

Tablet-Hauptstadt in Deutschland



Free vs. Paid Apps

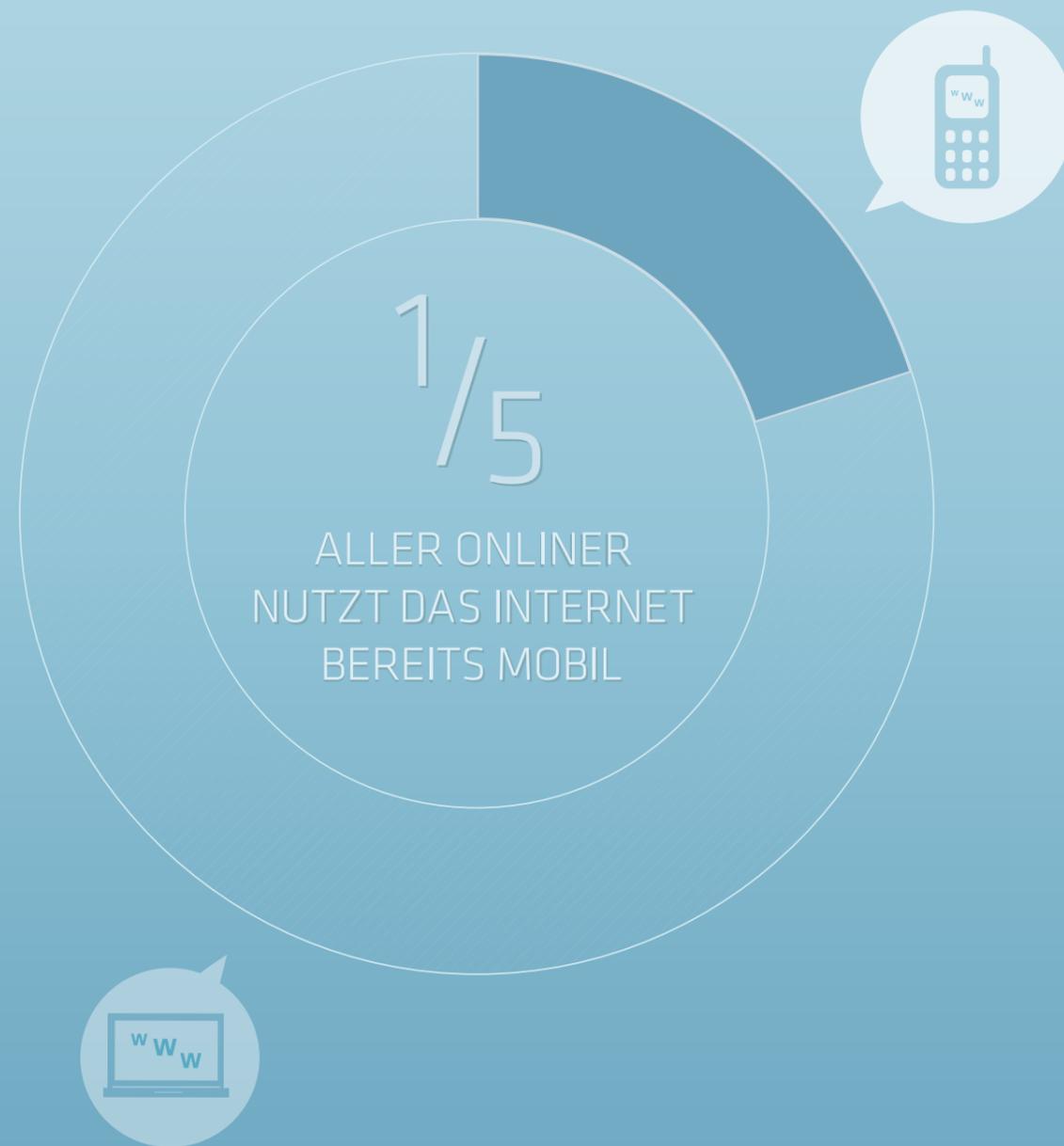
Lohnt sich der Preis von teuren Apps, oder taugt auch die günstige App etwas?

Mobiles Internet

Starker Anstieg in der Nutzung von mobilen Endgeräten im Alltag

Marktanteile

Kampf um die Marktführerschaft – Wer gewinnt: Android oder iOS Betriebssystem?



Ein Fünftel aller Onliner nutzt das Internet bereits mobil

Anstieg der Nutzerzahlen: Das mobile Internet sowie das Mobile Computing über Tablets hat zwischen 2010 und 2011 einen gigantischen Sprung gemacht: und ist um elf Prozentpunkte angestiegen. Das entspricht etwa sieben Millionen Menschen¹, die das mobile Internet immer mehr in ihren Alltag integrieren. Über die Hälfte der deutschen User surfen täglich im mobilen Web (58 %) – das sind ein Drittel (35 %) mehr als noch im Vorjahr. Am intensivsten nutzen junge Erwachsene und Geschäftskunden das mobile Internet. Sie sind es, die mobile Online-Dienste überdurchschnittlich oft verwenden² und für Werbetreibende eine wichtige Zielgruppe darstellen.

Jedes dritte verkaufte Handy in Deutschland ist bereits jetzt ein Smartphone³. Sie sind auf die jeweiligen Vorlieben des Nutzers individualisierbar und spiegeln damit zunehmend die Persönlichkeit des einzelnen Nutzers wieder⁴. Alles, was

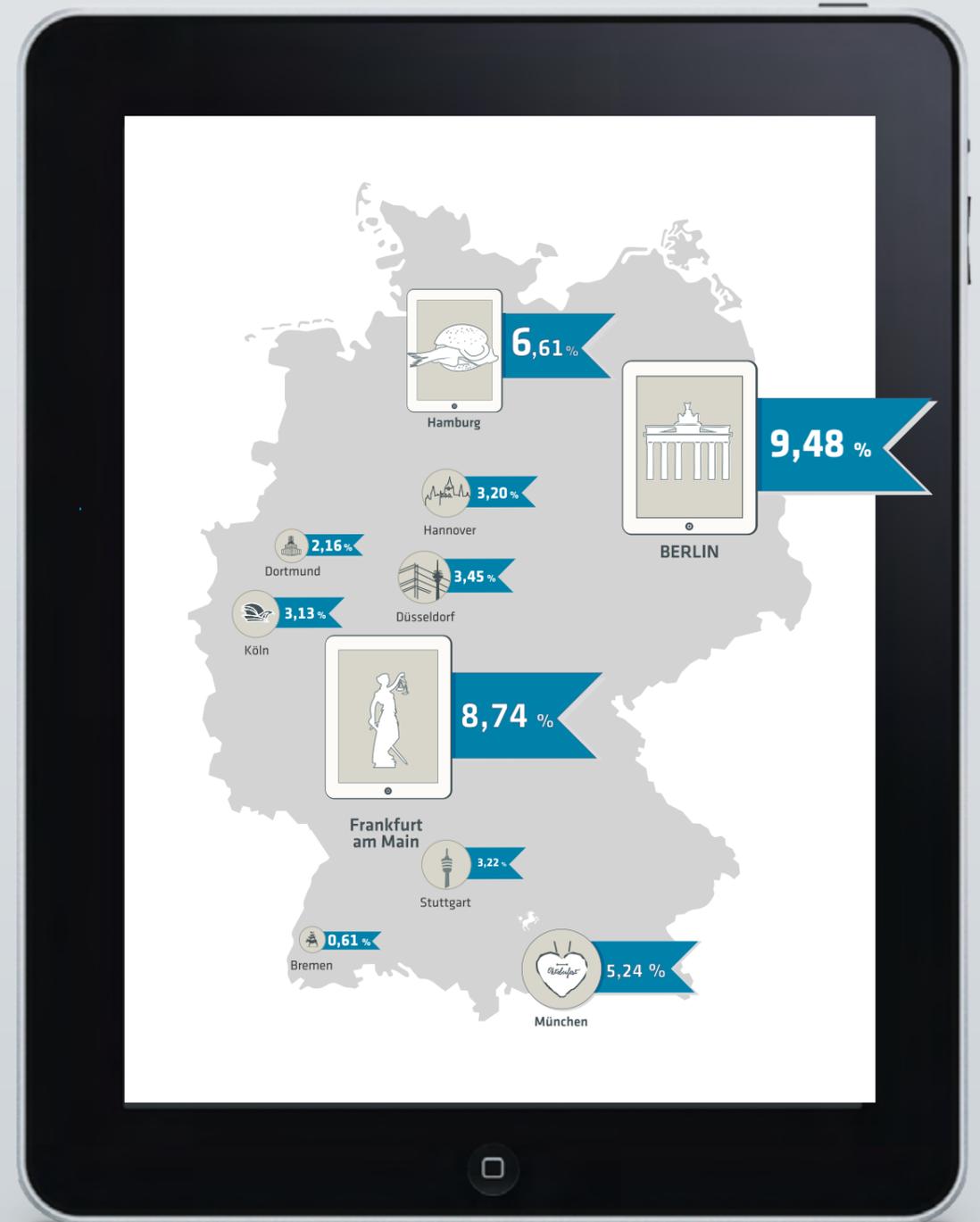
der Anwender braucht, kann er mittlerweile auf seinem Smartphone transportieren. Zu den größten Erfolgsgeschichten der letzten Jahre zählen vor allem mobile Apps. Seit Apple im Sommer 2008 seinen App Store eröffnet hat, stehen den Interessenten rund 400.000 Apps aus 20 Kategorien zu Verfügung. Bis zum Januar 2011 wurden mehr als zehn Milliarden Apps heruntergeladen. Auch madvertise, eines der reichweitenstärksten Werbenetzwerke in Europa, spürt den Erfolg der mobilen Apps deutlich: Immer mehr Werbekampagnen für mobile Webseiten und Smartphone- bzw. Tablet-Apps werden über die madvertise Plattform platziert. **Mobile Advertising wird immer attraktiver und wichtiger**, da die Reichweiten weiter wachsen und die werbetreibende Wirtschaft bei unseren Kampagnen verstärkt auf mobile Kanäle setzt. Die Advertiser haben erkannt, dass ein Großteil der Zielgruppen bereits vorrangig über mobile Endgeräte erreicht werden kann.

Tablet-Hauptstadt und mobile Internet-Nutzung

Tablet-Hauptstadt in Deutschland

Aufgrund ihres größeren Displays und der größeren Nutzerfreundlichkeit verdrängen Tablets im privaten Bereich bereit PCs, Laptops und Netbooks. Auch in der situativen Nutzung konkurrieren Tablets inzwischen stärker mit herkömmlichen Geräten. Ob unterwegs, zu Hause oder im Urlaub, iPad-Nutzer geben dem Tablet an den unterschiedlichsten Orten den Vorzug. Dieser Trend wird sich zudem noch verstärken, da die Tablets nicht mehr nur dem reinen Medienkonsum dienen, sondern eine aktivere Rolle im heimischen Umfeld spielen - zum Beispiel als Spielekonsole, Fernbedienung

oder Schnittstelle zum Übertragen von Inhalten auf den Fernseher⁶. Eine Auswertung der monatlich 1,4 Milliarden weltweiten Page Impressions des madvertise Netzwerkes zeigt, dass Berlin mit rund 10 Prozent die Tablet-Hauptstadt Deutschlands ist. Fast jedes zehnte iPad wird dort genutzt. Nur Frankfurt am Main macht Berlin Konkurrenz: mit 8,74 % befindet sich die Mainmetropole auf dem zweiten Platz der iPad-Rangliste. Auch Hamburg zeigt noch deutliches Interesse an den flachen Apple-Geräten, in der Hansestadt nutzen 6,61 % das Tablet, gefolgt von München mit 5,24 %.



Fußnoten

¹ http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local_Germany/PDF/Accenture-Studie-Mobile-Web-Watch-2011.pdf
² ebd.
³ http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_Handy-_und_Smartphone-Markt_15_08_2011.pdf
⁴ <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/EimerenFrees.pdf>
⁵ ebd.
⁶ http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local_Germany/PDF/Accenture-Studie-Mobile-Web-Watch-2011.pdf

WELCHE DIE iOS-HAUPTSTADT DEUTSCHLANDS IST, FINDET MADVERTISE DANK SEINES SPEZIELLEN „LOCATION BASED ADVERTISING“ HERAUS.

LBA liefert Kampagnen auf bis zu 50 Meter genau in Städte und Regionen aus. Websites und Applikationen, die in den jeweiligen Gebieten aufgerufen werden, greifen für ihre Werbebanner

auf den Ad Server zurück und übermitteln die ortsspezifischen Daten an madvertise. Zusätzlich wird gelistet, von welchem mobilen Betriebssystem aus die Website oder die App genutzt wird. Aus der Kombination von Orts- und

Systemdaten ergibt sich ein genaues Bild über die Nutzung von iOS, Android und anderen mobilen Betriebssystemen in Deutschland. Für den madreport nutzt madvertise die Daten der zehn größten deutschen Städte.

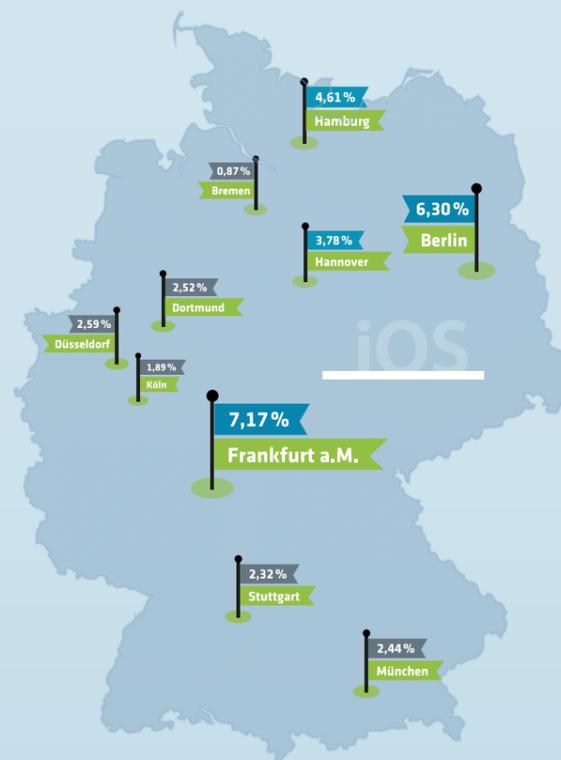
iOS Hauptstadt in Deutschland

Frankfurt (M.) bleibt die Nr. 1

Wie schon im madreport vom Juni 2011 ist auch diesmal Frankfurt am Main die „iOS Hauptstadt“ Deutschlands. Mit 7,17 % ist die Nutzung von Apples Smartphone-Betriebssystem in der Großstadt am Main die höchste in ganz Deutschland.

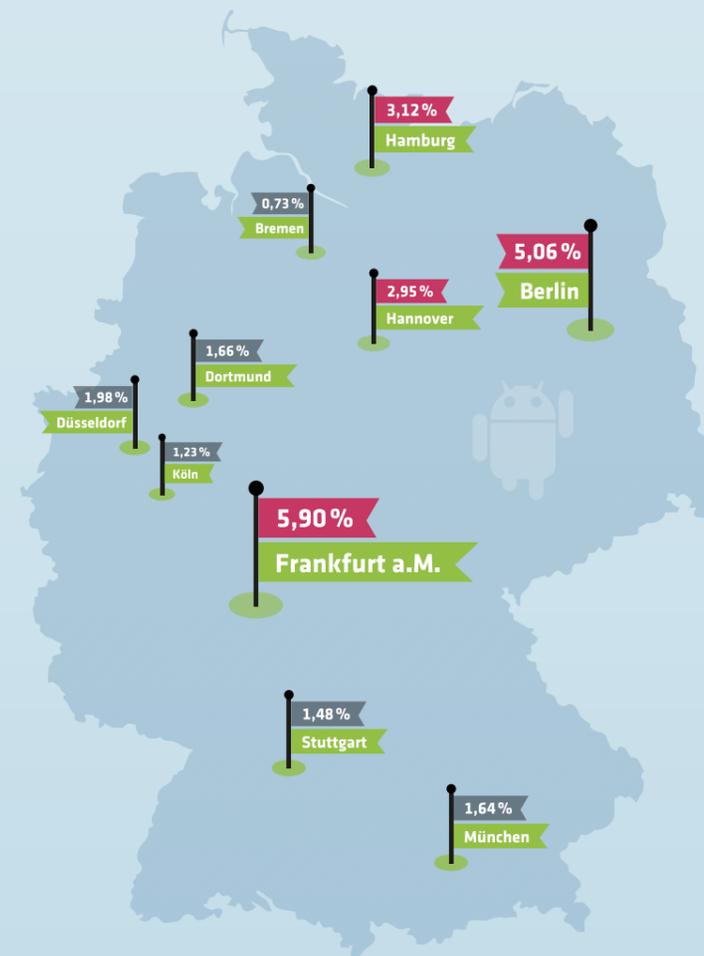
Dass Frankfurt ein solches Zentrum für mobile Internetnutzung ist, könnte dadurch erklärt werden, dass die Mainmetropole ein bedeutendes Zentrum für die Börse und die europäische Drehscheibe im internationalen Flugverkehr ist. Berlin liegt bei der iOS-Nutzung knapp dahinter. Mit 6,30 % nimmt die Bundeshauptstadt den 2. Rang ein. Hamburg mit 4,61 % und Hannover mit 3,78 % liegen an vierter und fünfter Stelle.

Bemerkenswert ist hier, dass beide Städte gegenüber dem madreport vom Juni über ein Prozent an iOS-Nutzung zugenommen haben: In Hamburg stieg der iOS-Gebrauch um 1,27 %, in Hannover sogar um fast zwei Prozent (1,86 %). Auch Berlin kann ein starkes Plus in der Nutzung des mobilen Apple-Betriebssystems verzeichnen: gegenüber der vorigen Studie gibt es 1,32 % mehr iOS-User in der Hauptstadt. Weit unter dem Durchschnitt liegt Bremen mit 0,87 %. Weniger iOS-Nutzer als im Juni-Report gibt es aber in keiner der größten Städte Deutschlands.



Neue Android Hauptstadt in Deutschland

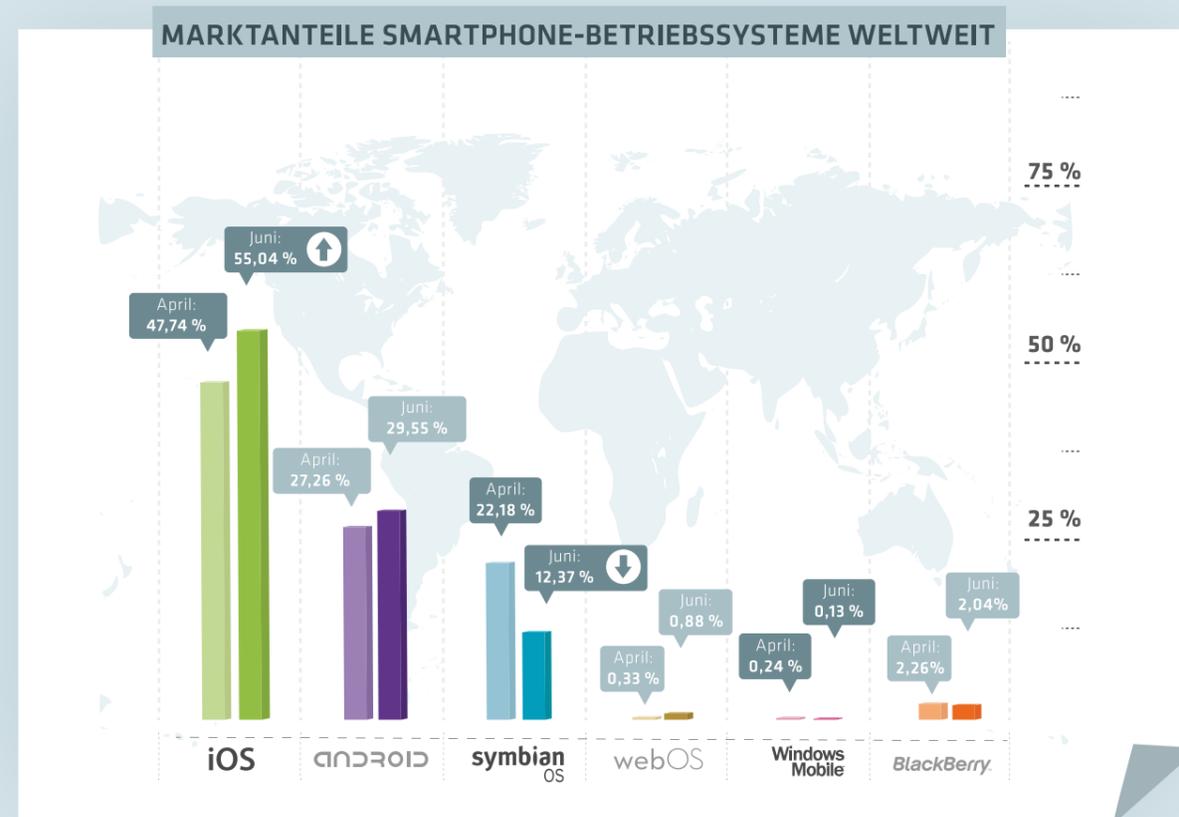
Frankfurt (M.) verdrängt Düsseldorf



Der madreport überrascht zudem mit folgenden Zahlen: Im Juni nahm Düsseldorf mit 7,63 % die Rolle der Android-Hauptstadt ein. Dies ist längst nicht mehr aktuell: mit nur 1,98 % der deutschlandweiten Nutzung von Android muss Düsseldorf eindeutig seinen ersten Platz an Frankfurt am Main abgeben.

In der momentanen Android-Hauptstadt Frankfurt sind zurzeit 5,90 % aller deutschen Android-Nutzer vertreten. Auch hier zeigt sich ein Sinken des Anteils an den deutschen Android-Usern: 1,45 Prozentpunkte verliert die Stadt gegenüber dem Juni. Berlin allerdings gewinnt 1,23 Prozentpunkte und liegt aktuell bei 5,06 % in der Android Nutzung.

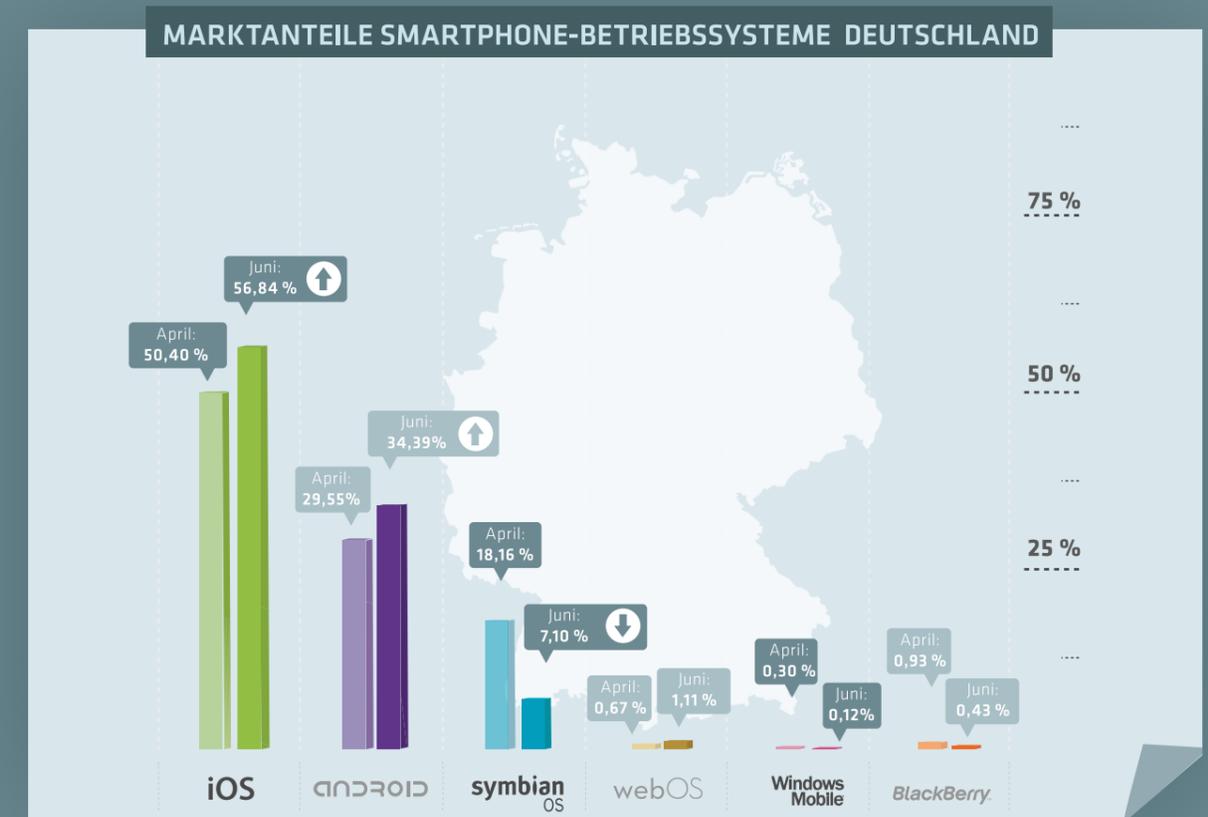
Marktanteilsentwicklung der Smartphone Betriebssysteme



Aufschlussreich sind auch die Anteile der Smartphone-Betriebssysteme im madvertise Netzwerk, welche anhand der gesamten Page Impressions weltweit gemessen wurden.

Demnach hat Apples iOS bei der Nutzung, im Vergleich zum April, um sieben Prozentpunkte zulegen können und nimmt einen Wert von 55,04 % ein. Auch Googles Android konnte sich um zwei Prozentpunkte auf 29,55 % steigern. Anhand dessen lässt sich deutlich erkennen,

dass Apple noch immer deutlicher Vorreiter ist und mehr als die Hälfte aller Page Impressions im Netzwerk von madvertise weltweit verzeichnen konnte. Während Google und Apple profitieren, geht Symbian erheblich geschwächt hervor: nur 12,37 % fallen auf das Nokia Betriebssystem und es verliert somit fast zehn Prozent. Kaum eine Veränderung zeigt sich bei den Betriebssystemen WebOS von Palm, Windows Mobile und BlackBerry von RIM, diese besitzen einen vergleichsweise sehr geringen Marktanteil.



Marktanteile Smartphone-OS Deutschland

Betrachtet man die Page Impressions des madvertise Netzwerkes für Deutschland ergibt sich ein ganz ähnliches Bild.

iOS und Android gehen als Gewinner hervor und beide konnten sechs (iOS) beziehungsweise vier (Android) Prozentpunkte zulegen. Symbian verliert in Deutschland mehr als die Hälfte an Zugriffen und kann nur noch einen Wert von

7,10 % verzeichnen. Besonders bemerkenswert fällt bei der Betrachtung der Ergebnisse auf, dass in Deutschland ein Zuwachs von 60 Prozent des gesamten Traffics erfolgt ist. Im direkten Vergleich zur Auswertung im April, aber eine unbedeutende Rolle spielen, wie auch bei den weltweiten Marktanteilen, die Smartphone Betriebssysteme WebOS, Windows Mobile und BlackBerry.

Free vs. Paid Apps
Wann kauft man Apps am besten?

FREE
VS.
PAID APPS

– iPad –

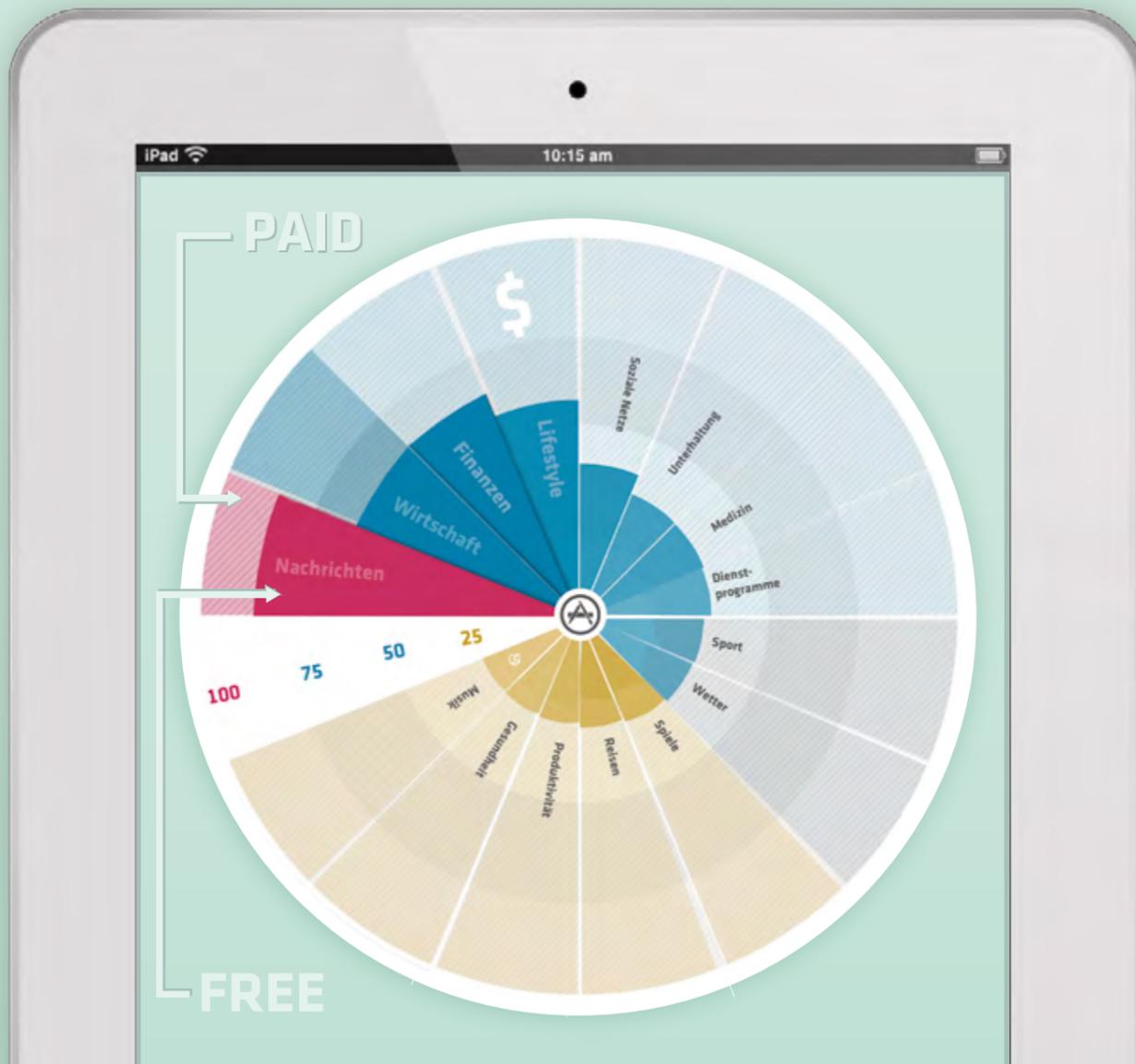


– iPhone –

Bei der iPad-Apps-Kategorie „Wetter“ sieht es wie folgt aus: Von 191 „Taschenmetereologen“ kann der Tablet-User 62 Apps kostenlos nutzen, für 129 davon muss man bezahlen.

Auch beim iPhone stellt die Kategorie „Spiele“ die Größte dar: Insgesamt gibt es 53 698 in Deutschland erhältliche Spiele. 21 246 davon stehen zum Gratis-Download zur Verfügung, das sind etwa zwei Fünftel (39,6 %). Der Rest sind Spiele, für die bezahlt werden muss. Das am meisten heruntergeladene iPhone-Spiel in Deutschland nennt sich „Tank Hero“, erhältlich ist dieses für 0,79 Euro. „Tank Hero“ nimmt auch den zweiten Platz in der Gesamtdownloadwertung ein – mehr Downloads zählt derzeit nur der „What’s App Messenger“ aus der Kategorie „Soziale Netzwerke“. Literaturfreunde werden sich darüber freuen, dass Bücher die zweitgrößte Kategorie des deutschen App Stores ausmachen: 44 154 Bücher stehen hier zum Download bereit. Für 86,2 % dieser Bücher muss der ein oder andere Euro gelockert werden, insgesamt sind das 38 078 Apps. Wer fürs Lesen kein Geld ausgeben möchte, kann aus 6076 kostenlosen iPhone-Büchern auswählen. *Wesentlich mehr kostenlose Applikationen bietet die News-Sparte: aus der Kategorie „Nachrichten“ kann ein iPhone-User mehr als 70 Prozent der Applikationen gratis downloaden. Den 6781 freien Apps stehen 2541 kostenpflichtige Apps gegenüber.* Die beliebte Kategorie der Navigationsapplikationen ist eher eine teurere, wegen des oft kostspieligen Kartenmaterials steigt auch der Preis. In diesem Bereich müssen 71,3 % der Applikationen bezahlt werden. Weltweit betrachtet ergeben sich darüber hinaus kaum Änderungen in diesem Bereich.

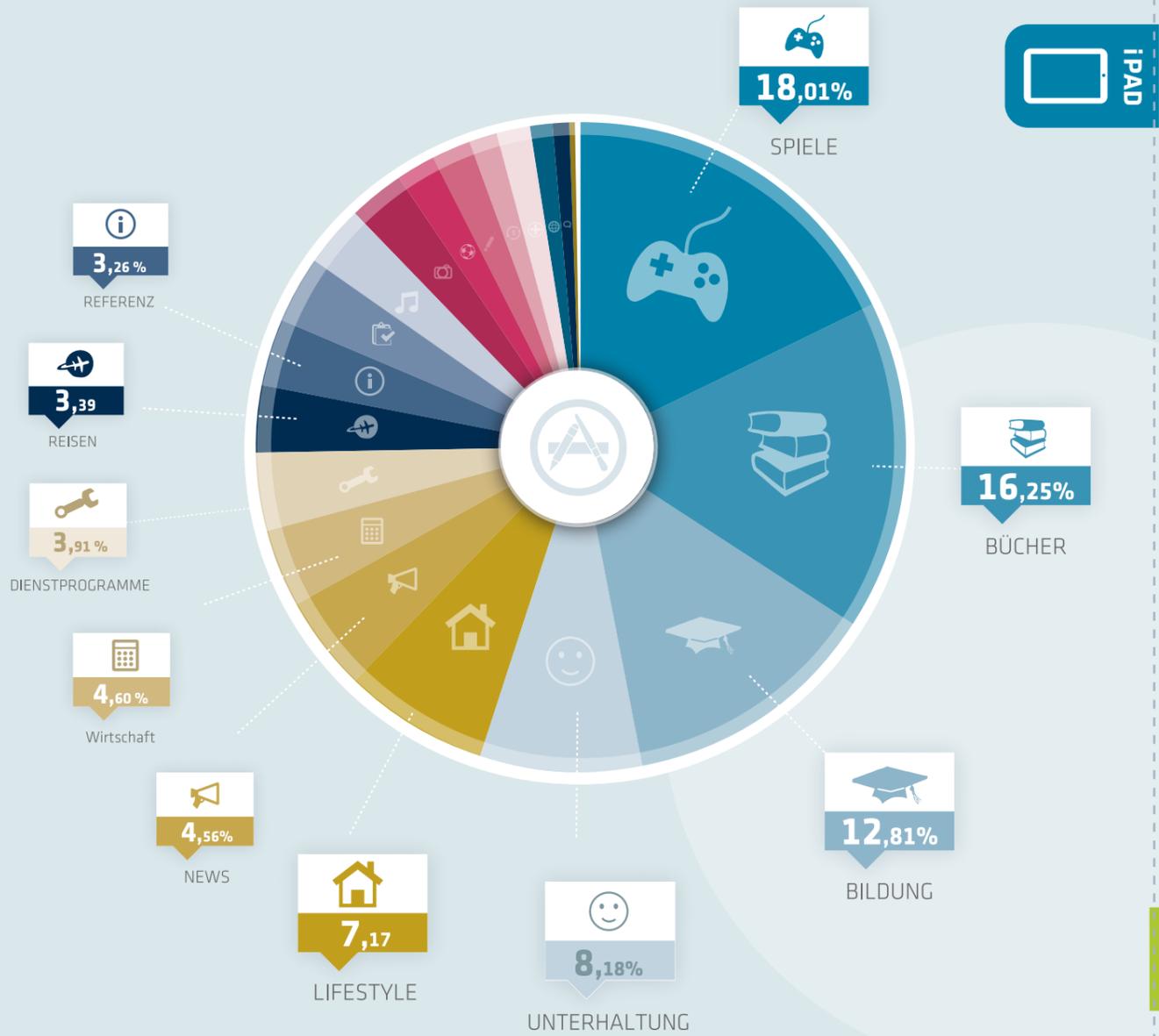
In vielen Situationen hilft die passende App bei der Organisation oder mit Informationen. Lifestyle-Apps beispielsweise gibt es in den verschiedensten Formen und Varianten: vom Wedding Planner über die Einrichtungshilfe bis hin zum Restaurantreservierungsservice findet man im deutschen App Store alles fürs Tablet. Insgesamt gibt es für das iPad 3190 Anwendungen aus dem Bereich „Lifestyle“. Aus dieser Sparte erhält man auch viele Gratis-Apps: Für mehr als die Hälfte (57,0 %) bezahlt der User nichts. Doch „Lifestyle“ ist nur die fünftgrößte Sparte in Deutschland. Die meisten Applikationen werden in der Kategorie „Spiele“ entwickelt; 8019 Game-Apps stehen fürs iPad zur Verfügung. Bezahlen muss man für knapp 70 Prozent davon, das sind 5600 Spiele. *Jedes dritte Spiel können iPad-User kostenlos downloaden.* Die zweitgrößte Kategorie sind iPad-Bücher. Fürs Lesen verlangen die Anbieter öfter einen Geldbetrag als dies im Games-Bereich üblich ist. 1350 der 7170 iPad-Books erhält man gratis, das sind 18,8 %. *Im Gegensatz dazu ist der Großteil der News-Apps frei erhältlich. 290 iPad-Anwendungen in diesem Bereich muss man bezahlen, fast sechs Mal so viele – in Zahlen: 1727 - sind kostenlos erhältlich!*



PAID

FREE

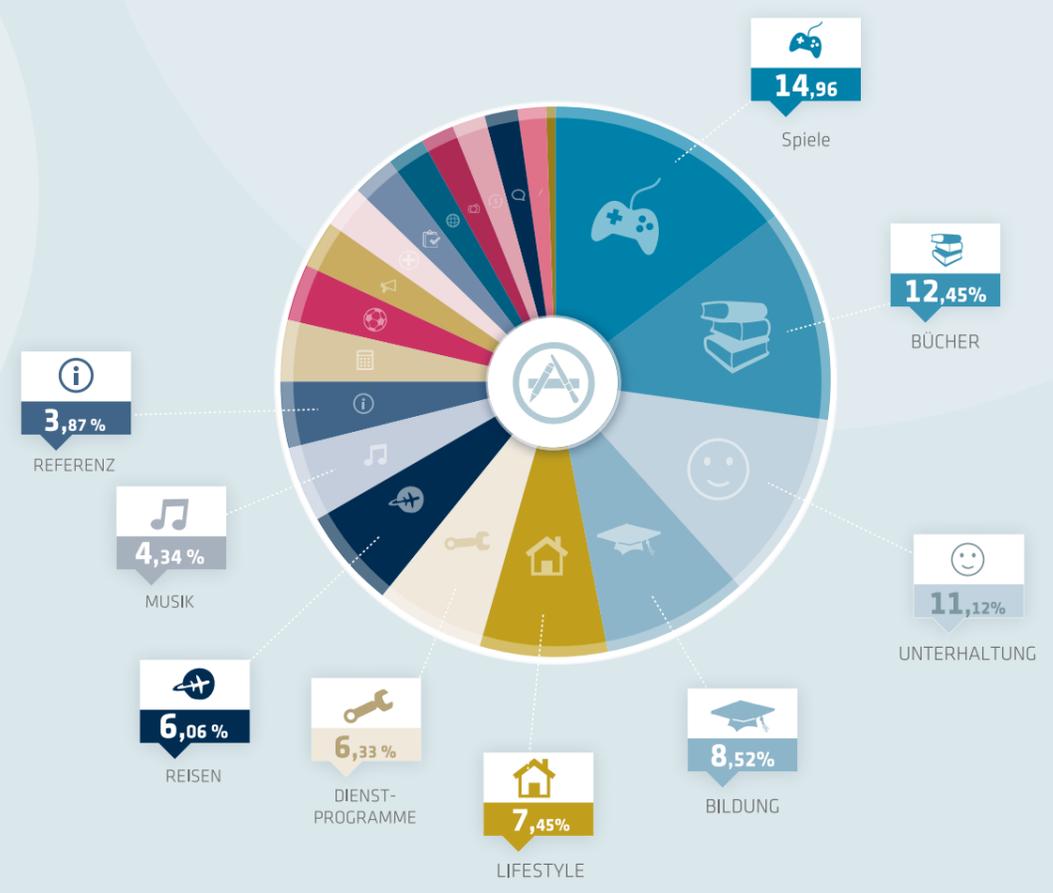
Die beliebtesten Kategorien im App Store



Wie schon im April besitzt die Kategorie der Spiele auf dem iPad in Deutschland die größte Anzahl an Apps im App Store mit 18,01 %, darauf folgen die Kategorien „Bücher“ (16,25 %) und „Bildung“ (12,81 %). Im Spielebereich kommen für das iPad prozentual auch die meisten neuen Apps hinzu. In der zweitstärksten Kategorie „Bücher“ werden deutlich weniger neue Apps und Updates für das iPad zur Verfügung gestellt, während die Kategorie „Bildung“ in diesen Bereichen entsprechend stärker aktualisiert wird. Ebenso auffällig sind die Kategorien „Nachrichten“ und „Referenz“, die beide einen sehr hohen Anteil an Updates verzeichnen. Im Vergleich zum iPhone lässt sich zudem feststellen, dass es anteilig für das iPad mehr Spiele gibt, als etwa für das iPhone.

Auch auf dem iPhone ist die Kategorie „Spiele“ erneut die beliebteste und nimmt prozentual einen Anteil von 14,96 % ein, darauf folgen die Kategorien „Bücher“ (12,45 %) und „Unterhaltung“ (11,12 %).

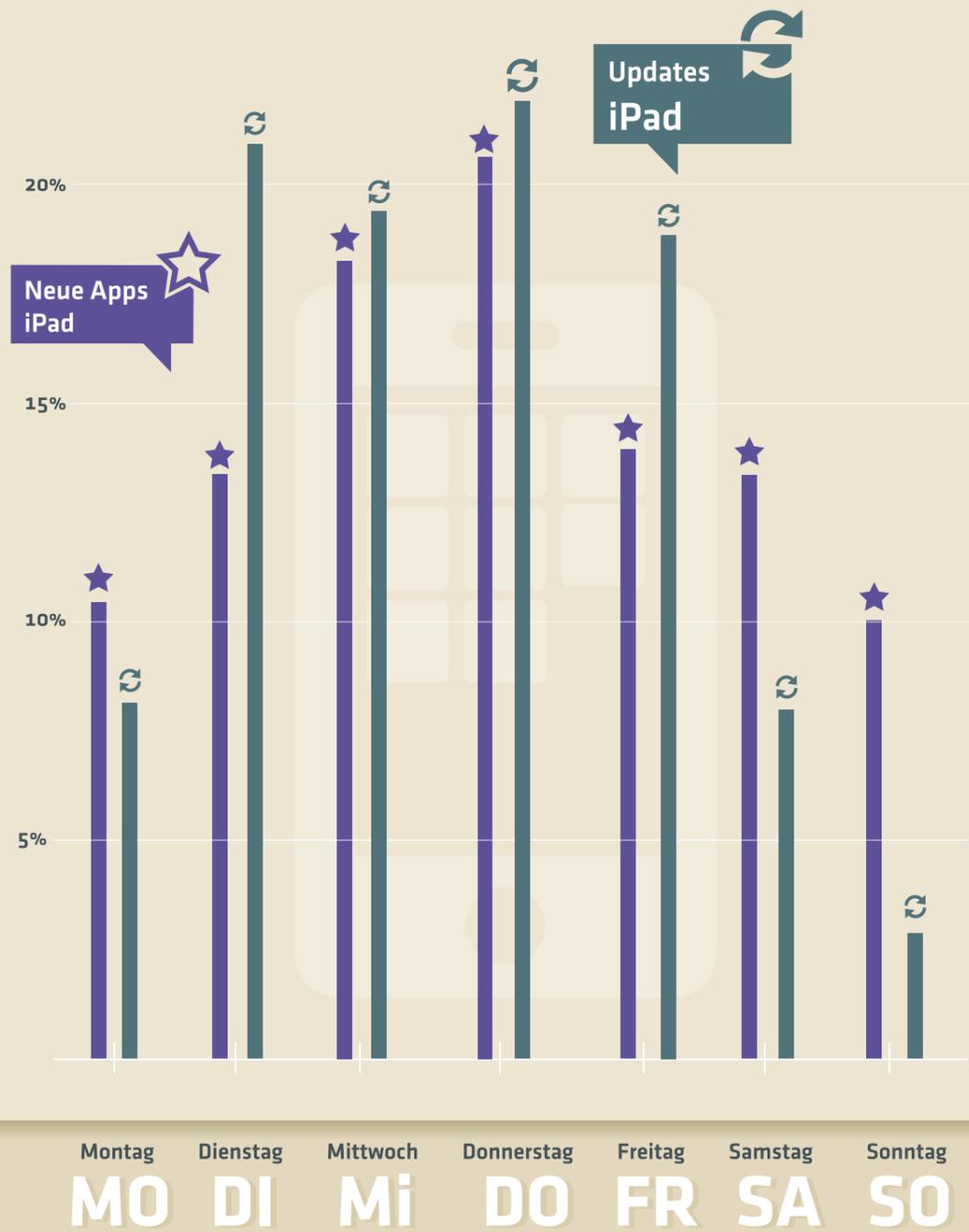
Generell lässt sich feststellen, dass im Gegensatz zu iPad-Apps die Anwendungen auf dem iPhone deutlich dichter auf die Spiele-Apps folgen. Wie auf dem iPad kommen für den Bereich Bücher vergleichsweise wenig neue Apps und Updates hinzu, wohingegen gerade die anteilmäßig kleineren Kategorien „Nachrichten“ und „Wirtschaft“ sehr viele neue Apps verzeichnen und für die Kategorien „Nachrichten“, „Wirtschaft“ und „Produktivität“ sehr viele Updates zur Verfügung gestellt werden.



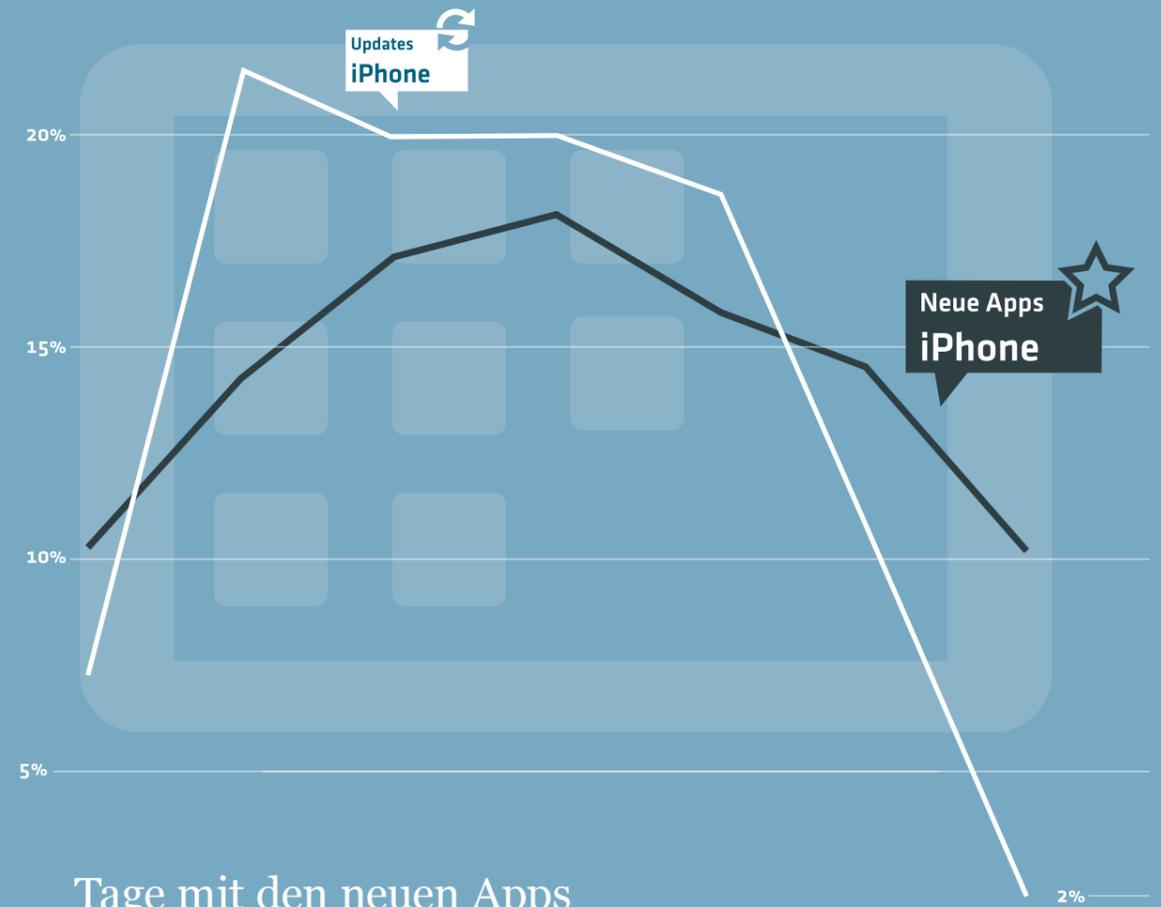
Die beliebteste Kategorie der auf iOS-Geräten (iPhone und iPad) genutzten Apps ist weltweit die Kategorie „Spiele“. Dies ergab eine gemeinsame Auswertung von madvertise und AppZapp, dem App-Finder und der Community für iOS-Applikationen.

App Store Beratung - App Kauf

NEUE APPS WERDEN MITTWOCHS UND DONNERSTAGS IM APP STOREPRÄSENTIERT - UPDATES MEIST ZUM WOCHENENDE



MO DI Mi DO FR SA SO



Tage mit den neuen Apps und meisten Updates

Sowohl auf dem iPad als auch dem iPhone lässt sich feststellen, dass die meisten Updates von Apps in der Mitte der Woche bereitgestellt werden, während am Wochenende & am Montag vergleichsweise sehr wenig Updates erfolgen.

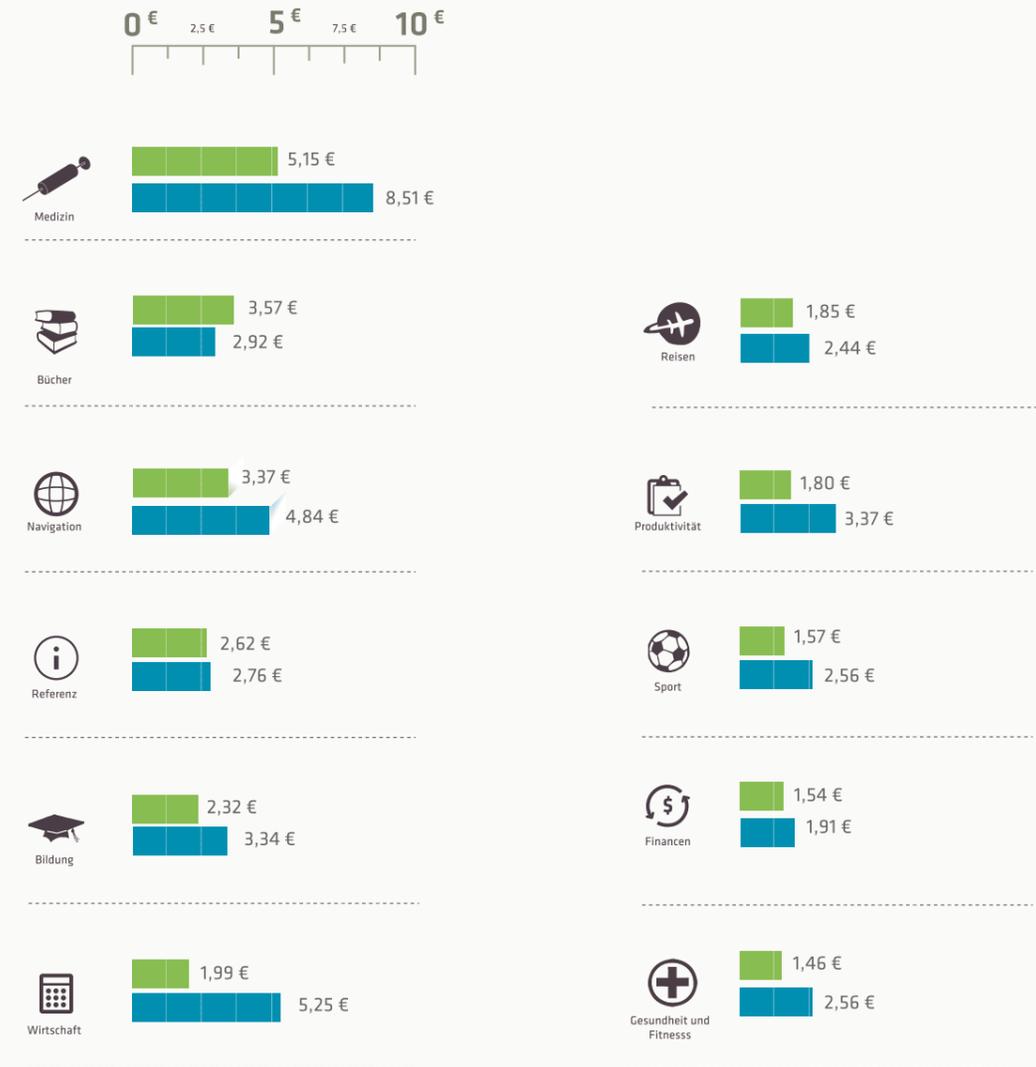
Deutlicher Tiefpunkt ist dabei der Sonntag, an dem für das iPad 2,86 % und für

das iPhone nur 2,05 % der Updates erfolgen. Bei der Betrachtung der neuen Apps in Bezug auf die Wochentage ergibt sich ein ausgeglicheneres Bild: mittwochs und donnerstags werden die meisten neuen Apps dem Store hinzugefügt mit 18,25 % (Mittwoch) und 20,63 % (Donnerstag) auf dem iPad und 17,08 % (Mittwoch)

und 18,08 % (Donnerstag) auf dem iPhone. Sonntags ist es zwar vergleichsweise ruhig was neue Apps betrifft, doch immerhin jede zehnte App wird an diesem Tag für iPad und iPhone auf den Marktplatz von Apple bereit gestellt.

Schwerpunkt bei Updates und neuen Apps liegt eher Mitte der Woche.

KOSTEN FÜR APPS IM DURCHSCHNITT



Preisänderungen von Apps

Was die Preise der Apps betrifft, so fällt deutlich auf, dass besonders angebotene Applikationen der Kategorie „Medizin“ überdurchschnittlich teuer sind: auf dem iPhone kosten diese durchschnittlich 5,15 € und auf dem iPad sogar 8,51 €.

Preiswert hingegen sind vor allem Apps der Kategorie „Nachrichten“, diese sind aufgrund des hohen Anteils an kostenlosen Apps durchschnittlich sehr preiswert mit 0,42 € (iPhone) und 0,35 € (iPad).



 Durchschnittspreis iPhone

 Durchschnittspreis iPad

Gesamtübersicht: Preisentwicklung im Appstore



Betrachtet man die Veränderungen der App-Preise genauer, so lässt sich deutlich erkennen, dass sich Steigerungen sowie Senkungen über die komplette Woche verteilen, sich der Schwerpunkt in beiden Richtungen jedoch kurz vor dem Wochenende befindet:

Am Donnerstag und Freitag gibt es die größten Preisveränderungen der angebotenen Apps auf dem iPhone und iPad. Auf dem iPad werden mit 19,65 % am Freitag die meisten Apps im Preis gesenkt. Auf dem iPhone sind Donnerstag und Freitag die Tage, an dem die

Wer ein Spiel kaufen möchte, sollte am Freitag zuschlagen.

meisten Preise der Apps gesenkt werden, mit 18,01 % (Donnerstag) und 17,55 % (Freitag). Mit Blick auf die Preissteigerungen ist es auf dem iPad und iPhone der Donnerstag mit 17,75 % (iPad) und 18,04 % (iPhone). Wer beispielsweise ein Spiel kaufen möchte, der sollte sowohl auf dem iPhone als auch auf dem iPad am Freitag zuschlagen, da an diesem Tag durchschnittlich die meisten Preissenkungen in der beliebtesten Kategorie erfolgen. Aufgepasst werden sollte hingegen beim App-Kauf in der Kategorie „Bildung“, dort sind Anwendungen Donnerstags vergleichsweise teuer.

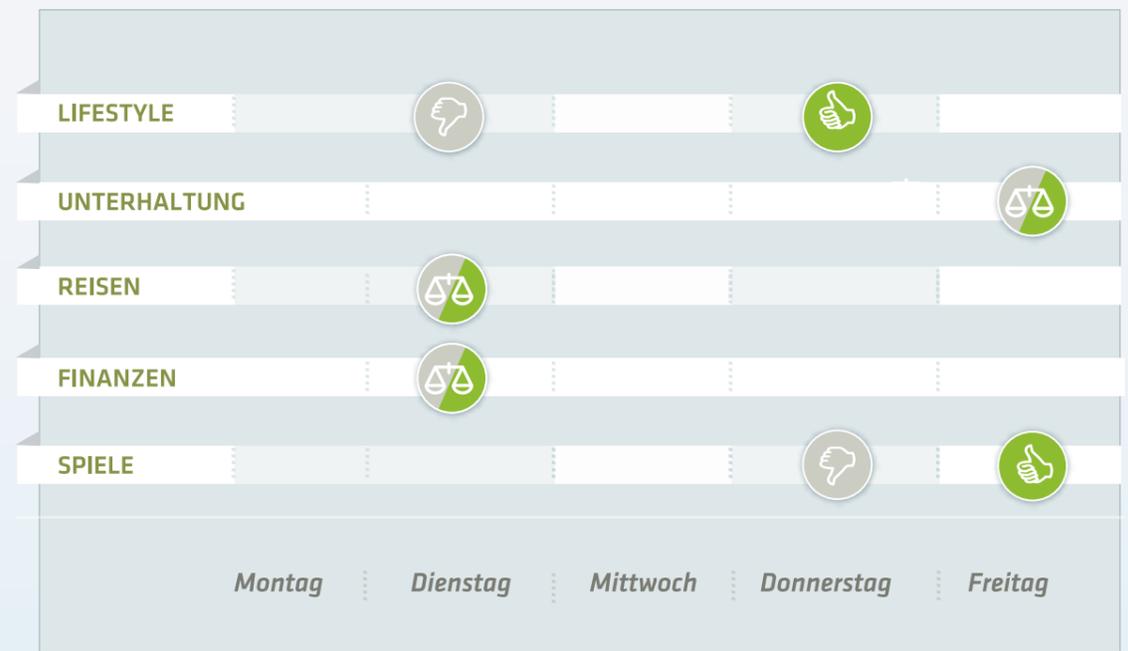
TOP 5 KATEGORIEN
Preisänderungen von Apps

iPad



↑ PREISENKUNNG ↓ PREISERHÖHUNG ⚖ AUSGEGLICHEN

iPhone



Montag Dienstag Mittwoch Donnerstag Freitag

Meet us at

dmexco 2011

Am 21. - 22. September
Halle 8 / G 0.51 | Messengelände Köln

madvertise Developer 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