



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

Measurement 2.0: Adjust definiert globale Mobile Analytics Branchenstandards für 2017

Berlin, 15. Februar 2017 - Heute kündigt das Berliner App-Analyse Startup Adjust mit *Measurement 2.0* die Markteinführung einer Reihe neuer Produktfeatures an und setzt damit neue Standards im Bereich App Analytics. Measurement 2.0 ermöglicht Marketingspezialisten noch mehr Ordnung und Flexibilität in die unübersichtliche Flut aus mobilen Datenquellen zu bringen als bisher. Im Vordergrund stehen eine bessere Messbarkeit von Kosten, Einnahmen und ROI (return on investment), die pseudonymisierte Segmentierung von Nutzern, als auch die Möglichkeit zwischen verschiedenen Zeitzonen von Kampagnen zu wechseln.

“Die Produktneuerungen stellen eine grundlegende Veränderung in der Funktionsweise von mobilen Attributions- und Analysedaten dar“, so Adjust CEO Christian Henschel. “Measurement 2.0 ist eine flexible Plattform, die anstelle von festen Datenstrukturen, nicht einfach ankommende Daten aggregiert, sondern diese auf Kundenwunsch verfügbar macht.”

Zu den Produktfeatures zählen:

- *On-the-fly Timezone Reporting*: Marketer können Kampagnendaten aus verschiedenen Zeitzonen detaillierter auswerten, was die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern vereinfacht. Die Daten werden ab sofort auf Stunden- statt auf Tagesbasis ausgespielt, um die Unterschiede in den Daten durch beispielsweise Zeitverschiebung transparenter machen zu können.
- *Real ROI*: Kosten, Einnahmen und Return on Investment aus mobilen Werbekampagnen werden mit neuen Messwerkzeugen miteinander in Relation gesetzt. Verifizierte Einnahmen aus jeder Kampagne können direkt mit den Kosten für die Ausführung der Kampagne verglichen werden. Somit wird die Kosteneffizienz einer Kampagne auf einen Blick sichtbar.
- *Audience Builder*: Adjust stellt seinen Nutzern in diesem neuen Feature anonymisierte und aggregierte Informationen über einzelne Nutzersegmente zur Verfügung, inklusive der Information über den konkreten Kontaktpunkt zwischen Nutzern und Werbeanzeige. Komplexe Retargeting-Kampagnen können so besser auf bestimmte Nutzersegmente innerhalb von Adjust konfiguriert werden.

Den Bedarf für eine neue Herangehensweise an mobile Analytics bestätigen Gartner-Analysten Adrian Leow, Melissa Davis und Jason Wong in einem Marktbericht von

Q4 2016: "Die Daten aus mobilen Apps erzeugen so enorme Mengen an Informationen, dass es für Unternehmen schwer wird, sinnvolle Muster zu erkennen und Handlungsempfehlungen abzuleiten."

"Bisherige Methoden im Bereich App-Analytics basieren auf Technologieentscheidungen, die vor vier bis fünf Jahren getroffen wurden. In unserem Bereich sind permanente Veränderungen an Plattformen mit Risiken verbunden, nicht zuletzt aufgrund des hohen Tempos am Markt. Mit Measurement 2.0 haben wir die Methoden von App-Analysen von Grund auf neu definiert", sagt Adjust CTO Paul H. Müller.

Auch die Kunden sehen die Vorteile in der effizienteren und flexibleren Anwendung von App Analytics. So konnte Adjust Anfang dieses Jahres die Kooperation mit Deutsche Telekom europaweit ausbauen. Die Deutsche Telekom setzt bei der Analyse seiner Service-App und andere App-Angebote europaweit auf das Berliner Unternehmen.

Das 2012 in Berlin gegründete Startup, zählt zu den Vorreitern der Mobil-Szene und gestaltet diese von Beginn an mit. Um das mobile Ökosystem voranzubringen veröffentlichen Adjust deshalb sämtliche Quellcodes ihrer SDKs als Open-Source Datei. Neben Initiativen gegen Mobile Fraud hat Adjust von Beginn an viel Wert auf den Datenschutz gelegt, der zu einem wertvollen USP lancierte. Darüber hinaus veranstaltet das Unternehmen Anfang Juni zwei Mobile Tech-Konferenzen in Berlin und San Francisco. Bei der Mobile Spree 2017, werden Sprecher aus 19 Ländern, unter anderem aus den USA, Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Polen und Deutschland erwartet.

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 stellt ein vereinfachtes Reporting mit verständlichen, verfolgbaren und vergleichbaren Metriken zur Verfügung. Adjust ist sowohl Facebook Marketing Partner, als auch Twitter Marketing Plattform Partner und in über 900 Netzwerk und Analytikanbieter weltweit integriert. In 2012 gegründet, unterhält das Startup neben dem Hauptsitz in Berlin weitere Büros in San Francisco, New York, São Paulo, London, Paris, Istanbul, Tokio, Shanghai, Singapur, Jakarta und Moskau.