



AppsFlyer launcht Web-Performance-Measurement-Lösung und erweitert damit die Modern Marketing Cloud entlang der gesamten Customer Journey

Die neueste Ergänzung der AppsFlyer Measurement Suite bringt Attribution und Optimierungssignale auf Mobile-Niveau ins Web

Berlin, 20. Mai 2026 – AppsFlyer, die Modern Marketing Cloud, stellt heute ihr neues **Web Performance Measurement** vor. Die neue Lösung überträgt den Attributionsstandard, der schon das mobile Performance-Marketing geprägt hat, auf den Web-Bereich. Marketer erhalten damit eine unabhängige zentrale Datenbasis für Web und Mobile, gestützt auf dieselbe Signal-Infrastruktur, auf die Mobile-Teams seit Jahren vertrauen.

Das Ergebnis ist eine leistungsfähige Attributions- und Aktivierungsebene, die bestehende Analytics Tools ergänzt. Sie reduziert widersprüchliche Reports einzelner Werbenetzwerke, schließt die Lücke zwischen Messung und Optimierung und verbindet Mobile-Akquise mit Web Conversions, ohne dass zusätzliche Tools oder fragmentierte Workflows erforderlich sind.

Zu den zentralen Funktionen gehören:

Web Attribution und Optimierungssignale: Unabhängige Messpunkte auf Mobile-Niveau für Web-Kampagnen schaffen ein einheitliches, neutrales Attributionsmodell. Gleichzeitig werden Conversion-Signale in Echtzeit automatisch an alle wichtigen Werbenetzwerke zurückgespielt.

Erweiterte Attribution für Walled Gardens: Ein einheitliches Reporting über die wichtigsten Werbenetzwerke hinweg unter einer konsistenten Messlogik schließt Lücken in der kanalübergreifenden Sichtbarkeit.

Creative for Web: Plattformübergreifende Creative Intelligence für Web und Mobile ermöglicht fundiertere kreative Entscheidungen und eine präzisere Optimierung.

Omnichannel-Messung von Kosten und Umsatz: Cross-Plattform-Attribution verbindet Mobile-Akquise mit Web Conversions sowie Web-Akquise mit Mobile Conversions in einer durchgängigen Customer Journey. Teams erhalten dadurch ein vollständiges und einheitliches Bild ihres ROAS, das einzelne Plattform-Tools nicht liefern können.

„Marketer nutzen seit über zehn Jahren Measurement auf Mobile-Niveau, doch das Web hat nie wirklich aufgeholt“, sagt **Barak Witkowski, Chief Product Officer bei AppsFlyer**. „Diese Lücke hat Marken Budget und Performance gekostet. Wenn Web und Mobile auf getrennten Mess-Systemen basieren, werden einzelne Kanäle isoliert optimiert. Web Performance Measurement schließt diese Lücke: Marketer erhalten eine vollständige Sicht auf die Performance über alle Kanäle hinweg und können aufhören, einzelne Kanäle zu maximieren. Stattdessen optimieren sie ihr gesamtes Geschäft.“



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 <https://www.appsflyer.com/de>