



Pressemeldung

AppsFlyer Performance Index (1/2016): Facebook behauptet führende Rolle im Mobile Advertising

- Umfangreichstes Ranking für mobile Werbenetzwerke zeigt wichtigste Trends zur dmexco
- Facebook behauptet dominante Führungsposition, Google verringert Abstand
- Video-Ads bringen treue Nutzer
- Berliner Netzwerk AppLift baut Position im Gaming-Segment aus

Berlin, 07.09.2016 – An Facebook ist im Mobile Advertising kein Vorbeikommen: Das soziale Netzwerk, das sein Mobile-Geschäft in den letzten Jahren ambitioniert ausgebaut hat, überzeugt weltweit mit den besten Werten sowohl bei Downloads als auch Retention. Neben Google, das im Vergleich zum Vorjahr kräftig zulegt, gibt es auch in der Nische Gewinner. Dazu zählen im Gaming-Bereich AppLift aus Berlin und die auf Video-Ads spezialisierten Netzwerke, bei Non-Gaming stechen zwei chinesische Anbieter heraus.

Mobile Gaming und Mobile Commerce gewinnen weiter an Nutzern, damit verbunden wächst auch das Anzeigenvolumen im datenbasierten App-Marketing. Längst gelten dabei nicht mehr die reinen Downloadzahlen als wichtigster Erfolgsparameter, sondern im Mittelpunkt steht die Aktivierung von dauerhaften, Umsatz bringenden Nutzern. Neben etablierten Playern wie Google und Facebook, versprechen eine unübersichtliche Anzahl kleiner und großer Anbieter ihren Kunden die beste Performance.

AppsFlyer, die führende Plattform im weltweiten Markt für Mobile Attribution und Marketing Analytics, veröffentlicht daher regelmäßig einen Performance-Index der global wichtigsten Plattformen und Netzwerke, um Publisher 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. Alle Werte der Einzelanalysen bilden als Ergebnis einen Gesamtwert, das „Power Ranking“.

Zur dmexco fasst AppsFlyer den Index für das 1. Halbjahr 2016 in deutscher Sprache zusammen, für den über 4 Milliarden App-Downloads analysiert wurden.

Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- **Facebook** behauptet seine dominierende Rolle und führt das Power Ranking für Gaming- und Non-Gaming an.
- Einen großen Fortschritt bei Mobile schafft **Google**: Die mobilen Adwords-Angebote erzielten global im Gaming-Bereich die besten Retention-Werte für Android und liegen im europäischen Android Power Ranking sogar einen Platz vor Facebook. Das ist die einzige Domäne, in der Facebook die Spitzenposition abgibt.
- Extrem verbessern konnten 2016 die **chinesischen Anbieter** Mobvista und Avazu ihre Performance im Non-Gaming Bereich. Der chinesische App-Markt boomt, und die lokalen App-Vermarkter entwickeln sich zu großen Herausforderern der europäischen und US-amerikanischen Anbieter. „Chinesische Netzwerke perfektionieren aufgrund gigantischer Datenvolumina ihre Technologie sehr schnell und können kurz- bis mittelfristig auch global ein sehr ernst zu nehmender Partner werden“, sagt Ben Jeger, Managing Director DACH bei AppsFlyer.
- Das in Berlin beheimatete Netzwerk **AppLift** kann seine Position bei der Retention-Analyse im Gaming-Bereich im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessern. Im globalen Android-Ranking klettert AppLift um satte 11 Plätze, im iOS-Ranking um 8 Plätze nach oben.

- Zu den großen Gewinnern des aktuellen Index' gehören die Programmatic-Experten von **AppLovin**, die im Gaming-Bereich gleich in drei Regionen (Asien, Europa, Lateinamerika) um 11 Plätze im Ranking klettern konnten. In Europa erreicht AppLovin damit im Power Ranking „Android / Gaming“ Platz 1, im Power Ranking „iOS / Gaming“ Platz 2.
- **Twitter** überzeugt vor allem durch hohe Retention-Werte. Das Kurznachrichtennetzwerk schafft es besonders gut, aktive Nutzer zu adressieren oder zu reaktivieren, vor allem für Non-Gaming Android-Apps (Platz 1). Damit verbessert Twitter seine Platzierung im Power Ranking leicht, erreicht aber in der wichtigen Gaming-Sparte trotzdem nur die Plätze 16 (Android) und 12 (iOS).
- Weiterhin bestätigt sich der Trend, dass **Video-Ads** im Gaming-Bereich extrem gut geeignet sind, treue und aktive Nutzer zu gewinnen. Die darauf spezialisierten Netzwerke Vungle, AdColony und Unity konnten alle jeweils vier Plätze im globalen Android Retention-Ranking gut machen. „Video-Teaser für Games zeigen anschaulicher als jedes andere Anzeigenformat, was den User erwartet. Dadurch sind die Aktivierungsraten bestechend hoch“, kommentiert Ben Jeger, Managing Director DACH bei AppsFlyer.

Vor allem im Non-Gaming Bereich tauchen im neuen Index gegenüber dem Vorjahr mehrere neue Player auf und demonstrieren die Dynamik des Marktes. Da sich das mobile Ökosystem permanent im Wandel befindet, ist es für App-Vermarkter wichtig, 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.

AppsFlyer auf der dmexco: Halle 7 / F061

Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer, steht für Gespräche zu folgenden Themen zur Verfügung:

- Entwicklung der In-App-Käufe weltweit und Monetarisierungsstrategien von App-Anbietern
- Performance Index 2016: Benchmark der performance-stärksten mobilen Werbenetzwerke und -plattformen
- Aktuelle App Marketing Insights zu kulturellen Unterschieden in der App-Nutzung und im User-Verhalten auf Basis von weltweiten Daten

Über AppsFlyer

AppsFlyer ist die führende Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics. Mit AppsFlyer können App-Entwickler, Marken und Werbeagenturen ihre Marketingkampagnen bei über 2.000 integrierten Medienpartnern messen und optimieren. Als offizieller Facebook Mobile Measurement Partner, Google Official Partner und Twitter Official Partner bietet AppsFlyer Werbetreibenden im Mobilbereich die Möglichkeit zu einer exakten Attribution, zur Kampagnenanalyse, zum Tracking von In-App-Verhalten, zur Lifetime-Value-Analyse, zum ROI sowie zur Attribution beim Retargeting. Mit dem Echtzeit-Dashboard „NativeTrack™“ und dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ bekommen Advertiser genau die Instrumente, die sie zur Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. AppsFlyer betreut zurzeit mehr als 10.000 Werbetreibende, misst jährliche Ausgaben für mobile Werbung im Wert von über 4 Mrd. USD und trackt jeden Monat über 250 Milliarden Benutzeraktionen. Zu den bekanntesten Kunden zählen Macy's, Samsung, Trivago, HBO, Playtika, IHG, Alibaba und Baidu.

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