



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America
pr@adjust.com, www.adjust.com

Mobile-Streaming und App-Abos immer beliebter: Adjust startet Subscription Tracking

Neue Adjust-Umfrage zeigt, dass amerikanische Verbraucher durchschnittlich 20,78 US-Dollar pro Monat für App-Abonnements ausgeben, mehr als ein Drittel der Befragten nutzt Smartphones täglich zum Streaming von Video- und TV-Diensten.

Berlin / San Francisco / Tokio, 14. Oktober 2020 - Das Geschäft mit Abo-Modellen in Apps wächst rasant und immer mehr Apps setzen inzwischen auf Monetarisierung durch Abonnements. Adjust stellt darum heute sein neues Produkt *Subscription Tracking* vor, das Marketern einen besseren Einblick in die Performance ihrer Abo-Produkte ermöglicht. Der Branchendienst Apptopia schätzt, dass durch Abonnements in Apps allein im August 2020 über 200 Millionen US-Dollar Umsatz erzielt wurde.

Adjust's [Subscription Tracking](#) ermöglicht es Marketern, genaue Lifetime-Value-Modelle zu erstellen, um wiederum den Return on Investment (ROI) zu erhöhen. Zuvor fehlte Ihnen der Zugang zu wichtigen Abo-Daten, um ein umfassendes Bild des User Funnel zu erstellen. Durch die Verknüpfung von Datenpunkten aus Abos mit Attributionsdaten aus Kampagnen kann Adjust seinen Kunden aufzeigen, welche Marketingkanäle die am längsten laufenden und ertragreichsten Abonnements einbringen. Marketer können so viel effektiver Nutzerakquise betreiben und wirksame Kampagnen zur Steigerung des Engagement umsetzen, die Nutzerbindung fördern und Abwanderung verhindern.

*"Apps mit Abo-Modellen wachsen derzeit rasant, da das Smartphone als ständiger Begleiter mittlerweile bei einer breiten Palette an Aktivitäten, wie Unterhaltung, Shopping, Fitness und Finanzen, zum Einsatz kommt", erläutert **Paul H. Müller, Mitbegründer und CTO von Adjust**. "Mithilfe dieser branchenweiten ersten Lösung, können Mobile-Marketer ihre Abos und Umsätze managen und bekommen ein tieferes Verständnis dafür, wie die Nutzer mit Abonnement-Modellen interagieren."*

Adjust veröffentlichte parallel die Ergebnisse einer US-Verbraucherumfrage, die sich mit der wachsenden Beliebtheit von Abos und Streaming-Angeboten auf Mobilgeräten befasst. Die Untersuchung zeigt, dass in Zeiten von Social Distancing weit mehr als ein Drittel (46,9 %) der Befragten ihre Smartphones deutlich öfter zum Streaming von Video-/TV-Diensten nutzen, und das zunehmend über Apps mit Abo-Modellen.

Weitere Kennzahlen der Umfrage:

- Die Befragten geben durchschnittlich 20,78 US-Dollar pro Monat für ihre App-Abonnements aus. Mehr als ein Viertel der befragten jüngeren Zielgruppe (Millennials und Gen Z) gaben an, dass sie bestehende Verträge zugunsten von App-Abonnements gekündigt hätten. Zum Beispiel die Mitgliedschaft in einem Fitness-Studio, um ein Abo für eine Fitness-App abzuschließen. Zum Vergleich: nur 17,9 % der Verbraucher insgesamt machten diese Angabe.
- Die 25- bis 34-Jährigen geben mit durchschnittlich 25,85 US-Dollar monatlich am meisten für Abos in Apps aus, die über 55-Jährigen am wenigsten: nur 13,97 US-Dollar pro Monat. Streaming-Apps waren die am häufigsten heruntergeladenen Apps mit Abo-Modellen (30,7 %), gefolgt von Gaming (9 %) und News (4 %).
- Mobile-Streaming wird vor allem von jüngeren Verbraucher genutzt, zudem zeigen Gen Z und Millennials im Generationenvergleich die höchste Bereitschaft, für Streaming- und On-Demand-Inhalte zu zahlen. 57,2 % gaben an, dass sie ihre Smartphones während der Pandemie häufiger zum Streaming von Video-/TV-Diensten genutzt haben als sonst.
- Die befragten Verbraucher geben durchschnittlich 33,58 US-Dollar pro Monat für Streaming- und On-Demand-Inhalte aus und zählen Netflix, Amazon Prime, Hulu, Disney+ und YouTube TV zu ihren fünf beliebtesten Streaming-Anbietern.

Mit der steigenden Beliebtheit von App-Abonnements, ist Adjust das einzige Unternehmen, das Marketern, ohne zusätzliche Dashboards oder komplizierte Integration, einen umfassenden Einblick in Abo-Events ermöglicht. Das neue Produkt ist Teil der Mission von Adjust, das Marketing für die 40.000 Apps, die mit der Adjust-Plattform arbeiten, einfacher, intelligenter und sicherer zu gestalten.

###

Über die Umfrage

Censuswide führte die Umfrage zwischen dem 23. und 29. September 2020 in den USA mit einer landesweit repräsentativen Stichprobe von 1.003 TV/Streaming-Kunden im Alter von 16 bis 60 Jahren im Auftrag von Adjust durch.

Über Adjust

[Adjust](#) ist ein globales SaaS-Unternehmen, das datengetriebene Marken dabei unterstützt, die erfolgreichsten Apps der Welt zu bauen. Das Technologie-Unternehmen hat 16 Standorte weltweit und ist Marketingpartner aller großen Social Media- und Werbenetzwerke.

Adjusts Plattform umfasst Mobile Measurement, Fraud Prevention, Cybersecurity und Marketing-Automatisierung. Über 40.000 Apps arbeiten mit Adjust, um ihr Marketing einfacher, intelligenter und sicherer zu machen. Weltweit führende Marken wie Procter & Gamble, Rocket Internet und Tencent Games haben die Lösungen von Adjust implementiert, um ihre Budgets zu sichern und ihre Ergebnisse zu verbessern.