



Wolt und AppsFlyer starten erfolgreiche Data-Collaboration-Partnerschaft

- **Partnerschaft zeigt enorme Potenziale für Retail Media-Optimierung**
- **Kampagne erzielt 32%igen Anstieg des Return on Advertising Spend (ROAS) für eine globale Eiscreme-Marke**

Berlin, 29. Januar 2025 – AppsFlyer, weltweit führend in den Bereichen Data Collaboration Solutions, Marketing Measurement und Data Analytics, hat eine strategische Partnerschaft mit der international operierenden Commerce- und Lieferplattform Wolt bekanntgegeben. Im Rahmen dieser Partnerschaft wird Wolt Ads – die Retail Media-Lösung von Wolt – die Data Collaboration Platform (DCP) von AppsFlyer nutzen, um First-Party-Daten sicher mit Werbetreibenden und Partnern auszutauschen und gemeinsam zu nutzen.

Gemeinsam wollen die Unternehmen den Bereich Retail Media weiterentwickeln, indem Marken Wolt-Daten verwenden können, um präzise und taktische Zielgruppensegmente zu erstellen und die Kampagnenleistung genau zu messen. Mit den Funktionen von AppsFlyer ermöglicht Wolt Ads seinen Markenpartnern die eigenständige Erstellung von Zielgruppen auf Basis seiner umfassenden Zielgruppenkenntnisse und der detaillierten Messung der Kampagnenleistung durch die direkte Verknüpfung von Verkäufen mit Kampagnen.

Signifikant gestiegene Effizienz für weltweit bekannte Eiscreme-Marke

Durch die Zusammenarbeit von Wolt Ads und AppsFlyer konnten bereits hervorragende Resultate für die Kunden von Wolt Ads erzielt werden. So führte die Self-Service Data Collaboration Platform von AppsFlyer zum Beispiel zu einer deutlichen Effizienzsteigerung für das Team eines weltweit bekannten Eiscremeherstellers. Die Zeit für die Kampagnenerstellung wurde verkürzt und die Prozesse optimiert, wie die Ergebnisse der Kampagnen zeigen:

- 400 % Return on Ad Spend (ROAS) und ein 32%iger ROAS-Uplift im Vergleich zu Kampagnen ohne DCP
- 148 % Wachstum des Marktanteils in der App-Kategorie durch präzises Targeting und strategische Insights
- 86 % höhere Click-Through-Rate (CTR) im Vergleich zu Kampagnen ohne DCP
- 159 % Uplift der Warenkorb-Penetrationsrate im Vergleich zu Kampagnen ohne DCP.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die Vorteile und die Leistungsfähigkeit einer datenschutzfreundlichen, marketingorientierten Datenzusammenarbeit ohne die Abhängigkeit von Data-Science-Teams.

„Die Partnerschaft mit AppsFlyer hat die Möglichkeiten von Retail Media für uns revolutioniert“, sagt Catalina Salazar, Global Head of Wolt Ads. „Die Lösung hat uns nicht nur dabei geholfen, Zielgruppen für unsere Markenpartner zu erstellen, sondern auch die gesamte Mediaplanung über unsere In-App- und Off-App-Touchpoints hinweg zu messen. Diese Innovation erhöht die Genauigkeit und liefert vor allem messbare Ergebnisse. Das macht sie zu einem Gamechanger in der Art und Weise, wie wir unseren Partnern und ihren Kunden in 29 Märkten einen Mehrwert bieten.“



„Die Partnerschaft, die wir mit dem Wolt Ads-Team aufgebaut haben, ist ein beeindruckendes Beispiel dafür, wie Retail Media neu definiert werden kann“, sagt Tami Harrigan, VP of Privacy Cloud bei AppsFlyer. „Die Entwicklung einer Lösung, die spezifisch auf Wolts einzigartige Datenanforderungen zugeschnitten ist, war ein großer Erfolg und zeigte den enormen Umfang und die Flexibilität von AppsFlyers Data Collaboration Platform, insbesondere in Bezug auf die Steigerung der Retail Media Performance.“

Über AppsFlyer

AppsFlyer unterstützt Marken dabei, fundierte Entscheidungen für ihr Unternehmen und ihre Kunden zu treffen – mit fortschrittlichen Lösungen in den Bereichen Messung, Datenanalytik, Deep Linking, Engagement, Betrugsschutz, Datenschutz und Data Clean Room. Basierend auf der Überzeugung, dass Datenschutz und außergewöhnliche Nutzererlebnisse Hand in Hand gehen können, hilft AppsFlyer Tausenden von Kreativen und mehr als 10.000 Technologiepartnern dabei, bessere und bedeutungsvollere Kundenbeziehungen zu schaffen. **Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.appsflyer.com>.**

Über Wolt

Wolt ist ein in Finnland gegründetes Technologieunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Leben in den Nachbarschaften weltweit einfacher und angenehmer zu machen. Mit seiner Plattform verbindet Wolt Menschen, die Lebensmittel und andere Produkte bestellen möchten, mit lokalen Anbietern und Kurierinnen und Kurieren, die diese liefern. Wolt wurde 2014 gegründet und ist seit 2022 Teil von DoorDash (NASDAQ:DASH). 2020 ist Wolt in Deutschland gestartet und in 27 weiteren Ländern aktiv. **Weitere Informationen auf der [Wolt-Website](#).**