



**AppsFlyer stimmt Vermarkter auf Shopping-Saison ein:
Nutzung von E-Commerce Apps steigt während Lockdown weltweit um 25 Prozent
und verspricht erfolgreiches Weihnachtsgeschäft für App-Anbieter**

- *Neuer Report hebt Bedeutung der Shopping-App-Strategie für das Weihnachtsgeschäft hervor*
- *Aufgrund der von COVID-19 angetriebenen Verschiebung hin zu Online-Käufen wird das vierte Quartal 2020 voraussichtlich Rekorde brechen*

San Francisco/Berlin, 16. September 2020 – AppsFlyer, der weltweit führende Anbieter von mobilen Attributions- und Marketinganalytics, zeigt mit der Ausgabe 2020 des Reports *The State of Shopping App Marketing* die wichtigsten Trends bei Einkaufsmustern und Einkaufsverhalten auf der ganzen Welt auf, die die Shopping-Saison – von Black Friday über Cyber Monday bis hin zum Weihnachtsgeschäft – im vierten Quartal des Jahres bestimmen.

Im Zuge der weltweiten Coronavirus-Pandemie haben die In-App-Shopping-Aktivitäten einen neuen Höhepunkt erreicht: Die Zahl der installierten E-Commerce Apps ist um 25 Prozent gestiegen – das sind sieben Prozent mehr als in der Shopping-Saison im vierten Quartal 2019. Angesichts dieser Dynamik und der Tatsache, dass die Käufer nach Einkaufsmöglichkeiten ohne Infektionsrisiko suchen, müssen Marketingexperten die Verbraucher dort treffen, wo sie den Abverkauf ankurbeln können. Apps müssen damit auch das persönliche Einkaufserlebnis im stationären Geschäft imitieren, da immer mehr Menschen digital shoppen.

„Die Chancen für Brands und Marketers sind gewaltig: Wir befinden uns schon länger in der Transformation des Handels hin zum Mobile Commerce, mit dem weltweiten Lockdown hat diese Entwicklung zusätzlich an Fahrt aufgenommen. Wenn man bedenkt, dass zahlreiche Nutzer in den letzten Monaten erstmals digital eingekauft haben und Apps ihrer Lieblingsmarken installiert haben, wird deutlich, welch Potenzial im App Business für das Weihnachtsgeschäft steckt, zumal angesichts des Infektionsgeschehens der Bedarf nach Alternativen zu stationären Geschäften auch im Herbst groß sein wird“, sagt Ben Jeger, Managing Director – Central Europe bei AppsFlyer.

Die wichtigsten Ergebnisse für Deutschland und EMEA im Überblick

Weil Datentrends für viele Vermarkter bei ihren strategischen Entscheidungen von zentraler Bedeutung sind, enthält der Bericht u.a. bemerkenswerte Erkenntnisse aus Deutschland und EMEA:

- **Die Nachfrage nach E-Commerce-Applikationen stieg in EMEA während des COVID-19-Lockdowns sprunghaft:** Zwischen Februar und Mai 2020 wurde ein Anstieg der nichtorganischen Installs um 56 Prozent verzeichnet.

- **Trotz des allgemeinen wirtschaftlichen Abschwungs sind Verbraucher immer noch bereit, Geld auszugeben.** Dafür stehen ungenutzte Finanzmittel zur Verfügung, die früher eventuell in Reisen und Kultur flossen. Von November 2019 bis April 2020 stieg in Europa der ARPU (Average Revenue per User) von Retail Apps um 36 Prozent.
- **Investitionen in Apps treiben die Conversions von Retail-Marken an.** Die Daten von AppsFlyer zeigen einen um 30 Prozent höheren Anteil kaufender Nutzer bei Apps von Retail-Marken mit stationären Ladengeschäften im Vergleich zu reinen E-Commerce-Anbietern – dies zeigt, dass traditionelle Marken, die in Apps und In-App-Marketing investieren, starke Ergebnisse erzielen.
- **iOS-Nutzer mit einem Apple Device und Android-Nutzer von Google weisen unterschiedliche Muster auf.** Der ARPU (Average Revenue per User) ist bei iOS 57 Prozent höher als bei Android.
- **Retail Apps verzeichnen steigende durchschnittliche Käufe pro Nutzer,** da die Verbraucher sich zunehmend an Online-Käufe gewöhnen. Der Spitzenwert für Deutschland betrug im März diesen Jahres 3,23. Damit war die durchschnittliche Anzahl der Käufe pro Nutzer in Retail Apps in allen Lockdown-Monaten (März bis Mai) höher als im Shopping-Monat November 2019, wo er 3,17 betrug. Dieser starke Trend zum Online-Kauf wird vor allem im Vergleich zum Sommer des Vorjahres besonders deutlich (Juni 2019 zu Juni 2020).

„Da die In-App-Shopping-Aktivitäten während der Covid-19-Pandemie im zweiten Quartal sprunghaft angestiegen sind und sogar den Rush im vierten Quartal 2019 übertroffen haben, können wir davon ausgehen, dass die Shopping-Saison im Herbst 2020 Rekorde brechen wird“, kommentiert Ben Jeger.

Der Report *State of Shopping App Marketing, Ausgabe 2020* ist [hier](#) verfügbar.

Methodik

The State of Shopping App Marketing, Ausgabe 2020 von AppsFlyer ist ein anonymes Aggregat aus proprietären globalen Daten von 2,3 Milliarden nicht-organischen App-Installationen von über 1.800 Apps, 14 Milliarden Retargeting Conversions und 390 Milliarden Sessions. Davon entfielen 1,2 Milliarden nicht-organische Installationen in 700 Apps, 8,1 Milliarden Retargeting Conversions und 34 Milliarden Sessions auf den EMEA-Markt.



Über AppsFlyer

AppsFlyer, der weltweite Marktführer in den Bereichen Mobile Attribution und Marketing Analytics, befähigt Marketer auf Basis von aussagekräftigen Messungen und Analyselösungen, ihr Mobilgeschäft auszubauen und innovativer zu sein. Entwickelt mit höchsten Ansprüchen an Privatsphäre und Datenschutz verfolgt AppsFlyer einen kundenzentrierten Ansatz, um mehr als 12.000 Marken und mehr als 7.000 Technologiepartner darin zu unterstützen, täglich bessere Entscheidungen zu treffen. Weitere Informationen unter <http://www.appsflyer.com>

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische

Iris Karge

Tel: +49 (0)30 61675558

Mail: ik@frische-fische.com