Dabei haben sie Werbeausgaben und Performance-Metriken in Echtzeit im Blick, um fundierte Entscheidungen zu treffen und Kampagnen für eine maximale Wirkung zu optimieren.

„Die traditionellen Grenzen zwischen den Plattformen verschwimmen immer mehr. Auf dem heutigen Games-Markt nutzen Spieler und Spielerinnen mehr Plattformen als je zuvor“, sagte Tom Wijman, Lead Analyst bei Newzoo, einem führenden globalen Anbieter von Daten und Analysen zu Spielen und eSports. „Die Studie von Newzoo zeigt, dass diese Multiplattform-User:innen mit größerer Wahrscheinlichkeit für Spiele bezahlen und im Durchschnitt mehr Zeit pro Woche mit dem Spielen verbringen. Daher ist es für Entwickler und Publisher sinnvoll, eine plattformübergreifende Strategie zu verfolgen, um sicherzustellen, dass ihr Spiel auf dem Gerät zur Verfügung steht, auf dem Gamer:innen in dem Moment spielen wollen. Ein Tool, mit dem man die Effektivität dieser Strategie über all diese Geräte hinweg messen kann, ist außerordentlich wertvoll.“

¹ [Newzoo PC & Console Gaming 2023](#)



Mehr erfahren

- **Wie Spieleentwickler neue Einnahmequellen [erschließen können](#)**
- **Der neueste [State of Gaming App Marketing Report](#), Ausgabe 2023**
- **Neueste Nachrichten von AppsFlyer auf [LinkedIn](#).**

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>