

## **PRESSEMITTEILUNG**

---

---

### **Was für Apps bezahlt wird**

**Laut Studie dürften deutsche Smartphone-Nutzer schon jetzt fast 25 Millionen Euro jährlich allein für Apple Apps ausgeben. Allerdings sind kostenlose Angebote immer noch klarer Favorit.**

Bonn, 28. April 2010 – Das große Geld verdienen App Store-Anbieter bislang noch nicht. 80 Prozent der heruntergeladenen Apps sind kostenlos – obwohl rund 75 Prozent der Apps im App Store kostenpflichtig sind. Wie schon beim strittigen Thema Paid Content bei den Verlagen, nimmt auch hier die zunehmende ‚Kostenloskultur‘ langsam Einzug. Das ergibt eine Online-Umfrage der globalen Strategieberatung Simon-Kucher & Partners. 200 Smartphone-Nutzer mit Interesse an Apps gaben Auskunft über Kenntnis und Nutzen von App Stores, über ihr Kaufverhalten und ihre Ausgaben für Apps. Fast alle Befragten stöbern im App Store und sind beim Download nicht zurückhaltend – außer, wenn sie bezahlen müssen. „Das mag für App-Anbieter zunächst enttäuschend klingen. Doch da die Zahl der Smartphone-Nutzer zukünftig stark wachsen wird und sich das iPad dem europäischen Markt nähert, ist generell mehr Absatz in punkto Apps zu erwarten“, erklärt Studienautorin Annette Ehrhardt, Medienexpertin bei Simon-Kucher. Ob nun überwiegend kostenlos oder gegen Bezahlung – das liegt ganz bei den Anbietern selbst. Laut Studie liegen die jährlichen Ausgaben in Deutschland aktuell bei fast 25 Millionen Euro für Apple Apps, Tendenz steigend.

### **Spitzenreiter Apple App Store**

Über 80 Prozent der Studienteilnehmer besitzen Smartphones der Marken Apple oder Blackberry. Dieser hohe Anteil war zu erwarten. Privatnutzer verwenden eher das Apple iPhone, der Blackberry wird überwiegend geschäftlich eingesetzt. Auch in Sachen Bekanntheit dominiert klar der Apple App Store. Über 90 Prozent der Besitzer eines iPhones oder iPod Touchs kennen den App Store, und fast 80 Prozent haben ihn schon besucht. Wer einmal dort ist, findet auch

etwas: Alle Studienteilnehmer, die den Apple App Store in den letzten drei Monaten besucht haben, haben auch etwas herunter geladen. Ganz anders ist die Situation bei der Konkurrenz. Blackberry ist zwar im Business-Bereich weit verbreitet, doch nur knapp 30 Prozent der befragten Blackberry-Nutzer kennen dessen App Store, weniger als ein Viertel haben ihn schon einmal besucht, und noch weniger haben etwas herunter geladen.

### **Kostenpflichtige Downloads in der Minderheit**

Egal ob Apple oder Blackberry: Über 80 Prozent der heruntergeladenen Apps sind laut Studie kostenlos. Bedenkt man jedoch, dass rund 75 Prozent der bei Apple angebotenen Apps kostenpflichtig sind, zeigt dies, dass die ‚Kostenloskultur‘ des stationären Internet sich auch auf den entstehenden Markt des mobilen Internet ausdehnt. „Bei den kostenlosen Apps ist der Nutzer weniger wählerisch und lädt auch Apps herunter, die ihm nicht so wichtig sind, während kostenpflichtige Apps schon echten Mehrwert stiften müssen“, erklärt Ehrhardt.

Pro Quartal lädt laut Studie ein Nutzer des Apple App Stores rund zehn Apps herunter, darunter zwei kostenpflichtige – zu einem Durchschnittspreis von 3,50 Euro je App. Bei Blackberry wird nur eine kostenpflichtige App gekauft, die aber mit 5 Euro zu Buche schlägt. Hochgerechnet würde ein typischer Apple-Kunde knapp 30 Euro im Jahr für Apps ausgeben, ein Blackberry-Kunde knapp 20 Euro. Geht man von einer Million iPhones und iPod Touch Geräten in Deutschland und einem Nutzungsanteil des AppStores durch iPhone/iPod-Nutzer von 77 Prozent laut Studie aus, belaufen sich die Ausgaben für Apple-Apps pro Jahr auf knapp 25 Millionen Euro. „Angesichts der Flut der Apps und dem erwarteten sprunghaften Anstieg der Nachfrage beim Launch des iPads ist die Tendenz hier stark steigend“, so Ehrhardt. Der Preis ist das wichtigste Kaufkriterium bei Smartphone Apps, dicht gefolgt von Empfehlungen von Freunden und Bekannten oder anderen Nutzern: Wird eine App von einer ausreichenden Anzahl von Nutzern für gut befunden und weiterempfohlen, darf sie auch etwas kosten.



## **Anbieter bestimmen die Marktentwicklung**

Der Hype um die Smartphone Apps wird nach Meinung von Expertin Ehrhardt wohl noch eine Weile anhalten – insbesondere, wenn die Nutzer anfangen, deutlich mehr Apps herunterzuladen als sie es heute tun. Mit rund zehn Apps pro Quartal und Nutzer ist selbst bei Branchenprimus Apple noch deutliches Potenzial auszumachen. Doch während bei Apple nahezu jeder Besucher des App Stores auch etwas herunterlädt, müssen die anderen Anbieter ihre App Stores noch bekannter und benutzerfreundlicher machen und das Angebot erweitern. „Das große Geld wird im Moment mit Apps noch nicht verdient. Damit mobiles Internet für Anbieter von Apps auch wirklich lukrativ wird, müsste das Angebot an kostenpflichtigen Apps ausgeweitet und der Inhalt nicht mehrheitlich verschenkt werden“, sagt Ehrhardt. Wie sich dieser entstehende Markt entwickelt, liegt also weitestgehend in der Hand der Anbieter.

***Annette Ehrhardt** ist Medienexpertin und Director bei Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants im Zürcher Büro.*

### **Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants:**

*Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf „Smart Profit Growth“ ausgerichtet. Das manager magazin stuft Simon-Kucher einer Umfrage unter deutschen Top-Managern zufolge als besten Marketing- und Vertriebsberater (08/2007) ein. Die Unternehmensberatung ist mit rund 450 Mitarbeitern in 19 Büros weltweit vertreten.*

---

**Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung: Anita Müller (Public Relations Manager), Tel: +49 228 9843 352, Fax: +49 228 9843 380, E-Mail: [Anita.Mueller@simon-kucher.com](mailto:Anita.Mueller@simon-kucher.com)**