



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 38a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 535 Mission Street, San Francisco, CA 94105, United States of America
Phone +49 30 91 46 00 83, Fax +49 30 25 74 96 75 www.adjust.com

Top oder Flop: App-Nutzer entscheiden innerhalb von 6 Tagen, ob sie eine App deinstallieren

Adjusts aktuelle Studie deckt bislang unbekannte Erkenntnisse zum Lebenszyklus von Apps auf: Reaktivierte Nutzer zeigen 150% mehr Engagement und generieren 37% mehr Umsatz als neue Nutzer

San Francisco/Berlin, 6. September 2018 – Adjust, der weltweit führende Anbieter für mobile Measurement mit Sitz in Berlin, hat heute neue Erkenntnisse über den Lebenszyklus von Apps veröffentlicht. Die [umfassende Studie](#) analysiert, nach welcher Zeit Nutzer Apps deinstallieren (uninstall) und erneut installieren (reinstall). Die Ergebnisse zeigen: App-Hersteller haben durchschnittlich weniger als sechs Tage Zeit, um das Interesse der Nutzer erneut zu wecken bevor die App von ihrem Homescreen gelöscht wird.

Adjust hat mehr als 8 Milliarden Installationen über verschiedene App-Kategorien und Betriebssysteme (Android und iOS) hinweg analysiert um zu verstehen, wann und warum Nutzer eine App deinstallieren und unter welchen Umständen sie sie erneut herunterladen. Die Studie ergab, dass nach einer Deinstallation noch nicht alles verloren ist: 40% der Nutzer, die eine App deinstallieren, sind danach bereit, die App erneut zu installieren.

"Wenn ein Nutzer sich dazu entschlossen hat eine App nach dem Löschen erneut zu installieren, war dies bislang nicht nachvollziehbar. Die erneute Installation erschien entweder als Session, Reattribution oder Neuinstallation – dadurch war nur eine ungenaue Sicht auf die User Journey möglich.", erklärt Paul H. Müller, Mitbegründer und CTO bei Adjust. "Mit den Daten zu Uninstall und Reinstall können Mobile-Marketer nun nachvollziehen, wann Nutzer aus der App aussteigen, ihre Retargeting-Kampagnen optimieren und damit am Ende auch Geld sparen."

App-Marketer haben weniger als sechs Tage Zeit, um das Interesse von Nutzern erneut zu wecken

Das Data-Science-Team von Adjust stellte fest, dass der durchschnittliche Nutzer zwischen dem letzten Öffnen der App und der Deinstallation knapp sechs Tage wartet. Dabei variiert die Zeitspanne stark zwischen den einzelnen App-Kategorien – von weniger als 3 Stunden bis zu etwa 15 Tagen. Entertainment- und Lifestyle-Apps werden besonders schnell verworfen, ihre Nutzer deinstallieren Apps im Durchschnitt nach einem halben bis ganzen Tag. E-Commerce- und Reise-Apps hingegen haben eine wesentlich längere

Lebensdauer und werden in der Regel 10 bis 11 Tage nach der letzten Session eines Nutzers gelöscht.

Die Macht der Spiele-Apps: Gaming Apps werden am häufigsten wieder installiert

Nicht alle Nutzer, die eine App deinstallieren, sind für immer verloren. Tatsächlich kommt ein hoher Anteil der Nutzer innerhalb von 12 Monaten wieder zurück zur App. Games, Social Media und Publications haben mit rund 40% die höchste Rate an Reinstallationen (Reinstalls). Insbesondere Gaming Apps haben eine starke Anziehungskraft und zeichnen sich durch die höchste Rate von Reinstalls aus – die Gründe liegen im Charakter der Spiele-Apps, aber auch im starken Fokus der Spielehersteller auf Retargeting.

Warum ist es wichtig, Uninstall und Reinstall zu tracken?

Für erfolgreiches App-Marketing ist es notwendig, ein vollständiges Bild des Nutzerverhaltens zu erhalten. Die Abwanderung ist ein unvermeidbarer Teil des Lebenszyklus von Apps. Bisher war es für App-Hersteller nicht nachvollziehbar, wann und warum Benutzer deinstallieren. Diese Information ist jedoch besonders wertvoll, um ein erfolgreiches Retargeting durchzuführen – und das lohnt sich: Adjust hat herausgefunden, dass reaktivierte Nutzer in der Regel länger bleiben, 150% mehr Engagement zeigen und 37% mehr Umsatz generieren als neue Nutzer.

Weitere Einblicke finden Sie hier: <https://www.adjust.com/blog/unmasking-uninstalls>.

Über Adjust

Adjust ist der global führende Anbieter im Bereich Mobile Measurement und Fraud Prevention. Das Berliner Unternehmen stellt weltweit höchst qualitative Analyse-, Mess- und Fraud Prevention-Lösungen für App Marketer bereit und ermöglicht ihnen schnellere, smartere Entscheidungen zu treffen. Mit Adjusts Open-Source SDK können App Marketer Nutzerverhalten, User Acquisition, Marketing ROIs, User Lifetime Kohorten und weiteres messen und analysieren. Mit der Fraud Prevention Suite hält Adjusts Plattform Datensätze proaktiv sauber, verifiziert In-App-Käufe in Echtzeit und stellt ein vereinfachtes Reporting mit verständlichen, verfolgbaren sowie vergleichbaren Metriken zur Verfügung. Adjust ist Marketing Partner aller führenden Marketing Plattformen, einschließlich Facebook, Google, Snap, Twitter, Naver, Line, und WeChat. Dynamische Adjust Integrationen werden von über 1.200 führenden Netzwerk- und Analytikanbietern weltweit genutzt. Insgesamt verwenden mehr als 20.000 Apps die Produktlösungen von Adjust, um ihre Performance zu verbessern.

Adjust ist das einzige Mobile Analyse Unternehmen, das die strikten EU Datenschutz- und Compliance-Standards einhalten kann. Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website: www.adjust.com.