

BVDW: Trend in Prozent

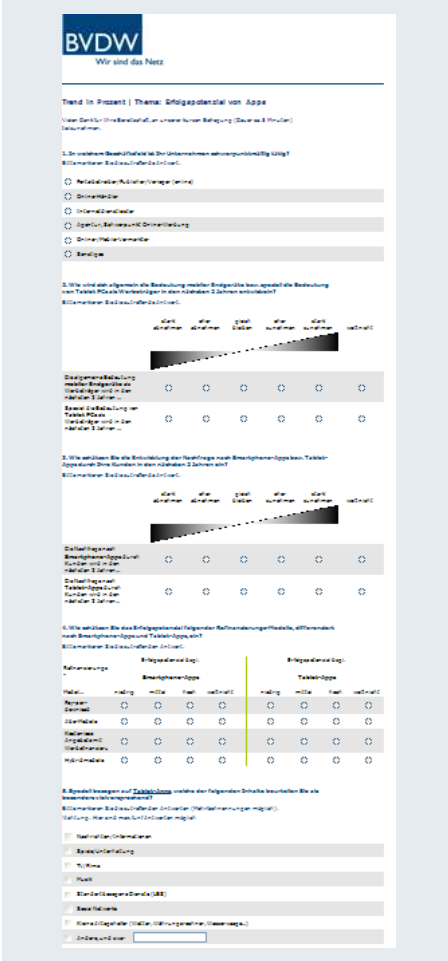
Erfolgspotenzial mobiler Apps

BVDW Trend in Prozent



- ➔ Die Befragung „BVDW Trend in Prozent“ findet einmal im Quartal zu Themen rund um die digitale Wirtschaft statt.
- ➔ Die einzelnen Fachgruppen und Arbeitskreise des BVDW bringen sich bei Themenfindung und Fragensauswahl ein.
- ➔ Der Erhebungszeitraum ist auf eine Woche begrenzt.
- ➔ Aufgerufen zur Teilnahme sind alle BVDW Mitglieder mit einer persönlichen Einladung, Besucher der BVDW Website, BVDW Followers bei Twitter und Empfänger des Newsletters.

Unsere Fragen...



BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Erfolgspotenzial von Apps
Vordergrund: Die Bedeutung mobiler Endgeräte in der Unternehmensstrategie (Stand: 8. Februar 2015)

1. In welchem Bereich ist die Bedeutung mobiler Endgeräte am stärksten zu erwarten?
Bitte mehrere Antworten zulassen.

Marketing/Publikum/Vertrieb
 Dienstleistungen
 Internetauftritte
 Eigenes Unternehmen/Produktion
 Dienstleistungen
 Sonstige

2. Wie wird die allgemeine Bedeutung mobiler Endgeräte bzw. speziell die Bedeutung von Tablet PCs in 2 Jahren im Vergleich zu den nächsten 2 Jahren zunehmen?
Bitte mehrere Antworten zulassen.

Weniger
Weniger
Gleich
Weniger
Weniger
Weniger
Weniger

Erwartete Bedeutung mobiler Endgeräte in den nächsten 2 Jahren:
Erwartete Bedeutung von Tablet PCs in den nächsten 2 Jahren:

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage nach Smartphone-Apps, Tablet-Apps durch Ihre Kunden in den nächsten 2 Jahren ein?
Bitte mehrere Antworten zulassen.

Weniger
Weniger
Gleich
Weniger
Weniger
Weniger
Weniger

Erwartete Nachfrage nach Smartphone-Apps in den nächsten 2 Jahren:
Erwartete Nachfrage nach Tablet-Apps in den nächsten 2 Jahren:

4. Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungsmodelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps?
Bitte mehrere Antworten zulassen (für die Einzelantworten ist eine Mehrfachantwort möglich).

Refinanzierungsmodell	Smartphone-Apps				Tablet-Apps			
	Weniger	Mittel	Hoch	Weniger	Mittel	Hoch	Weniger	
Pay-per-Click	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Pay-per-View	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Pay-per-Action	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Pay-per-Install	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Pay-per-Engagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

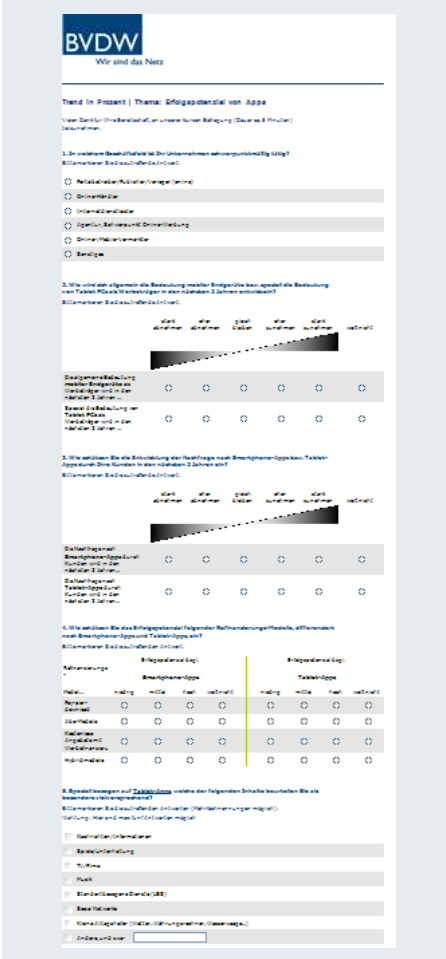
5. Speziell bezogen auf Tablet-Apps, welche der folgenden Inhalte beurteilen Sie als besonders vielversprechend?
Bitte mehrere Antworten zulassen (für die Einzelantworten ist eine Mehrfachantwort möglich).

Interaktive Inhalte
 Bewegtbild
 3D-Modelle
 Musik
 Bilder/Grafiken/Video (AR)
 Social Media
 Klassische Inhalte (Text, Bilder, Audio, Video)

Sonstige

- ➔ Wie wird sich allgemein die Bedeutung mobiler Endgeräte bzw. speziell die Bedeutung von Tablet PCs als Werbeträger in den nächsten 2 Jahren entwickeln?
- ➔ Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage nach Smartphone-Apps bzw. Tablet-Apps durch Ihre Kunden in den nächsten 2 Jahren ein?
- ➔ Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?
- ➔ Speziell bezogen auf Tablet-Apps, welche Inhalte beurteilen Sie als besonders vielversprechend?

Ihre Antworten – kurz und knapp



BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Erfolgspotenzial von Apps
Vordergrundthema der Umfrage ist die Bewertung (Skala von 1 bis 5) der folgenden Aussagen:

1. In welchem Bereich ist die Bedeutung von Apps am stärksten zu erwarten?
 Fernsehen
 Internet
 Mobiltelefone
 Tablets
 Sonstige

2. Wie wird die allgemeine Bedeutung mobiler Endgeräte bzw. speziell die Bedeutung von Tablets PC bis 2016 in den nächsten 2 Jahren ausfallen?
 stark abnehmen
 abnehmen
 gleich bleiben
 zunehmen
 stark zunehmen

3. Wie wird sich die Bedeutung der Nachfrage nach Smartphone-Apps, Tablet-Apps durch Ihre Kunden in den nächsten 2 Jahren entwickeln?
 stark abnehmen
 abnehmen
 gleich bleiben
 zunehmen
 stark zunehmen

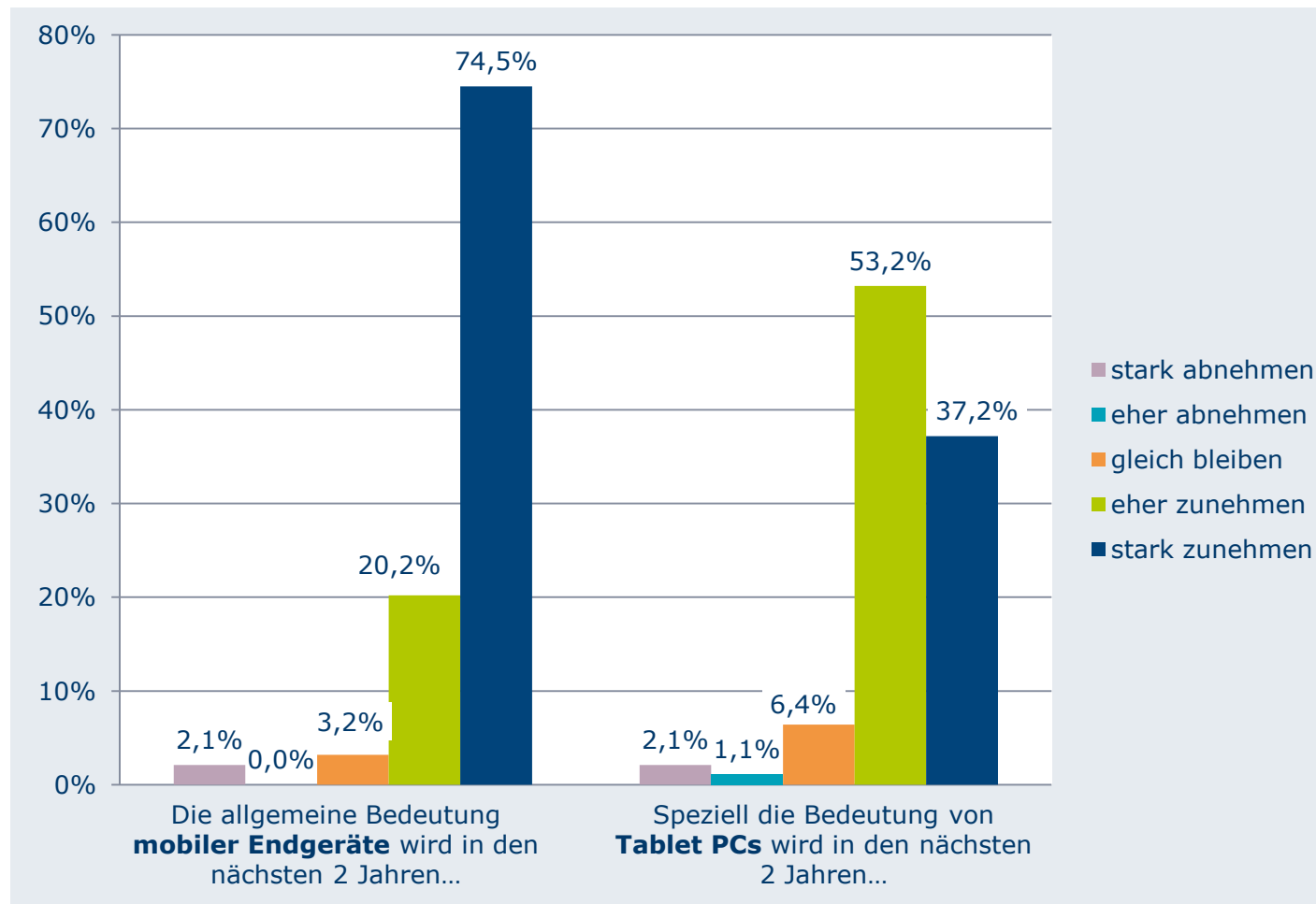
4. Wie würden Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungsmodelle, abnehmend vom Smartphone-App bis zum Tablet-App, einschätzen?

Refinanzierungsmodell	Smartphone-App					Tablet-App				
	stark abnehmend	abnehmend	gleich	zunehmend	stark zunehmend	stark abnehmend	abnehmend	gleich	zunehmend	stark zunehmend
Werbung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freemium	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abonnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hybridmodelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Welche Aussagen über die folgenden Inhalte bewerten Sie als besonders wichtig?
 Nachrichten/Informationen
 Spiel/Unterhaltung
 TV, Kino
 Musik
 Bildschirmschoner (MS)
 Social Media
 Klassische Software (z.B. Bürosoftware, Steuerungssoftware)
 Sonstige

- ➔ Knapp 95 Prozent der Befragten prognostizieren eine Zunahme der Bedeutung mobiler Endgeräte als Werbeträger in den nächsten 2 Jahren, weitere 90 Prozent stimmen dieser Tendenz auch speziell in Bezug auf Tablet-Apps zu.
- ➔ Die Nachfrage nach Apps durch Kunden wird in den nächsten zwei Jahren sowohl in Bezug auf Smartphone-Apps (insges. 93 Prozent) wie auch in Bezug auf Tablet-Apps (insges. 86 Prozent) zunehmen.
- ➔ Kostenlose Angebote mit Werbefinanzierung gelten als das vielversprechendste Refinanzierungs-Modell für Apps. Die Mehrheit der Befragten spricht sich hierbei für ein hohes Erfolgspotenzial aus, sowohl in Bezug auf Smartphone-Apps (68 Prozent) wie auch auf Tablet-Apps (60 Prozent). Hinsichtlich des Erfolgspotenzials von Abomodellen ziehen die Befragten dagegen die Kombination mit Tablet-Apps anstatt mit Smartphone-Apps vor.
- ➔ Als vielversprechendster Inhalt für Tablet-Apps gelten mit 79 Prozent Apps mit Nachrichten-/Informationsbezug. Dicht dahinter folgen mit 77 Prozent Tablet-Apps mit Spiel-/Unterhaltungsschwerpunkt. Auf Platz 3 rangieren TV/Film-Apps für das Tablet.

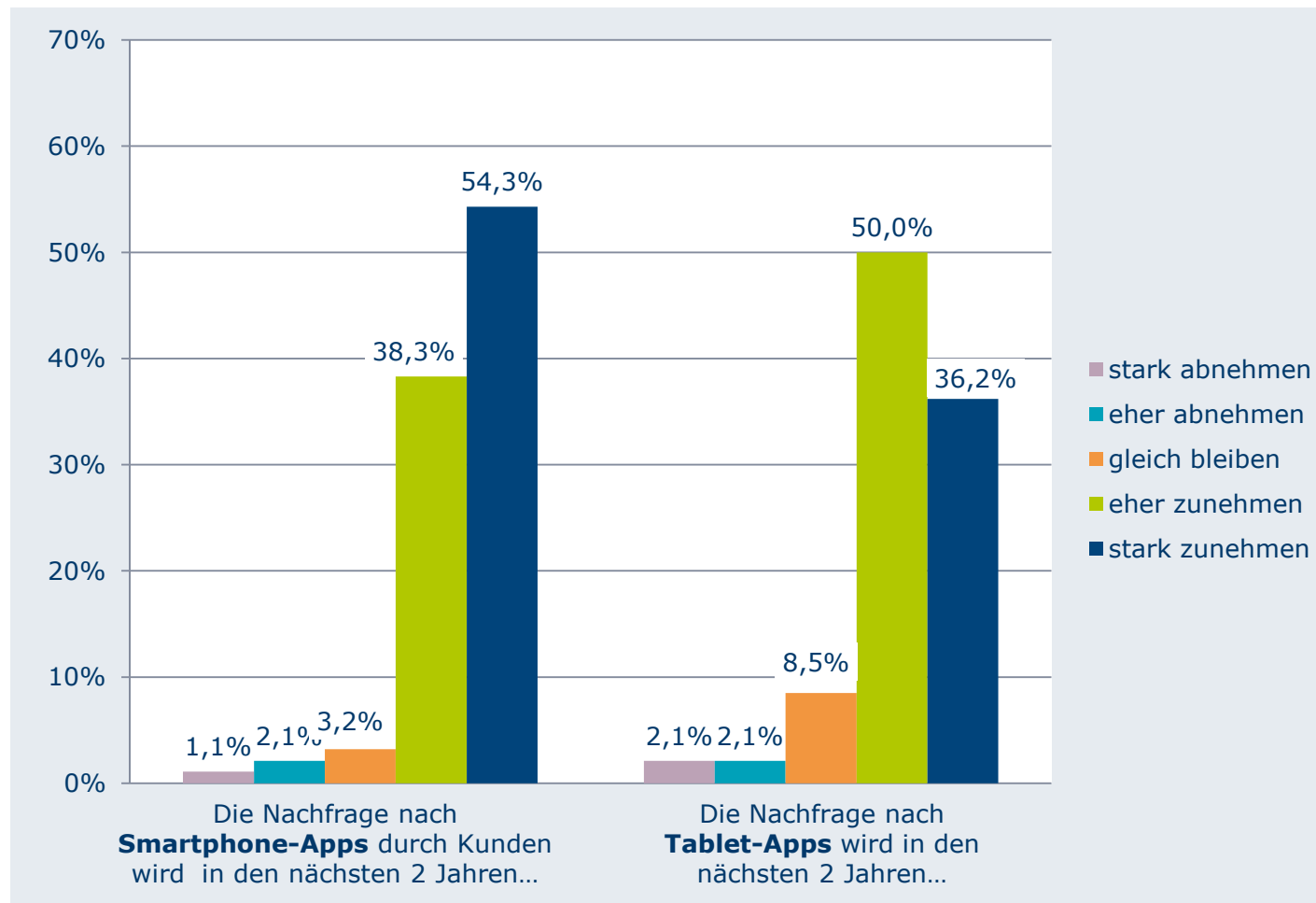
Entwicklung der Bedeutung mobiler Endgeräte bzw. Tablet PCs als Werbeträger in den nächsten 2 Jahren



- ➔ Knapp 95 Prozent der Befragten prognostizieren insgesamt eine Zunahme der Bedeutung mobiler Endgeräte als Werbeträger in den nächsten 2 Jahren, hiervon sagen sogar ganze 75 eine starke Zunahme voraus.
- ➔ Insgesamt 90 Prozent stimmen außerdem einer Bedeutungszunahme auch speziell in Bezug auf Tablet-Apps als Werbeträger zu.

N=94, Frage: Wie wird sich allgemein die Bedeutung mobiler Endgeräte bzw. speziell die Bedeutung von Tablet PCs als Werbeträger in den nächsten 2 Jahren entwickeln?

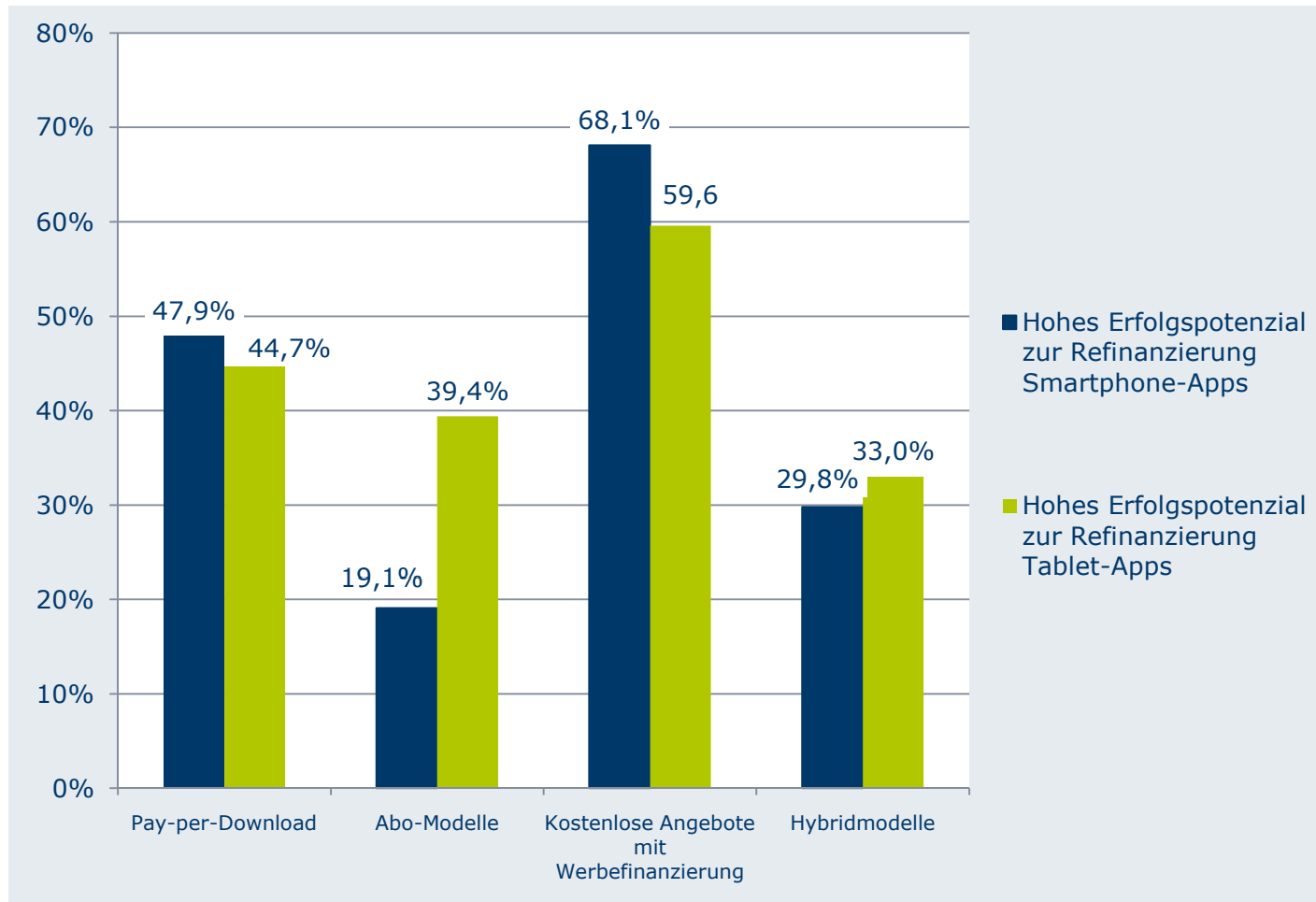
Entwicklung der Nachfrage nach Smartphone-Apps bzw. Tablet-Apps durch Kunden in den nächsten 2 Jahren



- ➔ Die Nachfrage nach Apps durch Kunden wird der Prognose der Befragten nach in den nächsten zwei Jahren sowohl in Bezug auf Smartphone-Apps (insges. 93 Prozent) wie auch in Bezug auf Tablet-Apps (insges. 86 Prozent) zunehmen.
- ➔ Hierbei wird für Smartphone-Apps die stärkere Zunahme vorausgesagt (54 Prozent Smartphone-Apps vs. 36 Prozent Tablet-Apps).

N=94, Frage: Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage nach Smartphone-Apps bzw. Tablet-Apps durch Ihre Kunden in den nächsten 2 Jahren ein?

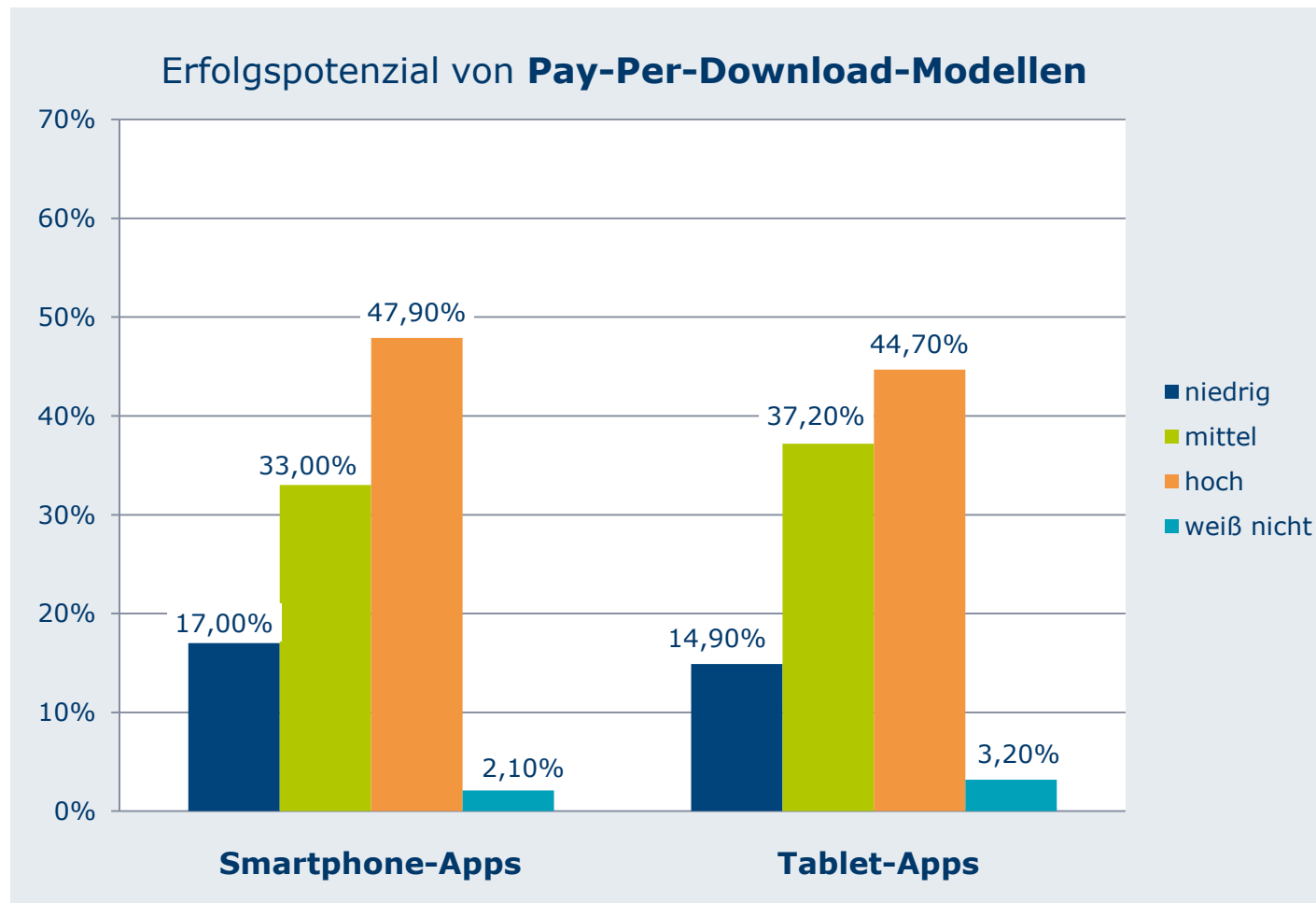
Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps - Übersicht



- ➔ Sowohl bei Smartphone- wie auch bei Tablet-Apps gelten kostenlose Angebote mit Werbefinanzierung als das vielversprechendste Refinanzierungs-Modell.
- ➔ Die Befragten beurteilen Abo-Modelle in Zusammenhang mit Smartphone-Apps als am deutlich wenigsten erfolgsversprechend, dagegen werden Tablet-Apps in dieser Kombination größere Chancen eingeräumt.

N=94, Frage: Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?

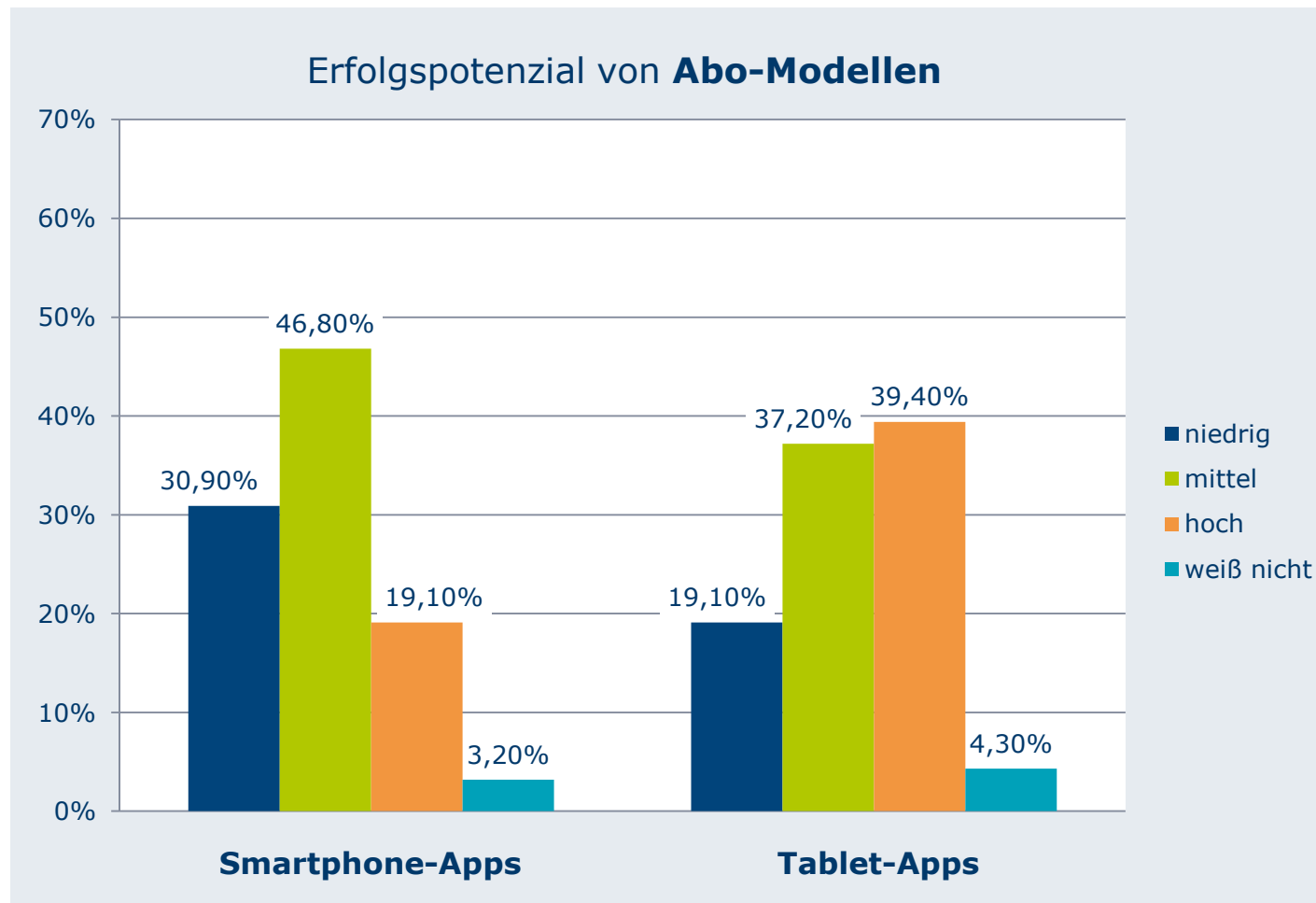
Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps – Details



- ☛ In Bezug auf Pay-per-Download-Modelle zur Refinanzierung von Apps sieht die Mehrzahl der Befragten, sowohl bei Smartphone-Apps (48 Prozent) wie auch bei Tablet-Apps (45 Prozent), ein hohes Erfolgspotenzial.

N=94, Frage: Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?

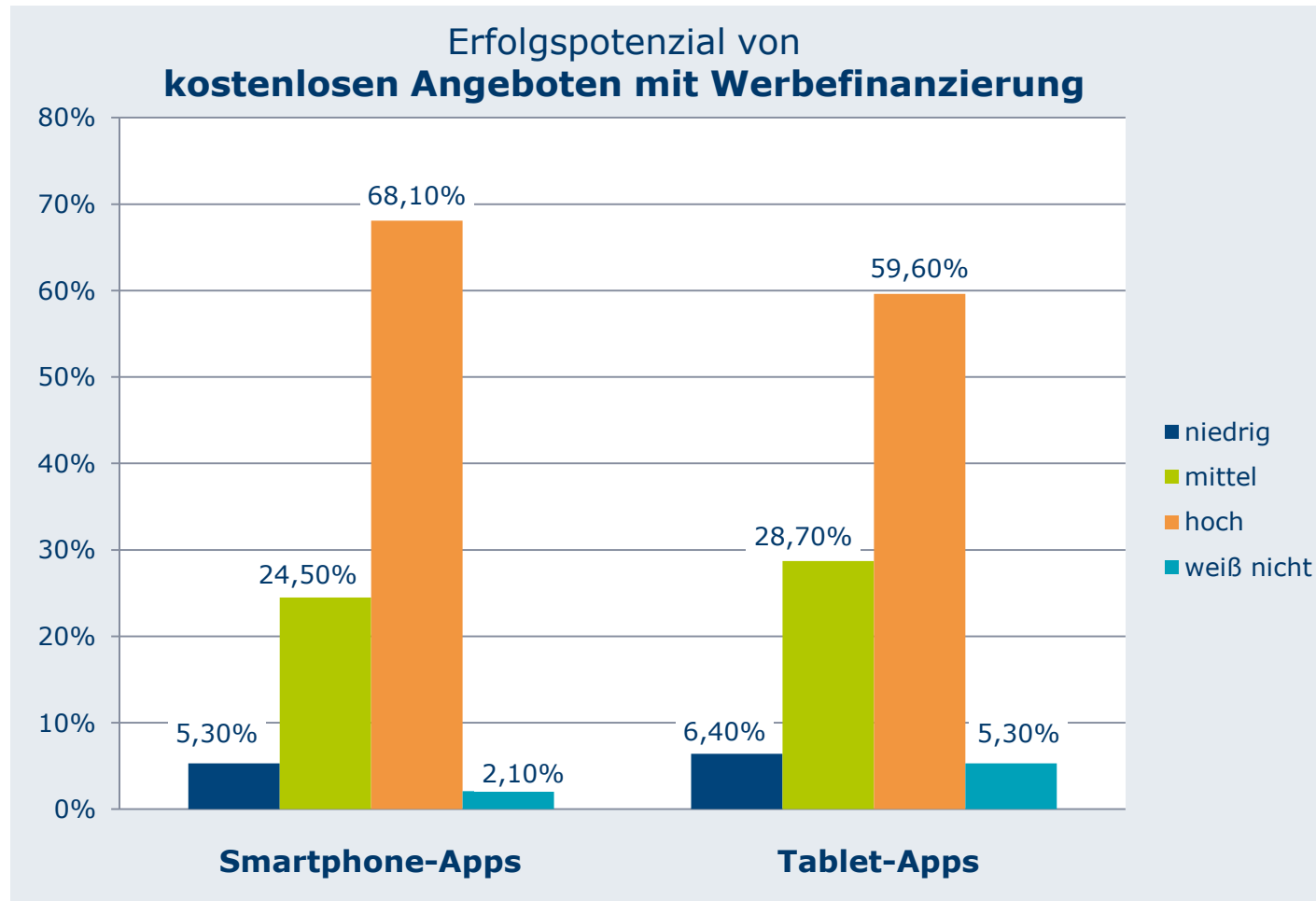
Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps – Details



- Bei Abo-Modellen zur Refinanzierung von Apps unterscheidet sich die Einschätzung der Befragten abhängig davon, ob es sich um Smartphone- oder Tablet-Apps handelt. Während bei Smartphone-Apps das Potenzial mehrheitlich als „mittel“ beurteilt wird (47 Prozent), gilt dieses bei Tablet-Apps als „mittel“ (37 Prozent) bis „hoch“ (39 Prozent).

N=94, Frage: Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?

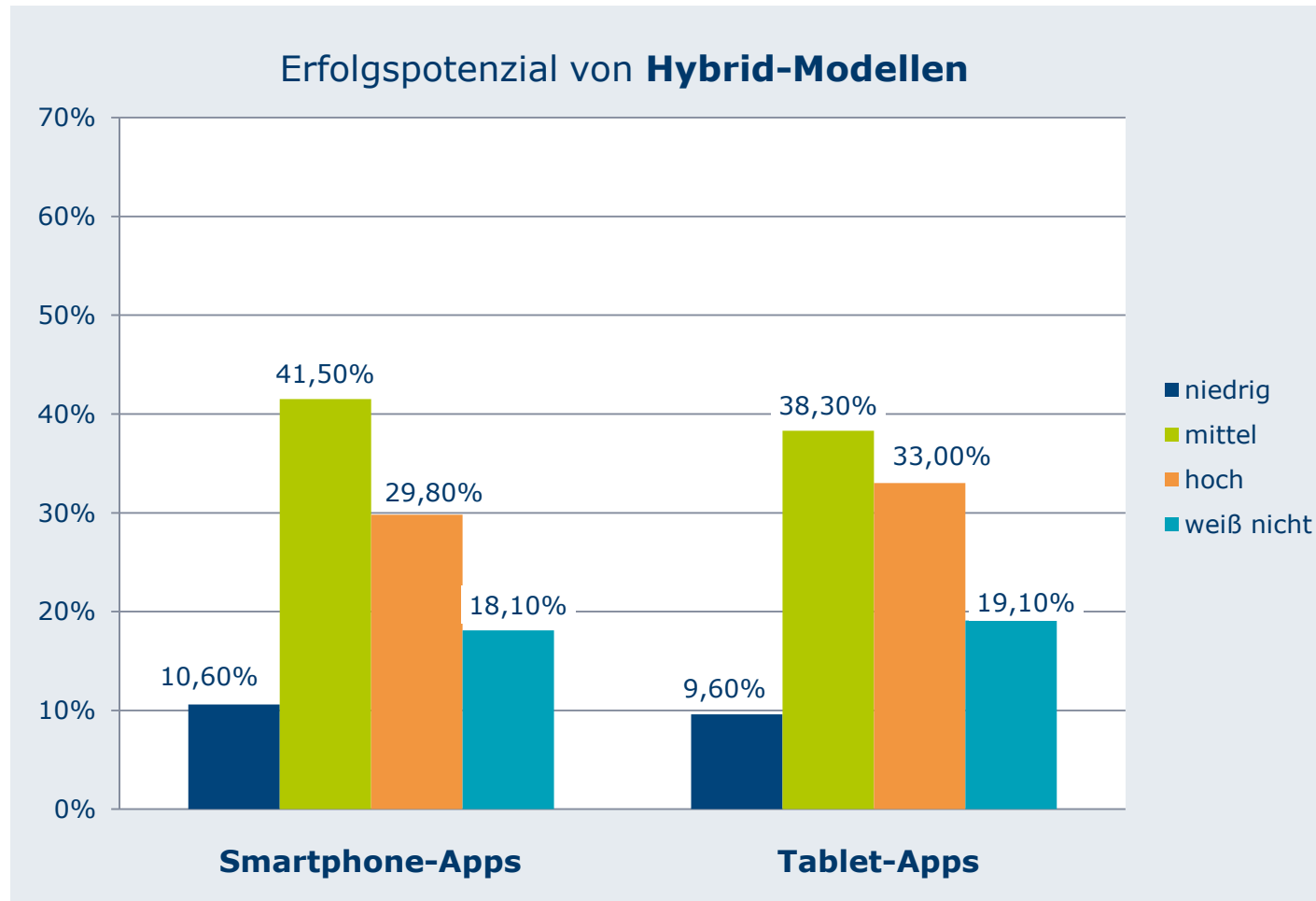
Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps – Details



- Kostenlose Angebote mit Werbefinanzierung gelten als das vielversprechendste Refinanzierungs-Modell. Die Mehrheit der Befragten spricht sich in diesem Zusammenhang für ein hohes Erfolgspotenzial aus, sowohl in Bezug auf Smartphone-Apps (68 Prozent) wie auch auf Tablet-Apps (60 Prozent).

N=94, Frage: Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?

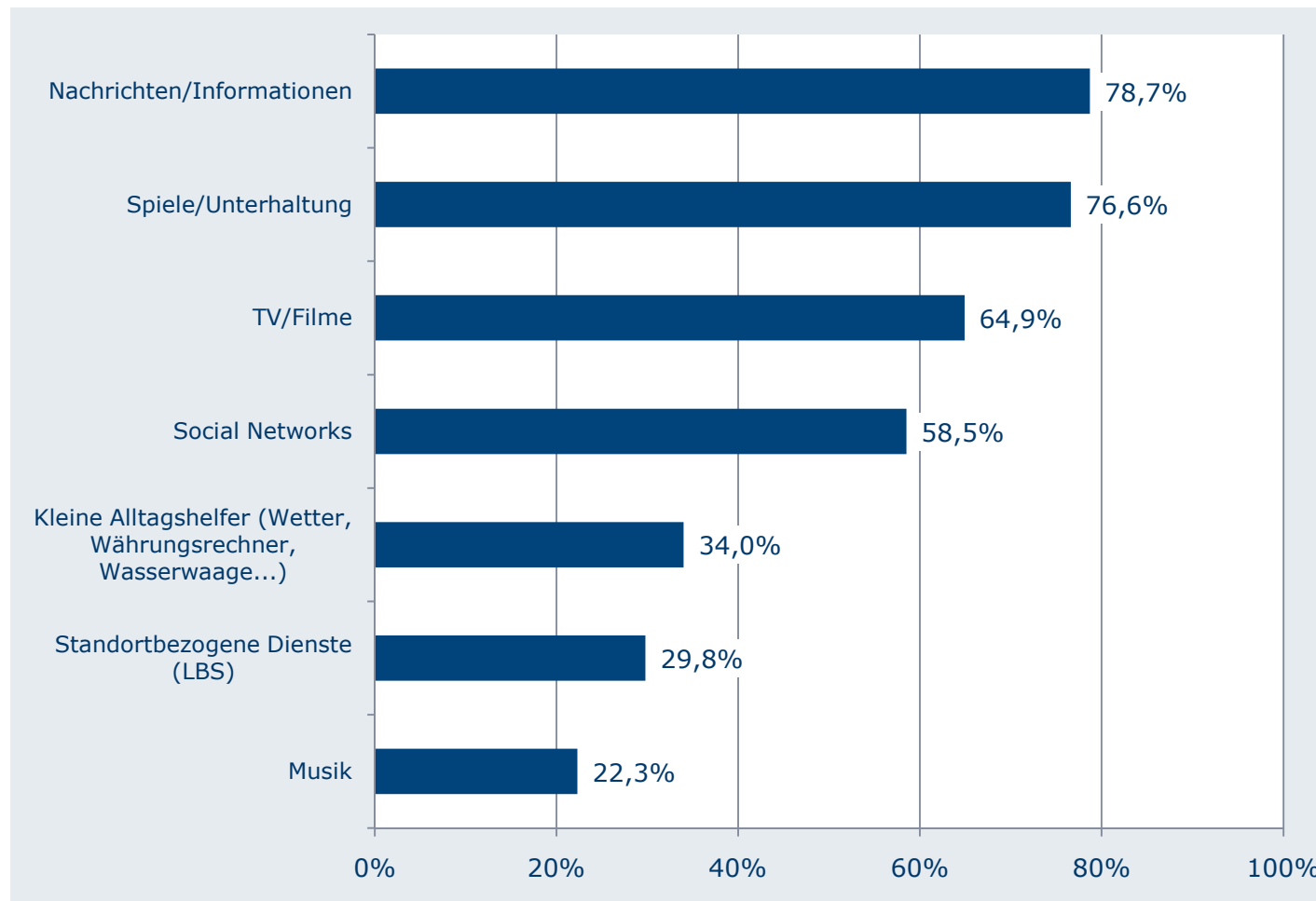
Erfolgspotenzial verschiedener Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps – Details



- Das Erfolgspotenzial von Hybrid-Modellen zur Refinanzierung von Apps wird von der Mehrzahl der Befragten, sowohl bei Smartphone-Apps (42 Prozent) wie auch bei Tablet-Apps (38 Prozent), als „mittel“ eingestuft.

N=94, Frage: Wie schätzen Sie das Erfolgspotenzial folgender Refinanzierungs-Modelle, differenziert nach Smartphone-Apps und Tablet-Apps, ein?

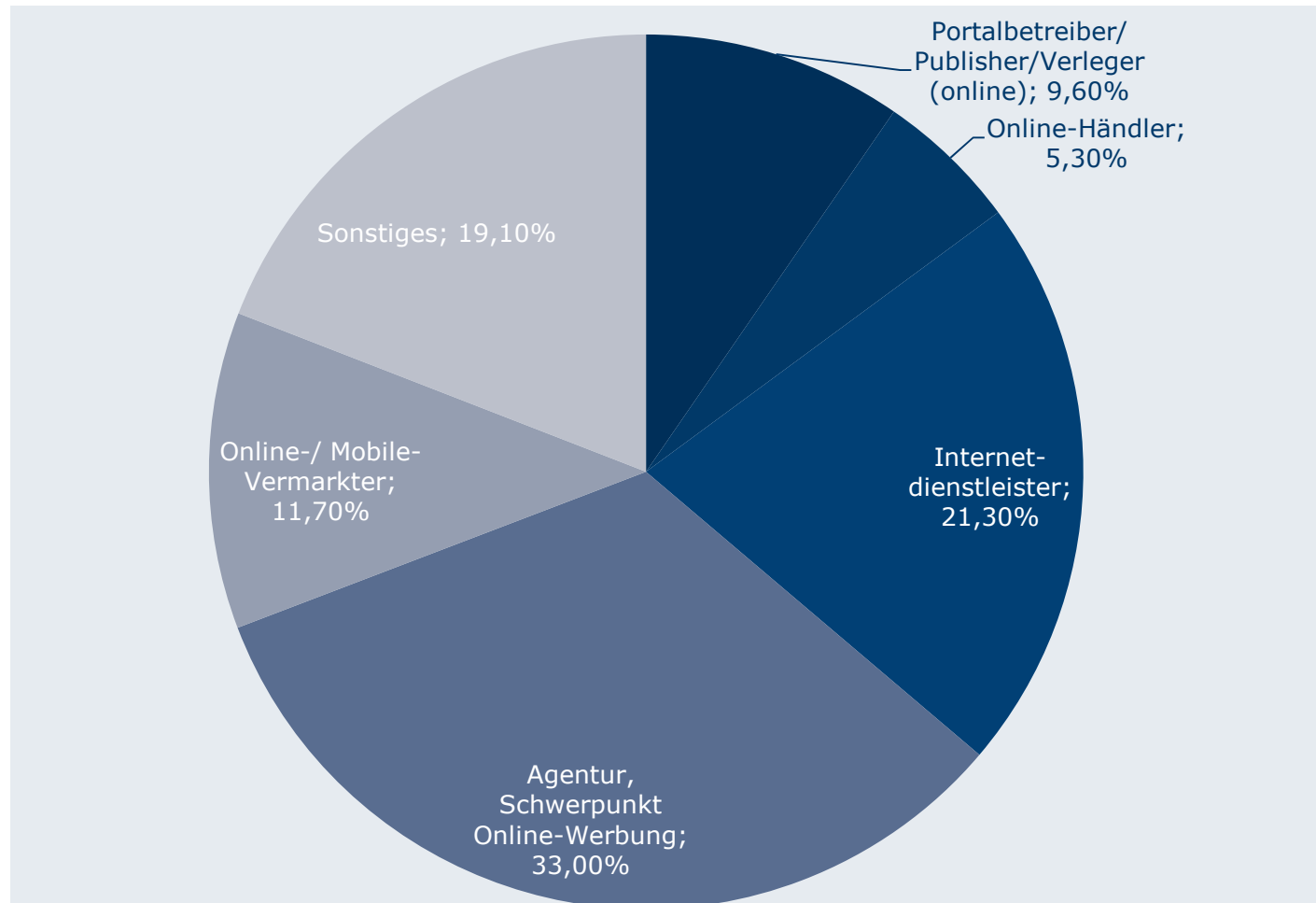
Inhalte von Tablet-Apps, die als besonders vielversprechend anzusehen sind



- ➔ Als vielversprechendster Inhalt für Tablet-Apps gelten mit 79 Prozent Apps mit Nachrichten-/Informationsbezug. Dicht dahinter folgen mit 77 Prozent Tablet-Apps mit Spiel-/Unterhaltungsschwerpunkt. Auf Platz 3 rangieren TV/Film-Apps für das Tablet.

N=94, Frage: Speziell bezogen auf Tablet-Apps, welche der folgenden Inhalte beurteilen Sie als besonders vielversprechend? (Mehrfachauswahl, maximal 3 Antworten möglich)

Beschreibung der Stichprobe



- ➔ Insgesamt 290 Öffnungen des Fragebogens
- ➔ 94 beantwortete Fragebögen
- ➔ Beendigungsquote 32,4%
- ➔ Befragungszeitraum: 06.Juli bis 16.Juli 2010

N=94, Frage: In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?

Kontaktinformationen



Christiane Siwek
Referentin Marktforschung
BVDW e.V.
Kaistraße 14
40211 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 600456-24
Fax +49 (0) 211 600456-33
siwek@bvdw.org
www.bvdw.org



Carola Lopez
Assistentin Marktforschung
BVDW e.V.
Kaistraße 14
40211 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 600456-0
Fax +49 (0) 211 600456-33
lopez@bvdw.org
www.bvdw.org