



Pressemeldung

AppsFlyer Performance Index zum MWC 2017: Apple Search Ads steigen erstmals mit guten Retention-Werten ein

- Umfangreichstes Ranking für mobile Werbenetzwerke zeigt wichtigste Trends zum MWC
- Facebook und Google behaupten dominante Führungsposition
- Apple Search Ads sind nach dem Launch Ende 2016 erstmals vertreten und zeigen gute Retention-Werte

Berlin, 02.03.2017 – An Facebook und Google ist im Mobile Advertising kein Vorbeikommen: Beide behaupten ihre Spitzenplätze bei der Generierung neuer Downloads. Im weltweiten Ranking liegen jedoch Vungle, Twitter und AppLovin vor den beiden Giganten, wenn es um Retention geht. Der Retention Score gibt Aufschluss darüber, wie gut es den Netzwerken gelingt, häufig wiederkehrende Nutzer für eine App zu gewinnen. Diese Messgröße gewinnt an Bedeutung, da nur aktive Nutzer den Apps Umsätze bescheren. Für den [Performance Index 2017](#) untersuchte AppsFlyer, die führende Plattform im weltweiten Markt für Mobile Attribution und Marketing Analytics, 6 Milliarden Downloads und 22 Milliarden Nutzer-Sessions über mehr als tausend Werbenetzwerke hinweg im zweiten Halbjahr 2016.

Bei der Vermarktung von Apps gelten längst nicht mehr die reinen Downloadzahlen als wichtigster Erfolgsparameter. In den Fokus rückt die Aktivierung von Umsatz bringenden Nutzern. Neben den Branchengrößen Google und Facebook versprechen eine unübersichtliche Anzahl kleiner und großer Anbieter ihren Kunden die beste Performance. AppsFlyer veröffentlicht daher regelmäßig einen Performance Index der global wichtigsten Plattformen und Netzwerke, um App-Anbieter bei der Auswahl der Partner je nach Marketingziel zu unterstützen. Untersucht werden dabei die Sparten Gaming und Non-Gaming und darin einzeln ausgewiesen die Ergebnisse nach Aktion (Download oder Retention), Region und Betriebssystem.

Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- **Facebook und Google** führen die Rankings über alle Regionen und Kategorien hinweg an.
- **Twitter überzeugt mit besonders guten Retention-Werten** und landet beispielsweise im Retention Score für Gaming Android auf Platz 1, tut sich aber schwerer bei der Generierung von Downloads (Platz 20). Im Non-Gaming-Bereich kommt es jeweils auf Platz 3 beim weltweiten Android- und iOS Ranking, auch hier verdankt es die Position den sehr guten Wiederkehrraten.
- **Apple** ist mit den Ende 2016 gestarteten Search Ads das erste Mal im Ranking vertreten und **legt einen guten Start hin**. Im Non-Gaming-Bereich in Nordamerika steigt Apple direkt auf Platz 3, im Gaming-Bereich auf Platz 6 ein. Die Apple Search Ads stechen insbesondere durch gute Retention-Werte hervor (Platz 1 bei Non-Gaming, Platz 3 bei Gaming in Nordamerika).
- Weiterhin bestätigt sich der Trend, dass **Video-Ads im Gaming-Bereich** extrem gut geeignet sind, treue und aktive Nutzer zu gewinnen. Die Retention-Werte liegen um 23 Prozent höher als der Durchschnitt. Die auf Videowerbung spezialisierten Netzwerke Vungle, Unity Ads und AdColony landen im iOS-Ranking auf den Positionen 3, 4 und 5. Bei der Retention-Wertung schaffen Vungle und AdColony gar Platz 1 und 2. „Video-Teaser für Games veranschaulichen im Vergleich zu anderen Formaten am besten, was den User nach dem Download erwartet. Das sorgt für sehr gute Wiederkehrraten“, kommentiert Ben Jeger, Managing Director DACH bei AppsFlyer.

- **Incentivierte Werbung** hingegen ist nach wie vor ein häufig von Gaming-Apps genutztes Mittel, um eine große Anzahl an Downloads zu generieren. Sie weisen allerdings **extrem schlechte Retention-Werte** auf, die 60 Prozent niedriger liegen als der Durchschnitt.
- **Vungle** demonstriert, dass Videoanzeigen nicht nur für Gaming gut funktionieren und **klettert im Non-Gaming-Ranking** um 19 (Android) beziehungsweise 14 Plätze (iOS) nach oben.
- **Regionale Netzwerke bringen gute Ergebnisse:** Neben den großen Playern überzeugen auch lokale Netzwerke mit guter Performance. Im Gaming-Bereich sind das zum Beispiel myTarget (Mail.ru) in Osteuropa, Adflex in Südostasien und ADPICK in Asien-Pazifik. Im Non-Gaming-Bereich sollten Marketer ein Auge auf Yandex in Osteuropa, MoBrain in Lateinamerika und tyroo in Indien haben.

Das mobile Ökosystem verändert sich nach wie vor schnell. Umso wichtiger ist es für App-Vermarkter, die Performance ihrer Media-Partner kontinuierlich auf den Prüfstand zu stellen. Der Performance Index liefert dabei eine wichtige Entscheidungshilfe, um je nach Art der App, Region und Betriebssystem den erfolgreichsten Media-Partner zu finden.

Zugang zu den vollständigen Ergebnissen und interaktiven Grafiken bekommen App-Vermarkter hier: <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 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. Mit der Attributionslösung NativeTrack™, umfassenden Marketinganalysedaten, dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ und der Active Fraud Suite mit dem gerätebasierten Schutz DeviceRank finden Advertiser der erfolgreichsten mobilen Apps der Welt alle Instrumente gebündelt, die sie für die Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. Mehr als 10.000 weltweit führende Marken und Partner, darunter Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Tencent, HBO, Playtika, Waze, Alibaba und Kayak, vertrauen auf die Technologie von AppsFlyer. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 12 Standorten weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin unter Leitung von Managing Director Ben Jeger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.appsflyer.com

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische
 Gesine Märten
 Tel: +49 (0) 351 5635 5661
 E-Mail: gm@frische-fische.com