



AppsFlyer veröffentlicht den Performance Index 2025: Meta, TikTok, AppLovin und Mintegral verkleinern Abstand zu Google und Apple

Berlin, 04. Dezember 2025 – AppsFlyer veröffentlicht den [Performance Index 2025](#).

Die diesjährige Ausgabe markiert das zehnjährige Jubiläum des Branchenreports, der die führenden Media Sources im Mobile Advertising vergleicht und einordnet. Grundlage sind globale Daten aus 16,2 Milliarden Installs von mehr als 39.000 Apps sowie 9,6 Milliarden Remarketing Conversions. Das Ergebnis zeigt, dass das Mobile-Ökosystem von steigender Konkurrenz und einer stärker konzentrierten Verteilung der Werbebudgets geprägt ist.

Google und Apple verlieren an Vorsprung

Der Performance Index 2025 weist auf ein enger werdendes Wettbewerbsfeld hin. Mehrere aufstrebende Netzwerke konnten gegenüber den etablierten Spitzenreitern Terrain gutmachen. Google Ads und Apple Ads verteidigten ihre Spitzenpositionen auf Android beziehungsweise iOS, doch AppLovin baute seine Präsenz im iOS- und Android-Gaming aus, Mintegral legte in zahlreichen Android-Kategorien deutlich zu, und Meta Ads sowie TikTok for Business erzielten in mehreren Bereichen spürbare Fortschritte.

Parallel dazu konzentrierten sich die Budgets weiter an der Spitze: 60 Prozent der globalen Top 5 Media Sources und 80 Prozent der Plätze 6 bis 10 verzeichneten ein Wachstum der Spendings im Jahresvergleich. Auf den Rängen 11 bis 20 lag dieser Wert lediglich bei 30 Prozent.

Investitionen auf Plattformen verschieben sich

Der Index zeigt zudem veränderte Investitionsmuster auf den Plattformen. iOS war 2025 maßgeblicher Treiber des globalen Wachstumstrends im Advertising Spend, während Android vor allem im oberen Marktsegment und besonders bei den leistungsstärksten Anbietern überdurchschnittliche Zuwächse verzeichnete.

„Der zehnte Performance Index zeigt sehr klar, wie stark sich das Mobile Advertising in dieser Zeit verändert hat“, sagt Shani Rosenfelder, Director of Market Insights bei AppsFlyer. „Was einst ein fragmentiertes Feld war, wird heute von wenigen großen Plattformen dominiert, getragen von steigenden Erwartungen an Creative Performance und einem wachsenden Fokus auf Vertrauen“, so Rosenfelder weiter.

Die diesjährige Ausgabe des Performance Index markiert ein Jahrzehnt dokumentierter Entwicklungen, die das moderne Mobile Marketing geprägt haben. Der Index hat vier wesentliche Phasen erfasst: eine frühe Phase von Wachstum und Fragmentierung, eine Bereinigungsphase durch Fortschritte in Fraud Prevention und Measurement, eine Konsolidierungsphase durch den Branchenfokus auf Privacy und eine neue Innovationsphase, in der AI und Programmatic neue Wettbewerbskraft geschaffen haben.



Zehn Jahre später präsentiert sich das Ökosystem als gereifter, datenbasierter Markt, getragen von einer kleineren Zahl vertrauenswürdiger Plattformen.

Zentrale Ergebnisse des AppsFlyer Performance Index 2025

- Apple Ads bleibt weltweit die führende Media Source im iOS-Gaming. AppLovin verkürzt den Abstand und führt in Tier-1-Regionen wie Nordamerika und Westeuropa.
- Google Ads bleibt die Nummer 1 im Android Gaming. AppLovin, Mintegral und Rewarded-Plattformen wie adjoie verzeichnen deutliche Zugewinne.
- Im iOS-Non-Gaming behauptet Apple Ads seine Spitzenposition. Dahinter folgen Meta Ads, TikTok for Business, Google Ads und Snapchat.
- Im Android Non-Gaming führt Google Ads das Ranking an, gefolgt von Meta Ads auf Platz 2. TikTok for Business erreicht Platz 3. Google Marketing Platform und Snapchat steigen mit deutlichen Verbesserungen bei der Retention-Qualität auf die Plätze 4 und 5.

Methodologie

Für den Performance Index 2025 analysierte AppsFlyer insgesamt 88 Mobile Media Sources. Grundlage waren 16,2 Milliarden non-organic Installs von 39.000 Apps sowie 9,6 Milliarden Remarketing Conversions, die innerhalb des Bewertungszeitraums erfasst wurden.

Die vollständige Version des Reports steht unter www.appsflyer.com/resources/reports/performance-index/ zur Verfügung.

Über AppsFlyer

AppsFlyer ist die Modern Marketing Cloud, die Unternehmen dabei unterstützt, komplexe Daten in Klarheit und Wachstum zu übersetzen. Als Grundlage für ein einheitliches, messbares und autonomes Marketing löst AppsFlyer Silos zwischen Measurement, Deep Linking, Data Collaboration und autonomen AI Workflows auf. Seit mehr als zehn Jahren ist AppsFlyer führend im Bereich Mobile Attribution und wird weltweit von über 15.000 Unternehmen genutzt.

Weitere Informationen unter www.appsflyer.com