



## **KI, Retargeting und smartere Investitionen – Reise-Apps definieren 2025 Wachstum neu**

- AppsFlyer-Datenanalyse zeigt, wie Marketer von Reise-Apps ihre Strategien anpassen
- Retargeting: 75 % der Conversions stammen von bestehenden Nutzerinnen und Nutzern
- Reisebranche ist derzeit eines der leistungsstärksten mobilen Segmente in Europa

**Berlin, 14. Juli 2025** – Mit dem Beginn der Sommer-Urlaubssaison 2025 schlagen mobile Reise-Apps mit intelligenter Nutzerbindung, Lifecycle-Marketing und Künstlicher Intelligenz einen neuen Wachstumskurs ein. Laut einer aktuellen Datenanalyse vom Measurement-Experten AppsFlyer entstehen über 75 % aller Conversions in Reise-Apps durch Retargeting, da Marketer verstärkt darauf setzen, den Wert bestehender Nutzer:innen zu maximieren, statt die Retention nur mittels neuer Downloads zu generieren.

Die aggregierten Daten von etwa 300 Reise-Apps aus dem Vereinigten Königreich, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, den Niederlanden, Polen und den USA zeigen: Nur 20 % der größten Reiseunternehmen vereinen über 80 % Marktanteil auf sich – ein deutlicher Hinweis auf die zentrale Rolle von Kundenloyalität, Reaktivierung und Nutzerbindung in einem gesättigten Markt.

### **Wachstum neu gedacht – Reise-Apps überholen andere Branchen**

AppsFlyers Analyse fokussiert drei zentrale Subsegmente der Reisebranche:

- Integrierte Reise-Apps mit Hotel-, Flug- und Mietwagenbuchungen
- Hotelbuchungs-Apps
- Flugbuchungs-Apps.

Für diese drei Kategorien zusammen wurde in sechs westeuropäischen Ländern (UK, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, Niederlande) ein jährliches Wachstum der Erstinstallationen von 5 % im Zeitraum Juni 2024 bis Mai 2025 verzeichnet.

Im Vergleich dazu stagnierte das Wachstum in anderen App-Kategorien wie E-Commerce und Gaming nahezu vollständig. Nur der Finanzbereich zeigte vergleichbare Zuwächse. Das macht die Reisebranche derzeit zu einem der leistungsstärksten mobilen Segmente in Europa.

„Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Das Zeitalter von Wachstum um jeden Preis ist vorbei“, sagt Aliaksei Ustauski, Director of Sales Strategy bei AppsFlyer. „75 % der Conversions stammen inzwischen von bestehenden Nutzerinnen und Nutzern durch Retargeting – nicht durch teure Neukundenakquise. Es ist profitabler, in die Loyalität bestehender Kundinnen und Kunden zu investieren und so Wiederkäufe zu generieren. Wer auf KI-gestützte Lifecycle-Kampagnen und personalisierte Reaktivierung setzt, erzielt so messbare Erfolge: 6 % höhere Day-One-Retention und 13 % mehr Käufe pro zahlendem Nutzer. Die Zukunft gehört also denen, die aktivieren – nicht nur akquirieren.“



## **Retargeting als wichtigster Conversion-Treiber**

In den analysierten Märkten macht Retargeting über 75 % der Conversions in Reise-Apps aus. Dazu zählen sowohl wiederholte Interaktionen über bezahlte Kampagnen als auch Reaktivierungen per Push-Benachrichtigung, E-Mail und über andere Owned-Media-Kanäle.

Zwischen Januar und Mai 2025 stiegen die Retargeting-Volumina für die meisten Apps um 20-30 % im Vergleich zum Vorjahr. Marketer, die auf KI-basierte Personalisierung und automatisierte Kampagnen setzten, konnten eine spürbare Verbesserung bei Retention und Monetarisierung feststellen:

- Day-One-Retention stieg von 17 % (2024) auf 18 % (2025)
- Käufe pro zahlendem Nutzer wuchsen von 1,89 auf 2,13.

## **Saisonalität – Nachfrage-Spitzen im Sommer bei stabiler User Acquisition**

AppsFlyers Daten bestätigen: Die Saisonalität bleibt ein zentraler Treiber für App-Installationen im Reisesegment – mit klaren Spitzen im Juli und August (Hauptreisezeit) sowie im Januar (frühe Jahresplanung).

Auffällig ist jedoch: Die stärksten saisonalen Ausschläge gab es bei organischen Installationen, nicht bei bezahlten Kampagnen. Paid User Acquisition (UA) blieb das ganze Jahr über weitgehend stabil, mit nur 10-15 % Steigerung im dritten Quartal. Das zeigt: Top-Performer setzen in der Hochsaison auf Retargeting und Lifecycle-Strategien, nicht auf erhöhte Werbeausgaben.

Anders als Retargeting zeigten bezahlte Installationen (NOI) zwischen Januar und Mai 2025 kein Wachstum im Jahresvergleich – ein deutliches Zeichen für den Strategiewechsel hin zu kosteneffizientem Marketing.

## **Marktanalyse – Westeuropa treibt den Wandel an**

AppsFlyer untersuchte auch die Entwicklungen bei Erstinstallationen, Retargeting-Wachstum und Paid UA. In UK, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien und den Niederlanden konnte folgendes beobachtet werden:

- Stagnierende oder rückläufige Paid UA-Volumen (gemessen an NOI)
- Zweistelliges Wachstum bei Retargeting Conversions in den meisten Apps (mit vereinzelt Abschwächungen Anfang 2025).

Die zusammengeführten Daten zeigen: Westeuropa liegt vorn, wenn es um den Anteil der Conversions über Re-Engagement-Kanäle geht.

In den USA hingegen war das Bild gemischt: Keine Zunahme bei Erstinstallationen, langsames Retargeting-Wachstum – knapp die Hälfte der führenden Apps meldete stagnierende oder rückläufige Re-Engagement Conversions im Vergleich zu 2024.



## **Methodologie**

Die von AppsFlyer erhobenen Daten basieren auf anonymisierten, aggregierten Informationen von 293 Reise-Apps aus dem Vereinigten Königreich, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, den Niederlanden, Polen und den USA. Der Berichtszeitraum reicht von Januar 2022 bis Juni 2025 und umfasst jährlich mehr als 120 Millionen App-Installationen. Kennzahlen zu Non-Organic Installs, Retargeting Conversions, Retention und Monetarisierung wurden über AppsFlyers Attributionsplattform erhoben. Zur Sicherstellung konsistenter Vergleichbarkeit basieren alle Produktkennzahlen (Retention & Monetarisierung) ausschließlich auf Android-Daten.

## **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>.**