

BVDW: Bedeutung mobiler Endgeräte als Werbeträger nimmt deutlich zu

Kostenlose Angebote mit Werbefinanzierung gelten als vielversprechendstes Refinanzierungs-Modell für Apps

Düsseldorf, 26. August 2010 – Die Bedeutung mobiler Endgeräte als Werbeträger nimmt deutlich zu. Dies geht aus der Befragung „Trend im Prozent - Erfolgspotenzial mobiler Apps“ des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. So sehen 95 Prozent der Befragten in den nächsten zwei Jahren generell eine höhere Relevanz mobiler Devices für die Werbewirtschaft, beziehungsweise rund 90 Prozent speziell im Bereich der Tablet-PCs. Dabei gelten kostenlose Angebote mit Werbefinanzierung als das vielversprechendste Refinanzierungs-Modell mobiler Apps und derer Inhalte – davon gehen mehr als zwei Drittel der Teilnehmer aus. Die Chancen für eine Refinanzierung per Abo-Modell sehen die Befragten dagegen deutlich niedriger, wobei jedoch klar zwischen Smartphone- und Tablet-PC Apps differenziert wird: Hier liegt die Einschätzung mit 40 Prozent im Bereich der Tablet-PCs doppelt so hoch, im Vergleich zu den Smartphones mit 20 Prozent. Der BVDW befragte gut eine Woche lang schwerpunktmäßig Beschäftigte aus Unternehmen der digitalen Wirtschaft. Insgesamt sind rund 100 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen. Weitere Informationen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Werbefinanzierung setzt sich durch

„Seit Jahren stellt die Werbefinanzierung qualitativ hochwertige Inhalte auf Websites wie Nachrichtenportalen und Videoplattformen sicher. Dieses Finanzierungsmodell wird sich auch bei Apps durchsetzen, da es für den Nutzer kostenlos ist und seinen Gewohnheiten entspricht“, sagt Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des Online-Vermarkterkreis (OVK) im BVDW.

Abo-Modelle nur in Ausnahmefällen

„Werbefinanzierte und kostenpflichtige Angebote können sich gerade im mobilen Bereich ergänzen, denn die grundsätzliche Bereitschaft zur Bezahlung von Angeboten und Services ist vorhanden. Allerdings benötigen kostenpflichtige Inhalte, die über Kanäle wie mobile oder Tablet-PCs bereitgestellt und distribuiert werden, einen wirklichen Mehrwert in Form von Einzigartigkeit oder Exklusivität. Für Inhalte, die im stationären oder mobilen Internet kostenfrei erhältlich sind, wird die Werbefinanzierung der vielversprechendere Ansatz sein“, ergänzt Thomas Mendrina (Axel Springer Media Impact), Leiter des Mobile Advertising Circle (MAC) im BVDW.

Mobile Apps auf dem Vormarsch

Den Ergebnissen der BVDW Trend in Prozent-Befragung zufolge wird die Nachfrage nach mobilen Apps durch Kunden beziehungsweise

Unternehmen in den nächsten zwei Jahren entsprechend deutlich zunehmen. Im Bereich der Smartphones sehen dies insgesamt 93 Prozent der Befragten. Bei den Tablet-PCs sind es insgesamt 86 Prozent.

Nachrichten und Informationen bevorzugt

Als vielversprechendster Inhalt für Tablet-PCs sehen 79 Prozent Apps mit Nachrichten- und Informationsbezug. Dicht dahinter folgen mit 77 Prozent Apps mit Spiel- und Unterhaltungsschwerpunkt. Dahinter rangieren TV- und Film-Apps.

Beteiligung der Wirtschaftszweige an der Umfrage

Folgende Wirtschaftszweige der digitalen Branche haben sich an der BVDW-Umfrage „Trend in Prozent – Erfolgspotenzial mobiler Apps“ beteiligt: 33 Prozent Agenturen mit Schwerpunkt Online-Werbung, 21 Prozent Internet-Dienstleister, 12 Prozent Online- und Mobile-Vermarkter, zehn Prozent Portalbetreiber, Verleger beziehungsweise Publisher, fünf Prozent Online-Händler sowie 19 Prozent aus sonstigen Bereichen.

Die komplette Auswertung erhalten Mitglieder des BVDW im geschlossenen Bereich MyBVDW auf der Website unter www.bvdw.org.

Weitere Informationen auf Anfrage sowie unter www.bvdw.org.

Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
www.bvdw.org/presseserver/erfolgspotenzial_mobile_apps/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:
Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel.: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder,

gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**