



AppsFlyer veröffentlicht globale App-Markt-Analyse 2025: App User Acquisition wächst 2024 um 5 Prozent und erreicht 65 Milliarden US-Dollar

- **Installationen von Gen AI Consumer Apps steigen um 200 Prozent**
- **International auf dem 3. Platz – Deutschlands Werbeausgaben im Non-Gaming wachsen um 25 Prozent**
- **Weltweit starke Zunahme von In-App-Käufen (IAP) im Non-Gaming**

Berlin, 10. Januar 2025 – AppsFlyer, weltweit führender Anbieter von Marketing Measurement, Attribution und Datenanalyse, veröffentlicht den jährlichen Rückblick auf die [Mobile-App-Trends 2024](#). Das vergangene Jahr verzeichnete ein bemerkenswertes Wachstum bei den Werbeausgaben für Nutzerakquise und bei Umsätzen, dank fortschrittlicher Monetarisierungsstrategien und der verstärkten Nutzung von KI im Marketing. Der KI-Boom spiegelt sich auch in den App-Installationen: Bei Gen AI Consumer Apps war hier für Paid Installs ein deutlicher Anstieg um 200 % im Vergleich zum Vorjahr zu beobachten. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass sich die Branche erfolgreich an die kontinuierlichen Marktveränderungen angepasst hat.

Deutschland belegt bei Wachstum der Werbeausgaben im Non-Gaming-Bereich den 3. Platz

Im weltweiten Vergleich belegte Deutschland 2024 den dritten Platz beim Wachstum der Werbeausgaben im Non-Gaming-Bereich mit einem Anstieg von 25 % im Vorjahresvergleich. Dies weist auf eine positive Marktdynamik in dem Sektor hin, zu dem Finance-, Entertainment, Reise-, Food & Drink- sowie Shopping-Apps gehören. Die Werbeausgaben im Gaming-Bereich gingen dagegen im gleichen Zeitraum etwas zurück (- 5 %) und spiegeln damit die breiteren europäischen und globalen Gaming-Trends wider.

„Das Wachstum im Non-Gaming-Bereich wurde durch fortschrittliche Monetarisierungsstrategien und die Einführung von Owned-Media-Technologien vorangetrieben, die die Personalisierung verbessern und hybride Nutzererlebnisse fördern“, erklärt Ville Mikkola, Regional Director DACH bei AppsFlyer. „Während die Werbeausgaben im Gaming-Sektor im Vergleich zum Vorjahr um 5 % zurückgegangen sind, was im Einklang mit europäischen Trends steht, unterstreicht die Widerstandsfähigkeit des Non-Gaming-Sektors die Dynamik der deutschen App-Wirtschaft. AppsFlyer konzentriert sich weiterhin darauf, Unternehmen mit den nötigen Tools und Erkenntnissen auszustatten, um in diesem hart umkämpften und sich wandelnden Markt erfolgreich zu sein“, so Mikkola weiter.

Weltweiter Trend: Aufschwung im Non-Gaming

In-App-Käufe (IAP) wuchsen weltweit außerhalb des Gaming-Sektors um fast 20 %, was sowohl auf ausgeklügelte Monetarisierungsstrategien als auch auf inflationsbedingte Preiserhöhungen zurückzuführen ist. Im Gaming-Sektor blieben die IAP-Umsätze entweder stabil oder verzeichneten leichte Rückgänge (Casino + 4 %, Midcore - 2 %, Casual - 5 %).

Auch die Werbeausgaben im Non-Gaming-Bereich stiegen global um 8 %, im Gegensatz zu einem Rückgang von 7 % in Gaming-Kategorien. Innerhalb dieser Entwicklung führten Finanz-Apps mit einem signifikanten Anstieg der Werbeausgaben um 61 % im Jahresvergleich, unterstützt durch die Fortschritte in den Bereichen Krypto und FinTech, während die Werbeausgaben für Reise-Apps um 20 % stiegen. Shopping-Apps verzeichneten einen moderaten Rückgang der Werbeausgaben um 8 %, was auf eine Normalisierung nach einem Anstieg im Jahr 2023 schließen lässt, der durch die aggressive globale Marktdurchdringung großer asiatischer Anbieter ausgelöst wurde.

Die Top-Datentrends 2024 von AppsFlyer im Überblick

- **Hybrid-Monetarisierung treibt IAA-Wachstum voran:** Die Einnahmen aus In-App-Werbung (IAA) stiegen im Jahresvergleich im Non-Gaming-Bereich um 26 % und im Gaming-Bereich um 7 %, getrieben durch die Einführung hybrider Casual-Monetarisierungsstrategien.
- **Dominanz generativer KI:** Globale Installationen wuchsen insgesamt moderat, während Apps mit generativer KI einen herausragenden Anstieg von 200 % für Paid Installs im Jahresvergleich verzeichneten.
- **Boom bei Freizeit-Kategorien:** Installationen von Freizeit-Apps wie Casino & Gambling (+ 102 %), Sportwetten (+ 93 %) und Lifestyle (+ 43 %) legten stark zu, während Kategorien wie Transport und Utilities stabil blieben.
- **Cross-Vertical-Investitionen:** Große Gaming-Werbenetzwerke verzeichneten einen Anstieg von 38 % bei Non-Gaming-Investitionen in Gaming-Inventare. Im Gegensatz dazu gab es einen Rückgang von 19 % bei Gaming-Investitionen innerhalb des Gaming-Marktes. Dieser Trend wird sich voraussichtlich 2025 fortsetzen, auch wenn Gaming-Apps insgesamt weiterhin den größten Anteil der Investitionen im Gaming-Sektor ausmachen werden.
- **Gaming-spezifische Veränderungen:** Casual Games verzeichneten ein moderates Wachstum der Werbeausgaben um 3 % und festigten ihren Marktanteil bei 64 %. Hypercasual Games blieben stabil (- 1 %), während Midcore- und Casino-Kategorien deutliche Rückgänge von 21 % bzw. 12 % hinnehmen mussten.
- **Ausweitung von Deep Linking:** Die Deep-Linking-Nutzung nahm in wichtigen Kanälen deutlich zu, da Marken sich auf Owned Media und die Maximierung des Lifetime Value bestehender Nutzer:innen konzentrierten: Web-to-App führte mit einem Wachstum von 77 %, gefolgt von E-Mail-to-App (+ 45 %), Text-to-App (+ 29 %) und QR-to-App (+ 16 %).
- **Remarketing überholt Paid Installs:** In Übereinstimmung mit dem Owned-Media-Trend stiegen Remarketing Conversions auf Paid Channels um 22 % im Jahresvergleich, deutlich mehr als das 2%ige Wachstum bei der Nutzerakquise.



- **KI-gesteuerte kreative Innovation:** Die Anzahl der Creatives, die von einer durchschnittlichen App produziert wurden, stieg 2024 um 40 % auf nicht weniger als 839 pro Monat. Dies wurde hauptsächlich durch Apps mit größeren Budgets angetrieben. Das Messen der kreativen Leistung ist zu einer unverzichtbaren Funktion geworden, um mit der schieren Menge an Creatives umzugehen, die für den Erfolg notwendig sind – ein Trend, der sich 2025 fortsetzen wird.

Methodologie

Die Mobile-App-Trends 2024 von AppsFlyer basieren auf einer anonymen Aggregation proprietärer globaler Daten, ausgenommen China, über 35.000 Apps aus Bereichen wie Gaming, E-Commerce, Lifestyle und mehr. Die Analyse umfasst 140 Milliarden Installationen, 53 Milliarden Remarketing Conversions und umfangreiche App-Engagement-Metriken auf iOS- und Android-Plattformen.

Über AppsFlyer

AppsFlyer unterstützt Marken dabei, fundierte Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kunden zu treffen – mit fortschrittlichen Lösungen in den Bereichen Messung, Datenanalytik, Deep Linking, Engagement, Betrugsschutz, Datenschutz und Data Clean Room. Basierend auf der Überzeugung, dass Datenschutz und außergewöhnliche Nutzererlebnisse Hand in Hand gehen können, hilft AppsFlyer Tausenden von Kreativen und mehr als 10.000 Technologiepartnern dabei, bessere und bedeutungsvollere Kundenbeziehungen zu schaffen.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.appsflyer.com>.