



AppsFlyer integriert Mobile App Measurement in ChatGPT Ads – US-Lieferdienst Grubhub unter den ersten Nutzern

Durch die Integration der Conversion API von AppsFlyer mit ChatGPT Ads wird das Unternehmen zum Measurement Partner für Werbung in ChatGPT. Werbetreibende können damit App-Installationen, In-App-Käufe und Abonnements ihren Kampagnen zuordnen. Mehr als ein Dutzend Werbetreibende nutzen die Integration bereits.

San Francisco/Berlin, 6. August 2026 – AppsFlyer, die Modern Marketing Cloud, gibt heute die Integration mit ChatGPT Ads bekannt. Damit können Marketer ihre Werbekampagnen in ChatGPT direkt auf der AppsFlyer-Plattform messen. Zu den ersten Kunden gehören Grubhub, einer der größten Lieferdienste in den USA, sowie ein Dutzend weitere Marken. Sie können neben der Web- auch die Mobile-App-Messung für ihre Werbekampagnen in ChatGPT einsetzen, einschließlich Installationen, App-Öffnungen und In-App-Käufe.

Marken können die Performance ihrer ChatGPT Ads nun dort einsehen, attribuieren und optimieren, wo sie auch alle anderen Kanäle verwalten. Dafür sind weder zusätzlicher Engineering-Aufwand noch die Integration eines weiteren Anbieters erforderlich.

Inzwischen hat ChatGPT mehr als 900 Millionen wöchentlich aktive Nutzer:innen und über 50 Millionen zahlende Privatkundinnen und -kunden. Sie nutzen die KI, um Ideen zu sammeln, Optionen zu vergleichen und Entscheidungen zu treffen. Werbung in ChatGPT erscheint dabei im passenden Kontext. Das Measurement und die Optimierung von AppsFlyer verbinden diesen Moment der Entdeckung über eine einzige Integration mit dem tatsächlichen Ergebnis, sowohl in Mobile Apps als auch auf Websites.

Grubhub misst ChatGPT-Kampagnen bis zur In-App Conversion

Mit der ChatGPT Ads-Integration erhalten Werbetreibende eine verlässliche und einheitliche Datengrundlage für ihre Entscheidungen. Gleichzeitig liefern die Lösungen von AppsFlyer den Optimierungsalgorithmen von ChatGPT Ads präzise und unabhängige Signale. Für eine Plattform, die ihre Werbemöglichkeiten ausbaut, sind zuverlässige Third-Party-Measurement-Daten entscheidend, um die Kampagnen-Performance für alle Werbetreibenden in ChatGPT zu verbessern.

Der Lieferservice Grubhub wirbt seit Februar 2026, als OpenAI die Plattform für Werbetreibende öffnete, in ChatGPT. Das Team kann somit auf rund fünf Monate Kampagnendaten zurückgreifen. Durch die AppsFlyer-Integration erhält man zusätzliche Transparenz über App-Installationen, App-Öffnungen, In-App-Bestellungen und In-App-Abonnements.



„Wir nutzen AppsFlyer bereits als Mobile-Measurement-Partner für unsere anderen Paid-Media-Kanäle. Durch diese Integration stehen uns dieselben bewährten Measurement-Funktionen nun auch für unsere Werbekampagnen in ChatGPT zur Verfügung“, sagt Brian Ryu, Vice President of Growth bei Grubhub. „Da ein großer Teil der Interaktion mit unseren Kundinnen und Kunden in der App stattfindet, erhalten wir durch App Attribution einen deutlich vollständigeren Überblick über die Kampagnen-Performance, vom Ad Engagement bis zur Conversion. Diese Transparenz hilft uns, die Wirkung besser zu verstehen und fundiertere Optimierungsentscheidungen in Echtzeit zu treffen.“

„Wenn neue Kanäle wie OpenAI entstehen, müssen Marketer sie genauso messen können wie etablierte Partner wie Meta, TikTok und Google. Genau das ermöglicht unsere Integration mit OpenAI: Marketer erhalten die gleichen bewährten, unabhängigen Signale von AppsFlyer und können fundiert entscheiden, wo sie ihre Budgets einsetzen“, sagt Menso de Buhr, Regional Manager DACH AppsFlyer. „OpenAI hat ein wirklich beeindruckendes Werbeprogramm aufgebaut. Bereits in dieser frühen Entwicklungsphase auf ein standardisiertes, neutrales Third-Party Measurement zu setzen, schafft von Anfang an Vertrauen bei Werbetreibenden. Ein Signal, das auch andere neue Kanäle beachten sollten, die vor derselben Herausforderung stehen. Grubhub und andere Kunden, die die Integration bereits nutzen, zeigen, dass dieses Modell funktioniert. Wir gehen davon aus, dass die Adaption in den kommenden Monaten weiter steigen wird.“

Die Integration funktioniert zudem End-to-End mit OneLink, der Deep Linking Suite von AppsFlyer. Jeder Klick aus einer Kampagne in ChatGPT Ads leitet Kundinnen und Kunden unabhängig von der Nutzung (Mobile oder Web) und der Installation der App zum richtigen Ziel weiter. Für Marken, für die App-Installationen und In-App-Umsätze zu den wichtigsten KPIs gehören, verbindet dieses Routing die Ad-Impression mit der vollständigen Customer Journey.

Die Integration ist ab sofort für alle AppsFlyer-Kunden verfügbar. Die Verknüpfung eines ChatGPT Ads-Kontos dauert nur wenige Minuten. Erforderlich sind lediglich eine Pixel ID, ein API Key und Event Mapping. Änderungen in einem bestehenden AppsFlyer-Set-up sind nicht notwendig.

AppsFlyer wird weiterhin eng mit dem Team von OpenAI zusammenarbeiten, um die Integration auszubauen. Für gemeinsame Kunden ist außerdem ein Webinar zu Set-up, Best Practices und Performance Insights geplant.

Über AppsFlyer

AppsFlyer ist die Modern Marketing Cloud, die Unternehmen dabei unterstützt, komplexe Daten in Klarheit und Wachstum zu übersetzen. Als Grundlage für einheitliches, messbares und autonomes Marketing baut AppsFlyer Silos in den Bereichen Measurement, Deep Linking, Data Collaboration und autonome KI-Workflows ab. Seit mehr als zehn Jahren ist AppsFlyer führend im Bereich Mobile Attribution und wird weltweit von mehr als 15.000 Unternehmen genutzt.

Weitere Informationen unter www.appsflyer.com.