



Pressemeldung

## **Neuer AppsFlyer Performance Index: Facebook bleibt beliebtestes Netzwerk, Afrika und Naher Osten bergen großes Potenzial und Fraud belastet das App-Geschäft stark**

- AppsFlyer veröffentlicht die 8. Ausgabe des Performance Index Reports, der Benchmark der führenden Werbenetzwerke für App-Anbieter
- Facebook und Google weiterhin marktführend, Bedeutung neuer Player steigt insbesondere bei Games
- Fraud nimmt zu und beeinflusst Rankings weltweit
- Abkehr vom Affiliate-Marketing
- Starkes Wachstum: Afrika und der Nahe Osten erstmals analysiert

**Berlin, 21.03.2019** – AppsFlyer, Marktführer für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, untersuchte für seinen achten Performance Index im zweiten Halbjahr 2018 etablierte sowie aufstrebende Werbenetzwerke in weltweit elf Regionen. Mit der Auswertung von 370 Mediennetzwerken, 20 Milliarden App-Installationen, 11.500 Apps und 39 Milliarden App-Nutzungen ist es der bisher umfassendste Bericht des global aktiven Unternehmens. Als wichtiger Indikator verdeutlicht der Performance Index zweimal jährlich aktuelle Entwicklungen auf dem Mobile-Werbemarkt.

Während Facebook und Google weiterhin als Marktführer dominieren, drängen insbesondere auf dem Gaming-Markt vermehrt andere Power-Player nach vorn. In den Kategorien Shopping und E-Commerce liegen Apple Search Ads und Snapchat in den Rankings noch hinter Facebook und Google, konnten jedoch ihre Marktanteile kontinuierlich erweitern. Hohe Fraud-Raten belasten alle betrachteten Regionen, was sich in den Rankings sowie den Marketing-Budgets widerspiegelt und zu einem großen Problem für beispielsweise Affiliate-Modelle geworden ist.

In die Betrachtung flossen Werbenetzwerke folgender Regionen ein: Nordamerika, Lateinamerika, Australien & Neuseeland, Großchina, Japan & Korea, Vorderindien, Südostasien, Westeuropa und Osteuropa sowie erstmals Afrika und der Nahe Osten. Die Erweiterung um Afrika und den Nahen Osten unterstreicht das enorme Wachstum dieser Märkte. Untersucht wurde in den Kategorien Shopping-Apps, Utility-Apps, Lifestyle- & Culture-Apps sowie Gaming-Anwendungen, unterteilt in Casual, Midcore & Strategy und Social Casino.

### **Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:**

- **Facebook bleibt das favorisierte Netzwerk für mobile Apps, während Google weiterhin bei Non-Gaming dominiert.** Facebook hält die Nutzernachfrage nach Spielen konstant aufrecht und ist aufgrund von Gaming-Anwendungen nach wie vor das Top-Netzwerk für mobile Apps. Google hingegen verzeichnet ein höheres Wachstum bei Nicht-Gaming-Apps, was auf das Search-Intent-Modell der Suchmaschine zurückzuführen ist.
- **Googles Retargeting-Anteil steigt.** Google beeindruckt mit einem Wachstum um 190 Prozent beim App-Retargeting. Facebook belegt hier dennoch weiterhin den Spitzenplatz.

- **AppLovin erreicht in nahezu allen Kategorien und Regionen hohe Platzierungen beim Gaming, IronSource verzeichnet im Mittelfeld einen anhaltenden Aufschwung.** AppLovin hat seine Präsenz bei Gaming-Apps seit 2017 stetig ausgebaut und hält im weltweiten Vergleich den dritten Platz hinter Facebook und Google. IronSource konnte seinen Marktanteil bei den Spiele-Installationen beinahe verdoppeln und belegt gemeinsam mit UnityAds überwiegend Plätze hinter der Spitzengruppe in den Ranglisten.
- **Starke Schwankungen unter ROI-Rankings.** Besonders auffällig ist Snapchat, das im Vergleich der Non-Gaming-Apps vom neunten auf den vierten Platz aufgestiegen, in der Kategorie Casual Games jedoch von der Spitzenposition auf den zwölften Platz zurückgefallen ist.
- **Aufstrebende Werbenetzwerke stehen vor großen Herausforderungen.** 40 Prozent der Werbenetzwerke, die im letzten Wachstumsindex untersucht worden sind, haben seitdem trotz guter Marktoraussetzungen ein negatives Wachstum verzeichnet. Obwohl jedes dieser Netzwerke vielversprechend agiert, haben es lediglich 10 Prozent sowohl in das vorherige als auch in das aktuelle Ranking geschafft.
- **Mobile Fraud weiterhin sehr präsent.** Mit einer durchschnittlichen Rate von 30 Prozent bleibt der Betrug bei der Installation von Apps ein großes globales Problem. Die Betrugsfälle haben nicht bloß Auswirkungen auf einige der Rankings, sie sind vor allem ein Risiko, da sie falsche Daten hervorbringen, auf deren Basis Marketingentscheidungen getroffen werden. Unternehmen müssen Fraud dringend ernst nehmen, indem sie künftig den Fokus auf wirksame Lösungsansätze richten.
- **Affiliate-Marketing mit großen Einbußen.** Als eine Konsequenz der hohen Anzahl an Betrugsfällen verzichten immer mehr App-Anbieter auf Affiliate-Marketing. Trotz eines 32-prozentigen Anstiegs der App-Installationen insgesamt, verzeichnen affiliate-gesteuerte Installationen einen Rückgang von 12 Prozent.
- **Afrika und der Nahe Osten auf dem Vormarsch.** Der aktuelle Index hat zum ersten Mal die Mobile-Märkte von Afrika und dem Nahen Osten ausgewertet. In beiden Regionen machen sich die starken wirtschaftlichen Entwicklungen anhand eines deutlichen Wachstums im App-Markt bemerkbar. Die Anzahl der Smartphone-Besitzer steigt in beiden Gebieten rasant an. Unter den Aspekten der Kundengewinnung und -bindung bietet sich Marketern hier großes Potenzial.

„Der neue Performance Index stellt die anhaltenden Veränderungen des Marktes dar und bietet Unternehmen die nötigen Informationen, ihre Marketingkampagnen entscheidend zu optimieren. Beispielsweise macht er deutlich, dass es neben den Dauerbrennern Facebook und Google weitere Werbenetzwerke gibt, durch die sich viel wertvoller Traffic generieren lässt. Die Verteilung von Maßnahmen auf mehrere Quellen ist daher absolut zu empfehlen“, erläutert Ben Jeger, Managing Director AppsFlyer DACH & Nordics. „Der Index zeigt auch, dass Fraud nach wie vor ein riesiges Problem mit weitreichenden Konsequenzen ist. Leider wird die Dimension bei Fraud oft unterschätzt, und es wird entweder nichts dagegen oder eben das Falsche unternommen. Dabei verfügt ein Anbieter wie AppsFlyer längst über Lösungen, die den Betrug bei Werbeanzeigen in Schach halten können. Insgesamt stellt der Index gut dar, wovon auch unsere Kunden profitieren: Mit mehr als viertausend integrierten Partnern sind wir in der Lage, sowohl Zugang als auch Handlungsempfehlungen zum gesamten mobilen Ökosystem zu liefern.“

## **Zur Methodik:**

Für die Erstellung des Performance Index analysierte AppsFlyer 20 Milliarden App-Installationen und 39 Milliarden Nutzersessions in 11.500 Apps und verglich 370 Werbenetzwerke im Zeitraum von Juli bis Dezember 2018 in elf Regionen weltweit. Rankings wurden für die Schwerpunkte Performance, Wachstum, ROI und Retargeting erstellt, zudem wurden Fraud-Raten und Retention-Scores berechnet.

Einbezogen wurden nur Netzwerke, die folgende Bedingungen erfüllten:

1) Volumen: Basierend auf der Kundenakzeptanz und der Anzahl der zugeordneten Downloads, je nach Region und Kategorie.

2) Fraud: Basierend auf einem Schwellenwert für die Betrugsrate, der für jede Region und Kategorie berechnet wurde (detaillierte Erläuterung im Abschnitt "Fraud" unter [appsflyer.com](https://www.appsflyer.com)).

Dank der großen Verbreitung von AppsFlyer auf dem Markt können die Auswirkungen von Betrug auf die Performance von Netzwerken präzise dargestellt werden.

Der vollständige Report mit allen Rankings und ausführlichen Angaben zur Methodik kann hier heruntergeladen werden: <https://www.appsflyer.com/index>

## **Über AppsFlyer**

Auf 98 Prozent aller Smartphones weltweit ist die Technologie von AppsFlyer, der führenden Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, zu finden.

Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer als unabhängiger Partner für Werbemessung und als innovativer Technologieanbieter beim Ausbau ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer trackt jeden Tag Milliarden mobiler Benutzeraktionen und ermöglicht es Werbetreibenden und Entwicklern damit, den Return of Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. Die

Attributionslösung NativeTrack™, umfassende Marketinganalysedaten, der intelligente Deeplink namens „OneLink“ und die Protect360-Lösung zur Betrugsverhinderung haben die AppFlyer-Plattform zur bevorzugten Lösung für die erfolgreichsten mobilen Apps der Welt gemacht.

Neben Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Snap Inc. und Tencent verfügt AppsFlyer über mehr als 3.500 weitere integrierte Partner sowie Kunden wie HBO, Waze, Alibaba, Skyscanner, Activision und mehr als 12.000 führende Marken in aller Welt. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 14 Niederlassungen weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.appsflyer.com](http://www.appsflyer.com).

### **Pressekontakt:**

Agentur Frische Fische

Vanessa Temps

Tel: +49 (0) 30 61675559

E-Mail: [vt@frische-fische.com](mailto:vt@frische-fische.com)