



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

Weltweite Untersuchung zur App-Nutzung - Deutschland hat die aktivsten App-Nutzer Europas

Mobile Measurement Unternehmen Adjust veröffentlicht in seinem Benchmark Report Daten zur weltweiten App-Nutzung 2017

- *Durchschnittlich wird eine App 2,5 Mal am Tag genutzt.*
- *Deutschland hat die aktivsten App-Nutzer innerhalb Europas.*
- *Kampf der Plattformen: Google ist weltweit wichtigster Zugang zum App Markt.*
- *Fraud ist omnipräsent und die größte Herausforderung für App-Entwickler in 2018, Spiele- und E-commerce Apps am stärksten betroffen.*
- *Mit über 2 Millionen neuen Apps und steigendem Engagement in 2017 stehen App-Entwickler weiterhin vor der Herausforderung, Nutzer langfristig zu binden.*

Berlin / San Francisco - 26. Februar 2018 - Das Berliner App-Analyse-Unternehmen Adjust veröffentlicht heute die Ergebnisse seines jährlichen Benchmark-Reports für 2017. Im Zentrum der Analyse steht das Nutzungsverhalten von Mobile-App-Nutzern weltweit auf iOS und Android Endgeräten für den Zeitraum zwischen dem 1. Januar und 31. Dezember 2017.

Insgesamt wurden mehr als 11.000 Apps untersucht und etwa 10,7 Milliarden Installationen gemessen. Darüber hinaus wurden 1,29 Billionen unterschiedliche Aktivitäten innerhalb von Apps analysiert, wie zum Beispiel Einkäufe oder Klicks in Spiele-Apps. Die Daten wurden in zentralen Mobile-Märkten weltweit erhoben - USA, China, Japan, Russland, Frankreich, Deutschland, dem Vereinigten Königreich und der Türkei.

App-Nutzung weltweit - Deutschland hat aktivste Nutzer in Europa, in China dominiert WeChat.

App-Entwickler stehen vor der Herausforderung, Nutzer langfristig zu binden. Die Daten von Adjust zeigen, dass in etwa drei Viertel der Nutzer eine App nach Tag Eins nicht wieder öffnen. Nach sieben Tagen sind es sogar bereits 75-80% der ursprünglichen Nutzer, die einer App den Rücken kehren. Im Schnitt schaffen es Apps weltweit, nach 14 Tagen lediglich 13% der ersten Nutzer weiterhin zu binden - dieser Wert ist die sogenannte Retention Rate.

Nutzerinnen und Nutzer in Japan haben im Durchschnitt die höchsten Retention Rates und befassen sich überdurchschnittlich lange mit einer App. Chinesische Nutzerinnen und Nutzer tun sich hingegen schwerer, sich auf neue Apps einzulassen. Die Daten von Adjust zeigen,

dass bereits nach Tag Eins etwa 80% der chinesischen Nutzer einer App nicht mehr aktiv sind und nach 7 Tagen lediglich 7% der Nutzer in der App verbleiben. Eine mögliche Erklärung dafür ist die Dominanz von WeChat im chinesischen Markt, die es für Nutzer weniger attraktiv macht, die Plattform für andere Apps dauerhaft zu verlassen.

In Deutschland liegt die Retention Rate nach 14 Tagen bei 13%, nach 30 Tagen sind nur noch 10% der Nutzer aktiv. Betrachtet man hingegen die Aktivität innerhalb der Apps, so verfügt Deutschland in Europa in den ersten sieben Tagen über die aktivsten Nutzer in Europa - noch vor Frankreich, der Türkei oder dem Vereinigte Königreich. Im Durchschnitt wird eine App weltweit 2,5 Mal pro Tag genutzt, wobei Entertainment-, Business- und Spiele-Apps am häufigsten verwendet werden.

Der Kampf der Plattform-Giganten: Google ist weltweit wichtigster Zugang zum App-Markt

Im Jahr 2017 wurden über 2 Millionen Apps veröffentlicht, und die weltweiten Ausgaben für mobile Anzeigen stiegen um 33,6% auf 142 Milliarden USD. 7 Milliarden USD wurden dabei für Performance-Anzeigen ausgegeben. Über Anzeigen von Google und Facebook kommen die Hälfte aller Nutzer, wobei das umfangreiche Google-Netzwerk die bessere Option zu sein scheint, um neue Nutzer zu erreichen. Adjusts Daten zeigen: Nutzer, die über Google zu einer speziellen App finden, verhalten sich aktiver innerhalb einer App als die Nutzer anderer Plattformen.

Auch ein Blick auf die Betriebssysteme zeigt Unterschiede in der Nutzerschaft. In der ersten Woche nach dem Install findet auf Android-Geräten eine höhere Aktivität statt, als auf iOS-Geräten. Nach einem Monat überholt iOS jedoch wieder. Das zeigt auch ein Blick auf die Retention Rates. Ein Tag nach dem Install schaffen es beide Systeme, rund 30% ihrer Nutzer zu binden. Nach 7 Tagen liegt die Retention Rate bei Android bei 16%, während iOS 18% seiner Nutzer binden kann.

Fraud bleibt zentrales Problem für App-Entwickler

Über Kategorien, Ländergrenzen und Plattformen hinweg war Fraud ein zentrales Problem auf dem globalen App-Markt in 2017. Spiele-Apps waren hier am meisten betroffen: Mehr als ein Drittel aller Installs wurden von Adjust zurückgewiesen. Die Gaming-Branche investiert dabei mehr in Mobile-Marketing, als jede andere Branche. Auch im Bereich E-Commerce ist der Anteil an Fraud besonders hoch: Mehr als 20% der Installs waren im Jahr 2017 betrügerisch.

Obwohl keine App wirklich sicher ist, zeigen die Ergebnisse von Adjust, dass Android-Apps doppelt so häufig Fraud aufweisen, wie iOS-Apps. Mögliche Gründe dafür sind zum Einen die hohe Anzahl an Android-Geräten auf dem weltweiten Markt, aber auch die höhere Anfälligkeit bei Android-Geräten für Jailbrakes. Eine weitere Erklärung ist das Phänomen der "click injection". Diese neueste Fraud-Variante ist eine Weiterentwicklung des click-spammings und betrifft nur Android-Geräte.

Den gesamten Report mit sämtlichen Grafiken und Erklärungen finden Sie hier:[LINK](#).

Über Adjust

[Adjust](#) ist ein Mobile Measurement Unternehmen, das höchst qualitative Analyse- und Messlösungen für App Marketer weltweit bereitstellt. Mit Adjusts Open-Source SDK können App Marketer Nutzerverhalten, User Acquisition, Marketing ROIs, User Lifetime Kohorten und weiteres messen und analysieren. Adjusts Plattform hält Datensätze mittels der Fraud Prevention Suite proaktiv rein, verifiziert in-App Einkäufe in Echtzeit und stellt ein vereinfachtes Reporting mit verständlichen, verfolgbaren und vergleichbaren Metriken zur Verfügung. Adjust ist sowohl Facebook und Google Marketing Partner, als auch Twitter Marketing Plattform Partner und wird von über 1200 Netzwerk- und Analytikanbietern weltweit genutzt. In 2012 gegründet, unterhält das Startup neben dem Hauptsitz in Berlin weitere Büros in San Francisco, New York, São Paulo, London, Paris, Peking, Istanbul, Tokio, Shanghai, Singapur, Jakarta und Moskau.

Kunden von Asien, der EU bis hinzu den USA vertrauen in Adjust: So zum Beispiel führende Unternehmen wie Zalando, Rovio und Zynga, größere Software Unternehmen, wie Salesforce, Microsoft und Yelp, aber auch globale Brand, wie Universal Music und Warner Bros.

Adjust ist das einzige Mobile Analyse Unternehmen, das die strikten EU Datenschutz- und Compliance-Standards einhält.