



AppsFlyer launcht Privacy Sandbox-Lösung für Android Lösung für Marketer

Unternehmen kündigt gestaffelten globalen Start für eine der branchenführenden Attribution Reporting API-Integrationen für Googles Privacy Sandbox auf Android in Zusammenarbeit mit Unity Ads an

Berlin/San Francisco, 6. September 2024 – AppsFlyer, weltweit führender Anbieter für Marketing-Measurement, Attribution und Data Analytics, gibt die stufenweise Integration einer Privacy Sandbox-Lösung für Android bekannt. Entwickelt in enger Zusammenarbeit mit dem Android Sandbox-Team von Google, ist das Sandbox Attribution Reporting API Dashboard von AppsFlyer eines der ersten seiner Art auf dem Markt und ermöglicht Marketern so umfassende und datenschutzkonforme Analysen. Die Integration und Technologie setzen einen neuen Standard in der Branche und sind ab sofort für ausgewählte Marken zum Testen verfügbar.

Mit der Einführung der Android Privacy Sandbox, die der webbasierten Chrome Privacy Sandbox folgt, werden APIs und Lösungen für AdTech-Unternehmen implementiert, die personalisierte Werbung ohne die Verwendung von Nutzer- oder Geräte-IDs ermöglichen. Marketer können nun App-Installationen auf der AppsFlyer-Plattform auf Basis der Attribution Reporting API der Privacy Sandbox auf Android messen und damit AppsFlyers Expertise nutzen, um ihre Android-Marketingstrategien effektiv anzupassen – einschließlich der Optimierung von Werbeausgaben, präziser Werbemessung, Zielgruppenaktivierung und Retargeting, ohne dabei die Privatsphäre der Nutzer:innen zu gefährden.

„In der heutigen Datenschutzlandschaft kann die Navigation in der Privacy Sandbox auf Android oder in anderen Frameworks für Vermarkter eine große Herausforderung sein“, sagt Roy Yanai, AVP Product Measurement bei AppsFlyer. „Googles Ansatz bei der Entwicklung der Privacy Sandbox hat für frischen Wind gesorgt, da hierfür Feedback aus der gesamten Branche gesammelt wurde, um ein Framework zu entwickeln, das eine langfristige Lösung darstellt. AppsFlyer nimmt seine Rolle als Bindeglied im Ökosystem sehr ernst – und der Aufbau dieser Infrastruktur gemeinsam mit unseren Partnern ist ein sehr gutes Beispiel dafür, wie wir alle zusammenarbeiten können, um die Erfahrungen für Marketer zu verbessern. Die schrittweise Einführung der Integration bietet benutzerfreundliche Lösungen, die den Prozess vereinfachen und es Marketern ermöglichen, ihre Kampagnen zu skalieren und ihre Ziele zu erreichen“, so Yanai weiter.

Die Einführung der Privacy Sandbox auf Android bietet Marketern Lösungen, um die Herausforderungen des Signalverlusts aufgrund von Änderungen in der Verfügbarkeit von GAIDs anzugehen. Zusätzlich werden Probleme im Zusammenhang mit dem eingeschränkten Datenzugang gelöst, die zeitaufwendige und komplexe manuelle Integrationen sowie Inkonsistenzen bei den Kampagnenleistungsmetriken aufgrund fragmentierter Daten aus verschiedenen Netzwerken verursachen. Die intuitiven Lösungen von AppsFlyer helfen dabei, diese Herausforderungen zu bewältigen, indem sie skalierbares und effektives Marketing ohne Dateninkonsistenzen sowie die nahtlose Integration mit mehr als 10.000 Technologie- und Medienpartnern ermöglichen.



„Wir freuen uns, dass AppsFlyer und Unity Ads Lösungen mit der Privacy Sandbox auf Android entwickeln, und werden weiterhin mit den Teams von AppsFlyer und Unity Ads sowie mit anderen Unternehmen im Rahmen einer ökosystemweiten Kollaboration zusammenarbeiten“, sagt Jolyn Yao, Head of Measurement Products, Privacy Sandbox, Google.

AppsFlyer hat sich mit Unity Ads, einer führenden Plattform für Mobile-Game-Monetarisierung und Nutzerakquise, zusammengetan, um einen nahtlosen Attribution Flow für Werbetreibende und Werbeplattformen zu schaffen. Als Design-Partner für AppsFlyers Sandbox-Integration wird Unity Ads das erste Ad-Netzwerk sein, das mit AppsFlyer zusammenarbeitet, um seinen Kunden ein Verständnis für die Werbemessung basierend auf den Sandbox-Attributionsergebnissen zu vermitteln. Der anhaltende Fokus auf den Aufbau eines starken, integrierten Ökosystems wird es Marketern und gemeinsamen Kunden der beiden Unternehmen ermöglichen, dieses neue Framework und seine Vorteile zu verstehen und darin zu navigieren.

„Da sich das Datenschutz-Ökosystem mit der Google Privacy Sandbox weiterentwickelt, freuen wir uns über die Partnerschaft mit Google und AppsFlyer um sicherzustellen, dass Werbetreibende auf die bevorstehenden Veränderungen vorbereitet sind“, sagte Oren Hod, Senior Director of Product, Advertiser Experience bei Unity Ads. „Unser Ziel ist es zu gewährleisten, dass Werbetreibende den Veränderungen voraus sind und ihre User Acquisition Performance mithilfe der Google Privacy Sandbox maximieren.“

Das Attribution API Dashboard verwandelt die komplexe Architektur der Privacy Sandbox in benutzerfreundliche Lösungen, genauso effektiv wie das zuvor von AppsFlyer veröffentlichte SKAN Overview Dashboard. Weitere Informationen zur Privacy Sandbox auf Android finden Sie im [Privacy Sandbox Hub von AppsFlyer](#).

Über AppsFlyer

AppsFlyer unterstützt Marken, durch innovative, datenschutzfreundliche Mess-, Analyse-, Betrugsschutz- und Engagement-Technologien die richtigen Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kundinnen und Kunden zu treffen. AppsFlyer basiert auf der Idee, dass Marken den Datenschutz ihrer Kundinnen und Kunden erhöhen und gleichzeitig außergewöhnliche Erlebnisse bieten können. Das Unternehmen hilft Tausenden von App-Entwicklern und mehr als 10.000 Technologiepartnern dabei, bessere und sinnvollere Kundenbeziehungen zu gestalten.

<http://www.appsflyer.com/de>