

+
**ENTWICKLUNG DER
SMARTPHONE-OS
MARKTANTEILE**

**DIE
BELIEBTESTEN
APPS in
Deutschland und
Großbritannien**

**Wo liegt die
iOS + ANDROID
HAUPTSTADT
Deutschlands ?**

Entwicklung der Smartphone-OS-Marktanteile

Mobile Advertising weiter stark wachsend

Mobile Advertising wird im Marketingmix immer wichtiger. Laut der aktuellen Studie „Entscheidungskriterien von Mediaeinkäufern bei Fachmedien Print und Online“¹ denken bereits heute 27,3 Prozent der Mediaeinkäufer darüber nach, Werbung im mobilen Bereich zu platzieren. Die Ausgaben für mobile Werbung werden in den USA in diesem Jahr um 48% von 743,1 Millionen US-Dollar auf 1,102 Milliarden US-Dollar ansteigen². In Europa werden sich im Jahr 2011 die Investitionen in Werbeschaltungen im mobilen Internet nach Voraussagen des Marktforschungsunternehmens FirstPartner³ auf 216,9 Millionen Euro belaufen.

Auch bei der madvertise Mobile Advertising GmbH, eines der führenden Netzwerke für mobiles Advertising in Europa, ist dieses starke Wachstum zu spüren. In den vergangenen Monaten konnte madvertise vermehrt Kampagnen im oberen fünfstelligen Umsatzbereich akquirieren. Viele Marketingentscheider erkennen, dass mobile Werbung Möglichkeiten bietet, die im stationären Web oder im Print-Bereich nicht vorzufinden sind. Durch detailliertes Targeting anhand von demographischen Daten, Gerätetypen (Devices), Geschlecht (Gender) oder auch Aufenthaltsort (Location) sind einer im Dezember 2010 von BIA/Kelsey veröffentlichten Studie⁴ zufolge die durchschnittlichen Klickraten im mobilen Internet höher als im stationären Internet – sowohl auf Android- (Klickrate: 0,4%) als auch iOS-Smartphones (Klickrate: 0,8%). Die an das madvertise-Netzwerk angeschlossenen Longtail-Publisher erreichen dabei sogar eine durchschnittliche Klickrate von 1,4%.

Mobiles Internet wird parallel zum TV genutzt

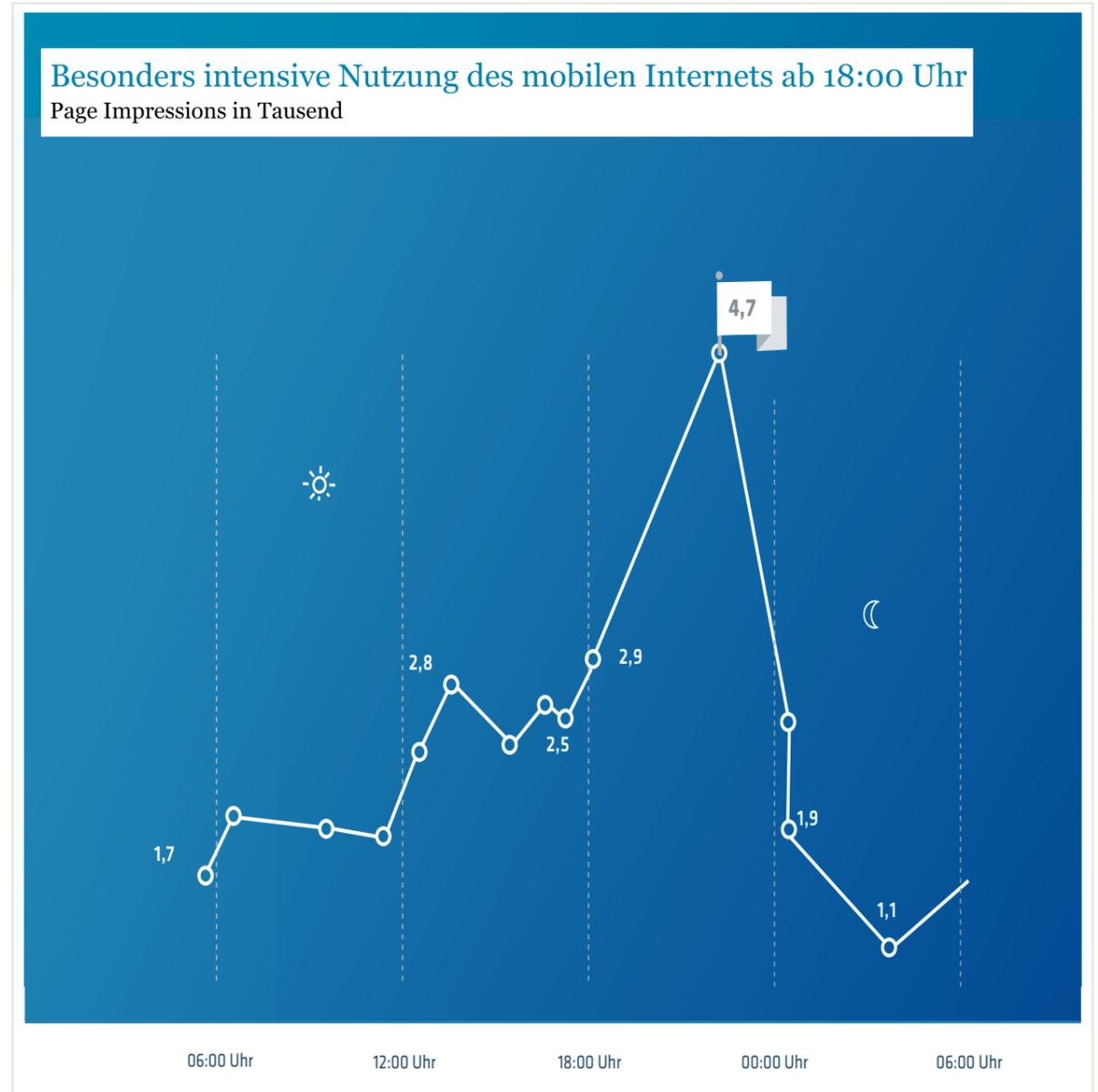
Der Smartphone-Boom der letzten vier Jahre trägt dazu bei, dass immer mehr Surfer mobil ins Internet gehen. Früher verbrachten die Konsumenten ein Drittel der Mediennutzungszeit mit Fernsehen. Inzwischen verbringen sie genauso viel Zeit (32%) im Internet⁵. Smartphone-Besitzer nutzen das Internet vermehrt – und verwenden für das Surfen im Netz ihr Handy anstelle des stationären PCs. „Das mobile Surfen nimmt bei

den Smartphonern jetzt schon fast genauso viel Zeit ein wie das Lesen von Printmedien.“ schreibt die Otto Group in ihrer GoSmart 2012-Studie⁶.

Genau so wie bei den Printmedien gehen die mobilen Surfer dabei parallel zum Konsum anderer Medien ins Internet, so dass während des Abendfilms Facebook und Co. mobil vom Sofa aus zum Einsatz kommen. Eine Auswertung der monatlich 1,4 Milliarden weltweiten Page Impressions des

FUSSNOTEN

¹ http://mobilbranche.de/mobilbranche/wp-content/uploads/2011/05/KDF2011_-_AMF-Tagung_25_05_11_Volker-Zanetti_Feldstudie.pdf
² http://www.emarketer.com/Reports/All/Emarketer_2000703.aspx
³ „Studie: „Western European Mobile Ad Market to hit €5 bn by 2015“, FirstPartner 2011, www.firstpartner.net
⁴ [http://www.biakelsey.com/Company/Press-Releases/101201-U.S.-Mobile-Advertising-to-Reach-\\$2.9-Billion-in-2014.asp](http://www.biakelsey.com/Company/Press-Releases/101201-U.S.-Mobile-Advertising-to-Reach-$2.9-Billion-in-2014.asp)



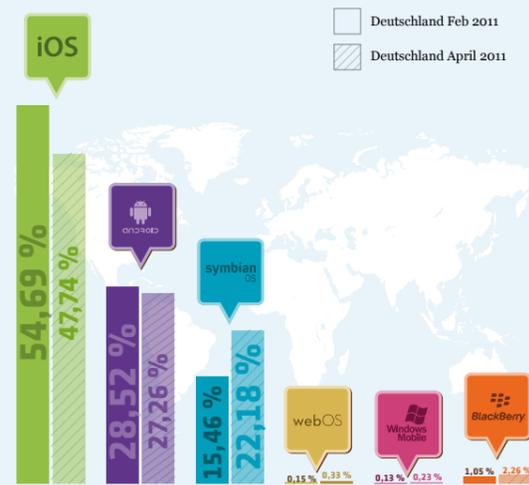
madvertise-Netzwerks zeigt, dass die Nutzung des mobilen Internets werktags einen ähnlichen Verlauf aufweist, wie die Einschaltquoten im Fernsehen: Die „Prime Time“ liegt zwischen 20 und 22 Uhr, wobei die „beste Sendezeit“⁷ – im mobilen Internet wie im Fernsehen – um 21:15 Uhr zu verzeichnen ist. Im Zeitraum zwischen 7 und 9 Uhr morgens hingegen werden gerade einmal 41% des höchsten Traffics im mobilen Internet erreicht. Ebenso wenig

Zuschauer kann das Fernsehen um diese Uhrzeit vorweisen⁶. Nur die Hälfte des höchsten Niveaus an täglichen Zugriffsraten im mobilen Internet wird zwischen 12 und 14 Uhr verzeichnet. Ab 16 Uhr steigen die Zugriffszahlen dann kontinuierlich wieder an, um gegen 21:15 Uhr ihren Höchstwert zu erreichen. Um Mitternacht surfen schließlich noch genauso viele Nutzer mobil im Internet wie um 12 Uhr mittags.

FUSSNOTEN

⁵ GO SMART 2012: ALWAYS-IN-TOUCH“ (WWW.OTTOGROUP.COM/FILEADMIN/PDF/GO_SMART.PDF)
⁶ EBD.
⁷ „Beste Sendezeit“: Ist 21:15 Uhr das neue 20:15 Uhr? DWDL.de (http://www.dwdl.de/magazin/11136/beste_sendezeit_ist_2115_uhr_das_neue_2015_uhr/)

Marktanteile Smartphone-OS weltweit



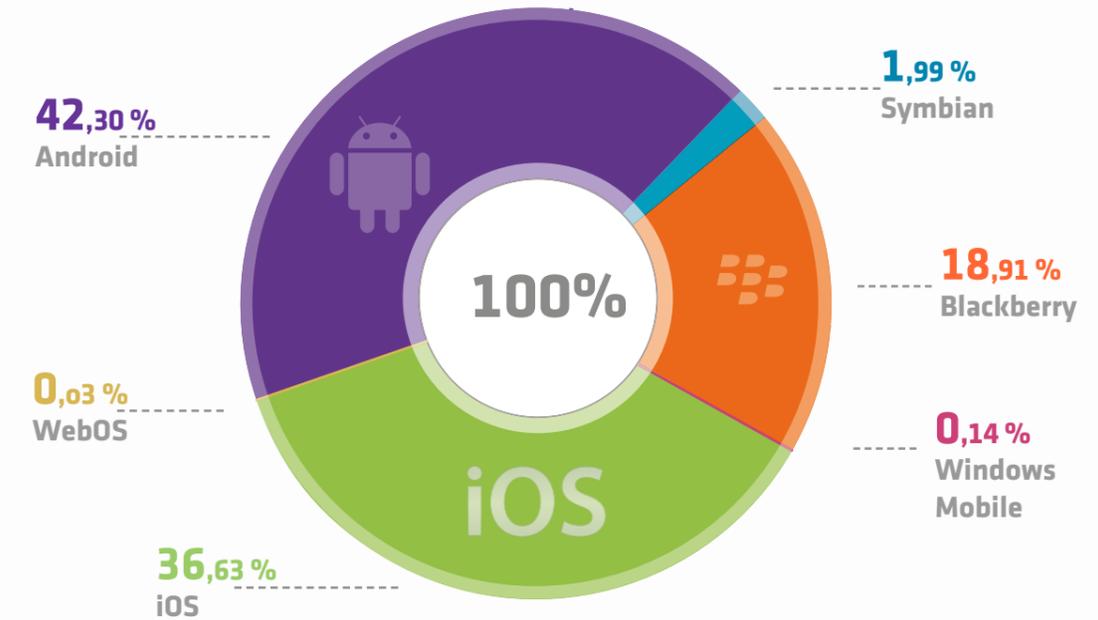
Anteile der Smartphone-OS im madvertise-Netzwerk gemessen an den Gesamt-PIs – weltweit (Stand: 20. Mai 2011)

Aufschlussreich sind die Zahlen des madvertise-Netzwerkes auch bezüglich der Aufteilung der Betriebssysteme im weltweiten Smartphone-Markt und deren Entwicklung. Apples iOS hat mit einem Anteil von 47,74% im April 2011 die eindeutige Führungsposition unter den im madvertise-Netzwerk genutzten Smartphones inne.

Vergleiche zwischen Februar und April 2011 zeigen allerdings weltweit einen leichten Abwärtstrend des iOS (-6,95 Prozentpunkte im Zweimonatsvergleich) zu Gunsten von Nokias Symbian (+6,72 Prozentpunkte im Zweimonatsvergleich). Auch Googles Android musste ein leichtes Absinken um 0,9 Prozentpunkte im Zweimonatsvergleich hinnehmen. Weiterhin weit abgeschlagen bleiben trotz geringfügiger Schwankungen WebOS von Palm, Windows Mobile und Blackberry von RIM.

Anteile der Smartphone-OS im madvertise-Netzwerk UK

gemessen an den Gesamt-PIs für Großbritannien (Stand: 20. Mai 2011)

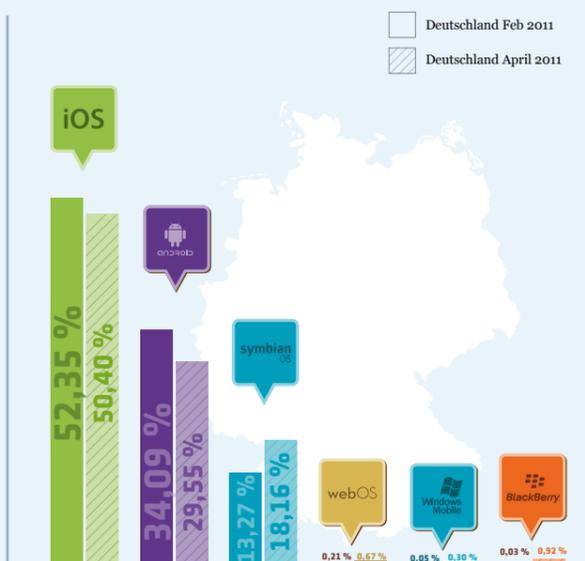


Marktanteile Smartphone-OS Deutschland

In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Auch hier konnte Symbian zulegen und seinen Anteil an den Smartphone-Betriebssystemen auf 18,16% steigern.

Dennoch setzen mehr als die Hälfte (50,40% im April) der deutschen Nutzer Apples iOS ein. Android belegt trotz leichten Absinkens des Anteils um 4,54 Prozentpunkte auf 29,55% (April 2011) den zweiten Platz der Smartphone-OS im madvertise-Netzwerk.

Eine eher unbedeutende Rolle in Deutschland spielen WebOS, Windows Mobile und Blackberry.



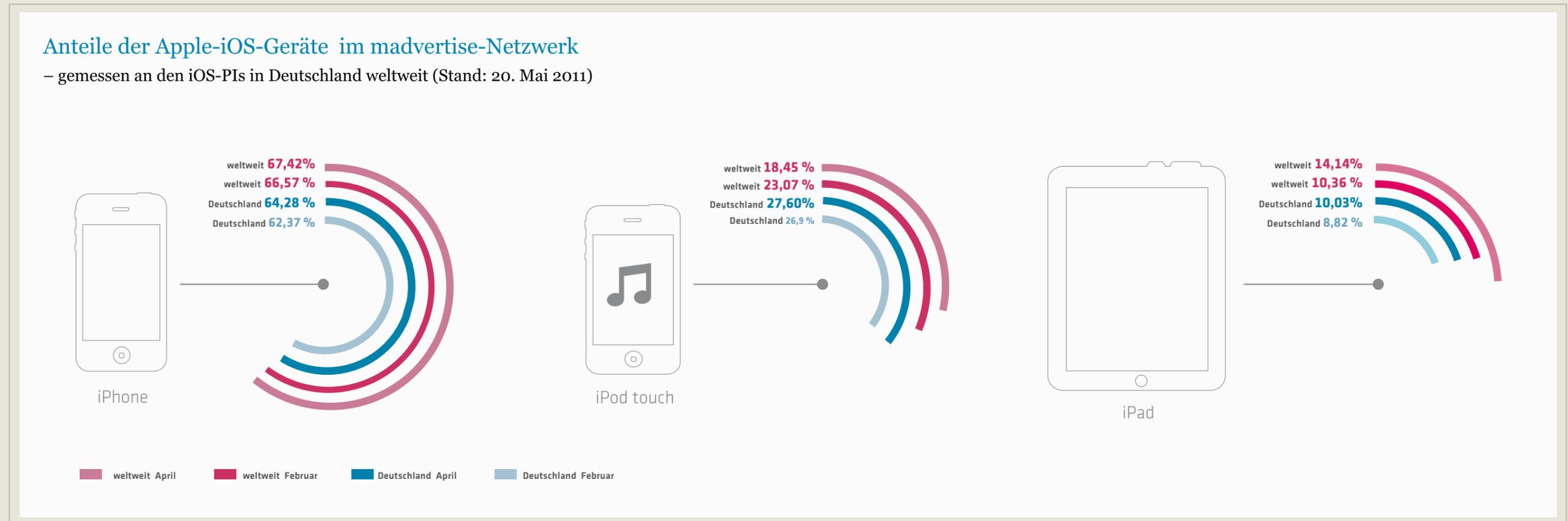
Anteile der Smartphone-OS im madvertise-Netzwerk gemessen an den Gesamt-PIs für Deutschland (Stand: 20. Mai 2011)

Marktanteile Smartphone-OS UK

Anfang April gab madvertise die Internationalisierung seines Netzwerkes mit eigenen Niederlassungen und lokalen Teams in London, Barcelona, Madrid und Mailand bekannt. Zu diesem Zeitpunkt generierte madvertise bereits über 35% seines Umsatzes durch internationale Kampagnen. Für April liegen erstmals valide Daten des madvertise-Netzwerkes für Großbritannien vor, das den größten Anteil an den internationalen Kampagnen bei madvertise aufweist.

Hier ist deutlich zu erkennen, dass in Großbritannien Googles Android als Smartphone-Betriebssystem mit 42,30% Nutzeranteil der Vorzug gegeben wird. 36,63% der madvertise-Zugriffe kommen in Großbritannien von iOS-Geräten. Blackberry ist mit 18,91% Anteil an den gesamten, aus Großbritannien auf dem madvertise Ad-Server eingehenden Page Impressions das dritt wichtigste Smartphone-OS. Weit abgeschlagen hingegen: Symbian, WebOS und Windows Mobile.

Entwicklung der Aufteilung der iOS-Geräte



Aufteilung iOS – weltweit

Apples Smartphone-Betriebssystem iOS kommt nicht nur auf Apples Smartphone „iPhone“ zum Einsatz, sondern auch auf dem ebenfalls internet-fähigen iPod touch und dem iPad. Diese Geräte lassen sich während ihres Zugriffs auf das madvertise-Netzwerk einzeln identifizieren. Hierdurch kann der Anteil der jeweiligen iOS-Hardware an der Gesamtnutzerzahl von iOS-Geräten genau aufgezeigt werden.

Betrachtet man die weltweite Nutzung der iOS-Geräte, wird ersichtlich, dass das iPhone mit 66,57% im Februar und 67,42% im April nahezu stabile Nutzerzahlen aufweist. Deutlichere Schwankungen zeigen hingegen der iPod touch, der 4,82 Prozentpunkte im Zweimonatsvergleich verlor, und das iPad, das 3,77 Prozentpunkte zulegte.

Aufteilung iOS – Deutschland

In Deutschland verteilt sich die Nutzung der iOS-Geräte ein wenig anders als bei der weltweiten Nutzung: Hier hatte im April nach dem iPhone mit 62,37% der iPod touch mit 27,60% einen deutlich höheren Anteil an den iOS-Geräten als das iPad mit 10,03%.

Im Zweimonatsvergleich sind hingegen nur leichte Schwankungen zu verzeichnen. So konnte der iPod touch 0,7 Prozentpunkte zulegen, während das iPhone 1,91 Prozentpunkte verlor. Das iPad hingegen legte 1,21 Prozentpunkte zu.

Die beliebtesten Kategorien in Apples App Store

Die beliebteste Kategorie der auf iOS-Geräten genutzten Apps weltweit ist der Bereich der Spiele. Das ergab eine Auswertung von AppZapp, dem App-Finder und der App Community für iOS Apps auf dem iPhone, iPad oder im Web.

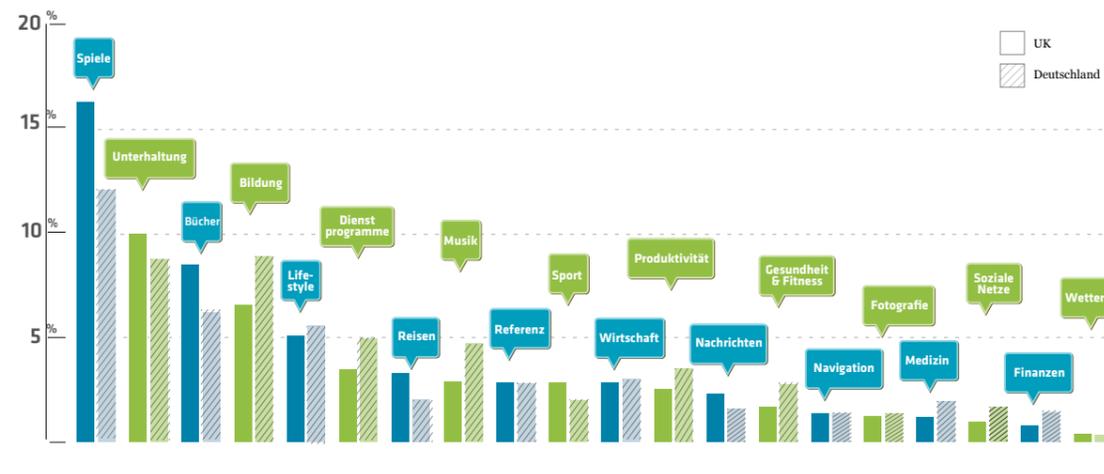


Spiele für das iPhone belegen demnach in Deutschland 15,66% des App Stores, während in Großbritannien 16,31% aller iPhone-Apps Spiele sind. Auch für das iPad sind Spiele die prozentual stärkste Kategorie (19,13% im deutschen App Store, 21,17% im britischen App Store). Mit insgesamt 2542 neuen Spielen für das iPhone und 3829 Spiele-Updates allein in Deutschland im Zeitraum 1.-31. Mai 2011 gab es in diesem Bereich zudem die größten Bewegungen. Ebenso verhielt es sich auf dem iPad, für das es im Mai 578 neue Spiele und 648 Updates in der Kategorie „Spiele“ in Deutschland gab.

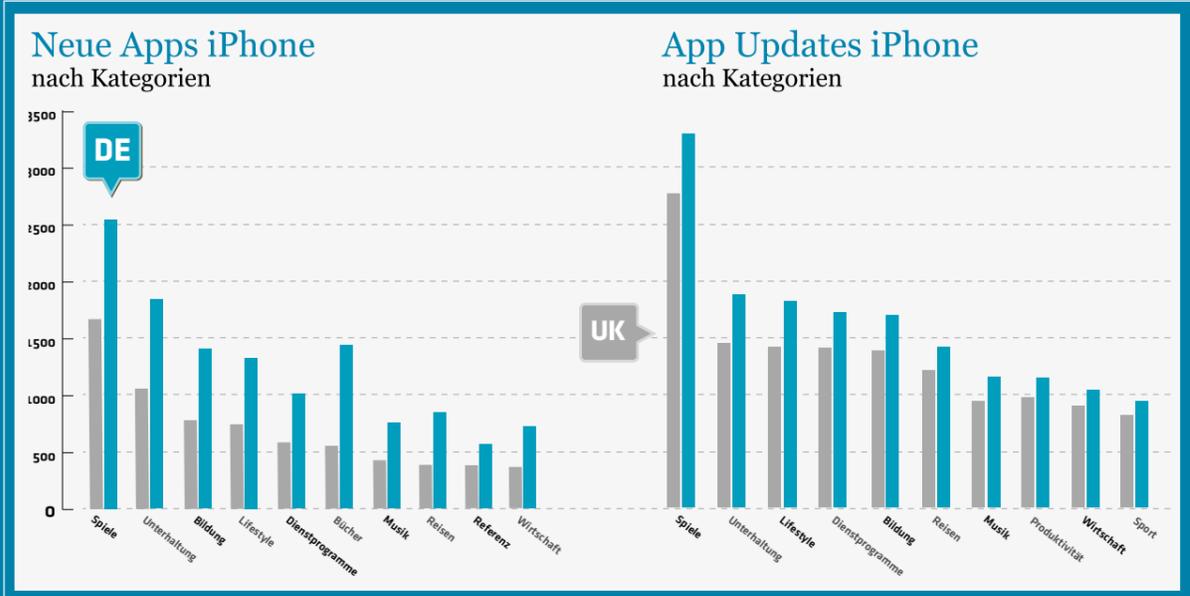
In Großbritannien wurden 1670 neue Spiele und 3217 Spiele-Updates für das iPhone sowie 489 neue Games und 584 Updates für das iPad verzeichnet. Die zweitstärkste Kategorie bildet für das iPhone der Bereich „Unterhaltung“ (11,58% in D, 11,16% in UK), dicht gefolgt von „Büchern“ (11,35% in D, 10,73% in UK). Auch hier gab es mit 1837 neuen Apps in Deutschland (1059 in UK) und 2184 Updates im deutschen App Store (1732 in UK) viel Bewegung. Es folgen die App Store Kategorien „Bildung“, „Lifestyle“, „Dienstprogramme“ sowie „Reisen“, „Musik“ und „Referenz“.

Kategorien im iPhone App Store

Prozentanteile des Gesamtaufkommen an Apps im App Store



Quelle: AppZapp

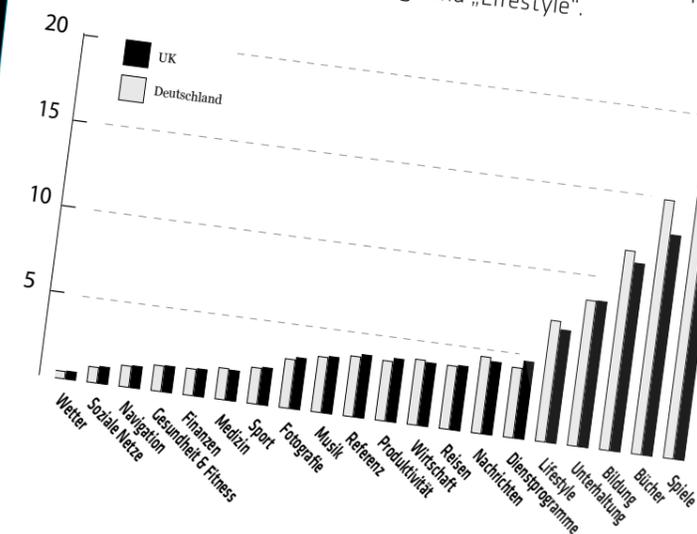


Betrachtet man die Anzahl neuer Apps und der Updates pro Land, ergibt dies in Deutschland und Großbritannien ein sehr ähnliches Bild. Die drei stärksten iPhone-Kategorien sind hier im Bereich Neuheiten „Spiele“, „Unterhaltung“ und „Bildung“, während die Updates am höchsten in den Kategorien „Spiele“, „Unterhaltung“ und „Lifestyle“ sind.

Die Anzahl der Neuheiten und Updates ist in Deutschland dabei höher als im Vereinigten Königreich, was darauf schließen lässt, dass in Deutschland auch der Wettbewerb unter den Apps in den einzelnen Kategorien stärker ausfällt.

Kategorien-Aufteilung im iPad App Store

Bei den iPad-Apps fällt die Reihenfolge der Kategorien hinsichtlich ihrer Stärke im App Store anders aus. Auf die „Bücher“- (14,90% in D, 12,92% in UK) und die „Bildung“-Apps (11,69% in D, 11,02% in UK). Platz 4 und 5 belegen im iPad-App-Store die Kategorien „Unterhaltung“ und „Lifestyle“.



iOS & Android Hauptstadt Deutschland

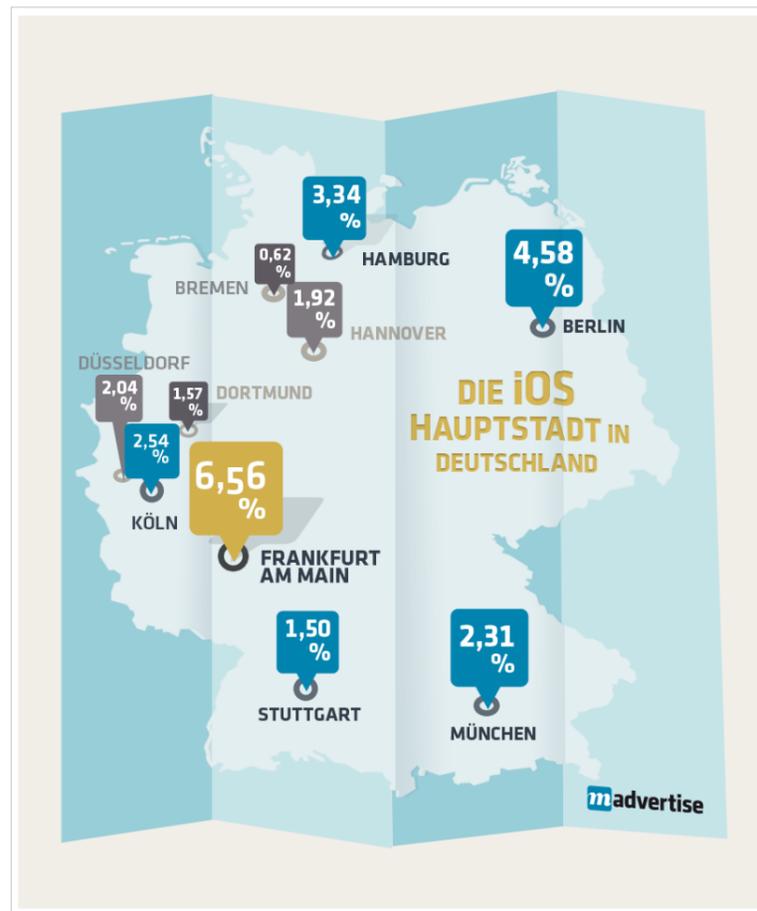
iOS-Hauptstadt in Deutschland

Das Angebot von madvertise umfasst ortsbezogene Kampagnen (Location Based Advertising), in deren Rahmen mobile Werbung bis auf 50 Meter zielgenau in Städte, Regionen und Bundesländer ausgeliefert werden kann. Ermöglicht wird dies über den eigens auf die mobilen Bedürfnisse angepassten Ad Server von madvertise. Die Auswertung der Apps und mobilen Websites, die einen Werbebanner von diesem Ad Server abfragen, in Kombination mit den dabei übermittelten ortsbezogenen Daten liefern ein äußerst genaues Bild über die iOS-Verteilung in Deutschland.

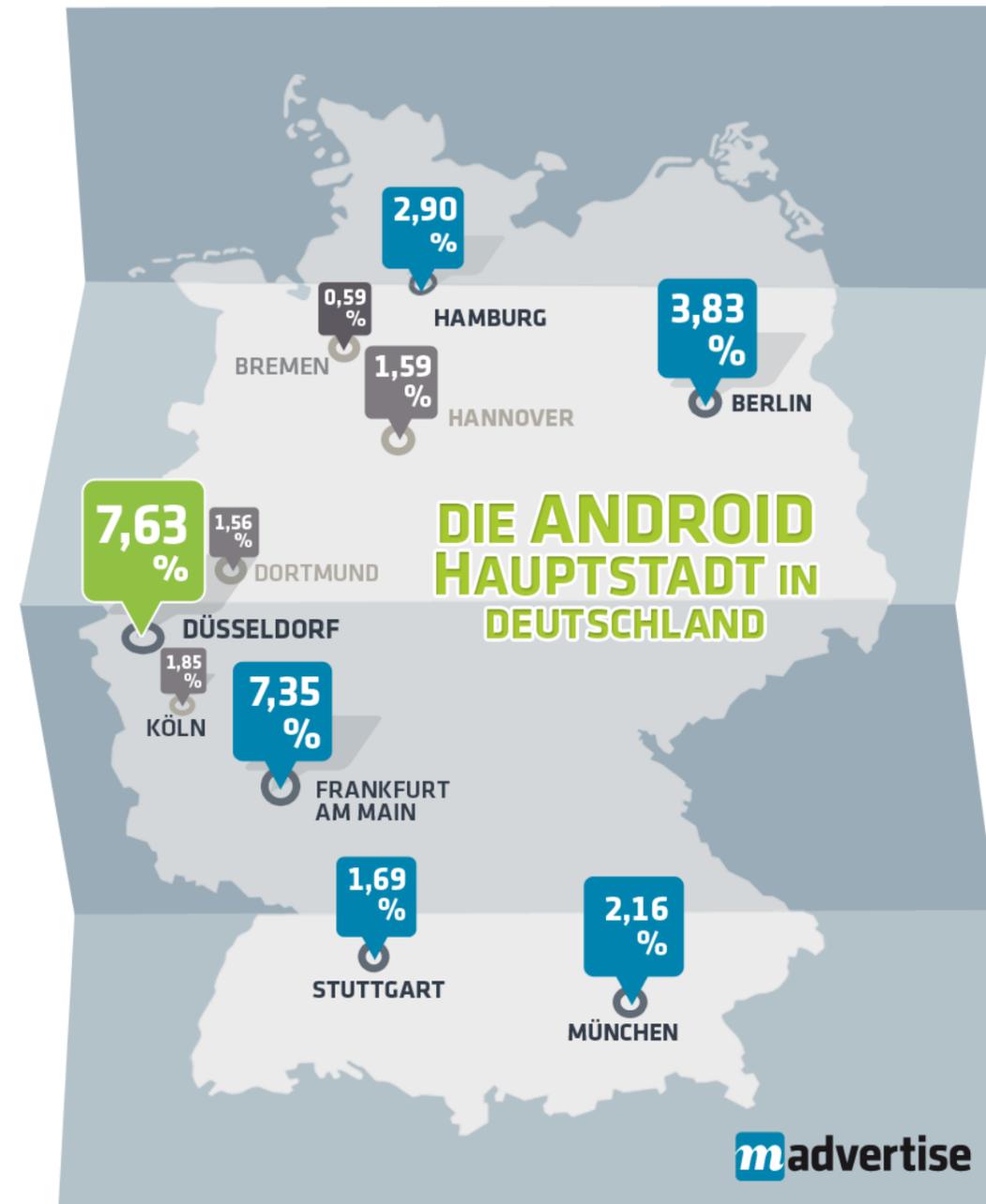
In den 10 Städten mit der höchsten Einwohnerzahl Deutschlands hat madvertise deshalb die Nutzung von Apples Smartphone-Betriebssystem iOS ausgewertet. Die durch iOS-Geräte bei madvertise eingegangenen Page Impressions der jeweiligen Stadt wurden dazu ins Verhältnis zu allen deutschlandweit mit iOS-Geräten getätigten Page Impressions gesetzt. Das Ergebnis zeigt, welche deutsche Stadt die

»iOS-Hauptstadt« - in Relation zur Gesamtnutzung von iOS-Geräten in Deutschland - ist. Im April war dies Frankfurt am Main mit 6,56%. Berlin belegte Rang 2 mit 4,58%, während Hamburg mit 3,34% iOS-Nutzern Platz 3 einnahm. Die hohen Nutzer-

anteile in Frankfurt könnten sowohl durch die Bankendichte in der Metropole erklärt werden, als auch durch den Flughafen Frankfurt, der als Drehkreuz und Umstiegsflughafen von vielen (iOS-Geräte verwendenden) Geschäftsleuten genutzt wird.



iOS-Anteile der 10 Städte mit der höchsten Einwohnerzahl in Deutschland
Durch iOS erzielte Page Impressions in der jeweiligen Stadt :
Gesamtzahl der iOS Page Impressions in Deutschland



Android-Anteile der 10 Städte mit der höchsten Einwohnerzahl in Deutschland
Durch Android erzielte Page Impressions in der jeweiligen Stadt :
Gesamtzahl der Android Page Impressions in Deutschland

Android Hauptstadt in Deutschland

Die Android-Verteilung liefert in Deutschland ein anderes Bild als die iOS-Nutzung. Auch hier wurden die 10 Städte mit der höchsten Einwohnerzahl Deutschlands bezüglich der Nutzung des Android-Betriebssystems ausgewertet. Die durch Android-Geräte erzielten Page Impressions der jeweiligen Stadt wurden dazu ins Verhältnis zu allen deutschlandweit mit Android getätigten Page Impressions gesetzt. Wenn auch nur knapp, hat bei der Nutzung des Android-Betriebssystems in Deutschland Düsseldorf mit 7,63% die Nase vorne. Dicht gefolgt von Frankfurt am Main (7,35%). In Berlin sind hingegen gerade einmal 3,83% aller deutschen Android-Nutzer vertreten. Damit war Düsseldorf im April 2011 die Android-Hauptstadt in Deutschland!

Madvertise Dev Fund



Wir garantieren Ihnen als App-Entwickler und/oder Publisher einer mobilen Webseite 100 Prozent des Umsatzes auf alle in Ihrer App und/oder auf der mobilen Webseite ausgelieferten Anzeigen.

Wie es geht, finden Sie hier:

www.madvertise.com



Madvertise

Mobile Advertising GmbH

Oranienplatz 2
10999 Berlin

www.madvertise.com
info@madvertise.com