



“Wisch und weg” als Bumerang: 60% aller Dating-Apps werden direkt wieder gelöscht

- **60% aller Dating-Apps werden in Deutschland binnen 30 Tagen gelöscht**
- **Datings Apps haben in Deutschland im Schnitt 13 Stunden, um Nutzer:innen zu überzeugen**
- **App-Betreiber versprechen in der Werbung oft zu viel**

Berlin, 14. Februar 2024 – Ein Wisch nach links, ein Wisch nach rechts: Die Dating-App Tinder hat die digitale Partnersuche revolutioniert und einen Milliarden Markt erobert, der stetig neue Anbieter hervorbringt. Doch die Nutzer:innen sind anspruchsvoll: In 60% der Fälle löschen deutsche Flirt-Suchende binnen der ersten 30 Tage bereits die App. Das zeigt eine kürzlich von AppsFlyer durchgeführte Analyse zum Nutzerverhalten bei Dating-Apps, bei der 100 Dating-Apps weltweit für Android und iOS untersucht wurden.

Erstaunlich ist auch, dass es im Schnitt sogar nur 13 Stunden dauert, bis eine uninteressante Dating-App wieder gelöscht wird.

Zu große Versprechungen oder Trend zum Offline-Dating?

“Ob die hohe Deinstallationsrate von Dating-Apps mit mangelnder Geduld der Nutzer:innen bei der Partnersuche erklärt werden kann oder ob es in der Post-COVID-Ära sogar ein Rückbesinnen auf das Offline-Dating gibt, dazu sagen die Daten alleine nichts. Wir gehen davon aus, dass viele App-Betreiber in ihren Werbemaßnahmen zu hohe Erwartungen wecken. Werden diese nicht erfüllt und Datenschutzbedenken nicht ausgeräumt, wird die App postwendend wieder vom Smartphone gelöscht,” sagt Ville Mikkola, Regional Director DACH bei AppsFlyer.

Keine Dates in Kasachstan?

Beim Blick in den aktuellen App-Uninstall-Report der Mobile Measurement Plattform, liegt Deutschland bei der Deinstallationsrate von Dating-Apps im Mittelfeld. Spitzenreiter ist Kasachstan: Hier werden Dating-Apps in 98% der Fälle binnen 30 Tagen wieder gelöscht. Auch hier können die Urheber:innen des Reports nur spekulieren, ob die Nutzer:innen besonders enttäuscht sind oder im Gegenteil so schnell erfolgreich bei der Partnersuche sind, dass die App unnütz geworden ist. Ein weiterer Aspekt ist sicherlich, dass Nutzer:innen in diesen Ländern weniger High-End Geräte benutzen und somit weniger Speicherplatz zur Verfügung haben.

Die Loyalsten – oder am längsten nach Partner:innen suchenden – Kundinnen und Kunden erreichen Dating-Apps in den USA (43% Deinstallationsrate) und Japan (53%).



Andere Apps haben deutlich größere Haltbarkeit

In anderen Kategorien gelingt App-Betreibern die Bindung deutscher Abonnentinnen und Abonnenten wesentlich besser. Der aktuelle App-Uninstall-Report von AppsFlyer zeigt bei einer Betrachtung über den Zeitraum von Januar 2022 bis Dezember 2023, dass im Bereich Shopping nur 31% der Apps innerhalb der ersten 30 Tage gelöscht wurden, in der Kategorie "News und Magazine" nur 28%.

Hinweise zur Methodologie

Dating-App Analyse:

Für die Analyse der Dating-Apps analysierte AppsFlyer im Zeitraum Oktober 2023 bis Januar 2024 100 Dating-Apps weltweit für Android und iOS und untersuchte dabei sowohl Apps, die organisch als auch als Ergebnis von Marketingaktivitäten (nicht-organisch) heruntergeladen wurden.

App-Uninstall-Report:

AppsFlyer hat für den Report 4 Milliarden Installationen von über 5.000 Apps aus mehreren Kategorien mit Deinstallationsattribution von Januar 2022 bis einschließlich Dezember 2023 untersucht.

Für beide Analysen gilt:

Die Deinstallationsrate wurde berechnet, indem die Anzahl der Deinstallationen innerhalb von 30 Tagen nach dem Herunterladen einer App durch die Gesamtzahl der Installationen dividiert wurde.

Alle Ergebnisse beruhen auf vollständig anonymen und aggregierten Daten. Um die statistische Validität zu gewährleisten, befolgen wir strenge Mengenschwellen und Methoden

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.

www.appsflyer.com/de