

*App Annie*

# App Annie Marktprognose 2016–2021



# Inhalt

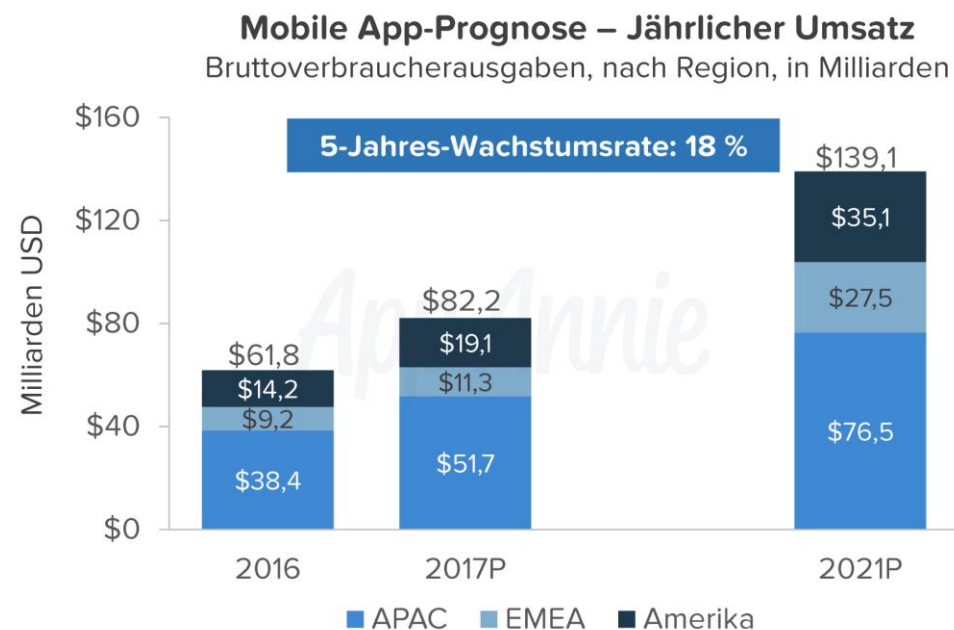
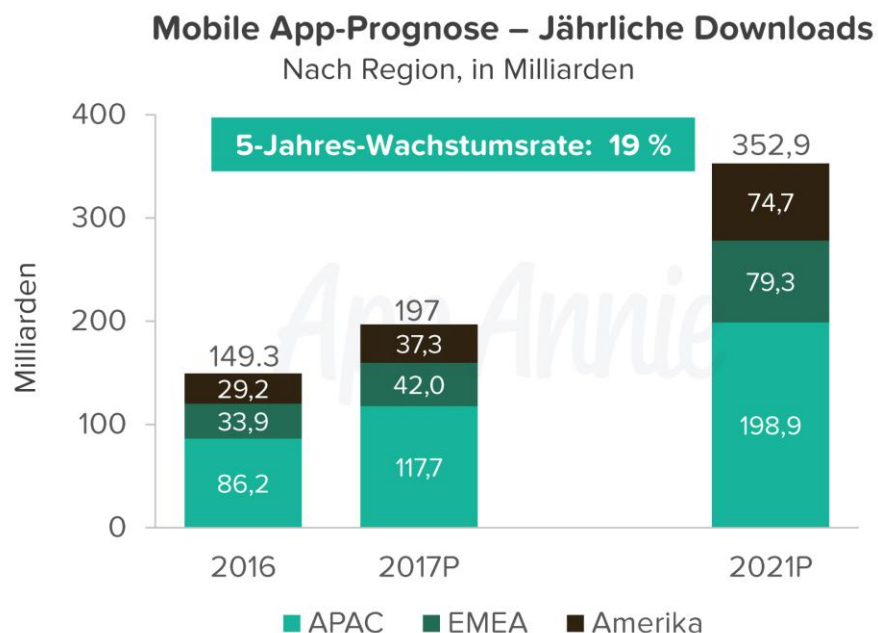
Wichtigste Erkenntnisse	3	„Kultureller Überhang“ und relativ hohe Kaufkraft lassen den App Store-Umsatz in China bis 2021 auf 56,5 Milliarden USD wachsen	9
Mobile Store-Umsätze überschreiten 2021 139 Milliarden USD	4		
iOS bleibt größter Einzel-Store nach Umsatz, alle Android-Stores zusammen sollten iOS 2017 überholen	5	Smartphone-Neukäufe lassen Downloads in Indien um das 3,5-Fache wachsen, doch niedrigere Kaufkraft begrenzt das Umsatzpotenzial im App Store	10
Spiele machen 2021 weiter den Großteil der Umsätze, doch Abonnements verhelfen anderen Apps bis 2021 zu einer Wachstumsrate von 25 %	6	Empfehlungen für App-Publisher	11
		Über App Annie	12
Umsätze bleiben auf die stärksten etablierten Märkte konzentriert, doch neue Märkte befeuern das Downloadwachstum	7		
Umsatzwachstum in China ist Zeichen des reifenden App-Markts, Indien ist noch in der Frühphase des Wachstums	8		

# Wichtigste Erkenntnisse

- App Annie erwartet bis 2021 über 352 Milliarden Downloads mobiler Apps und über 139 Milliarden USD Verbraucherausgaben in allen App Stores.
- Der iOS App Store wird im Prognosezeitraum der lukrativste Einzel-Store bleiben und 2021 mehr als 60 Milliarden USD Bruttoumsatz an Verbraucherausgaben generieren. Allerdings sollten die kombinierten Verbraucherausgaben auf Google Play und Drittanbieter-Stores für Android dank des dominanten Marktanteils bei den Geräten und des starken Wachstums der Installationsbasis den iOS App Store 2017 überholen.
- China bleibt der größte Markt nach globalen Ausgaben für mobile Apps und übersteigt 2021 56 Milliarden USD. Gleichzeitig befeuert die schnelle Smartphone-Akzeptanz in ganz Südostasien die Downloads, und in Indien werden sich die Downloads 2021 der Marke von 23 Milliarden nähern.
- Die Bruttoausgaben der Verbraucher für Spiele in allen mobilen App Stores werden 2021 105 Milliarden USD übersteigen. Die Ausgaben für Apps (ohne Spiele) in Kategorien wie Nachrichten, Medien und Dating-Apps werden deutlich schneller wachsen und 2021 bei 34 Milliarden USD liegen.

Hinweis: Die Umsätze in diesem Dokument beziehen sich auf Verbraucherausgaben (nicht die an die Publisher bezahlten Anteile) für mobile Apps in allen App Stores weltweit. Downloads umfassen Erstinstallationen auf Mobilgeräten über alle App Stores weltweit. Umsätze, die außerhalb von App Stores generiert werden, z. B. im Handel und durch Anzeigen, werden in dieser Prognose nicht berücksichtigt.

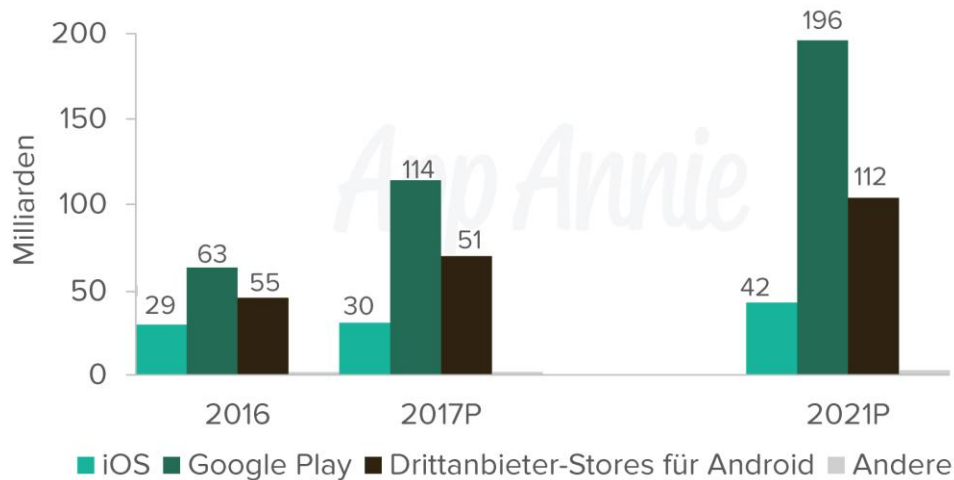
# Mobile Store-Umsätze überschreiten 2021 139 Milliarden USD



- Für die weltweiten App Store-Downloads in allen App Stores wird eine jährliche Wachstumsrate von 19 % auf 352 Milliarden bis 2021 prognostiziert. Die globalen Ausgaben wachsen bis 2021 mit 18 % auf 139,1 Milliarden USD. Das App Store-Wachstum ist beeindruckend, doch die Store-Umsätze sind nur ein Teil des App-Markts. Umsätze aus In-App-Anzeigen und M-Commerce (in diesem Bericht nicht berücksichtigt) steigen parallel dazu ebenfalls an.
- APAC wird bis 2021 die größte Region nach Downloads und Umsätzen bleiben, allen voran China. Mit fast 105 USD Umsatz pro Gerät wird Japan einer der lukrativsten Märkte bleiben, während das Wachstum in Indien die Downloads stark ansteigen lässt.

# iOS bleibt größter Einzel-Store nach Umsatz, doch alle Android-Stores zusammen sollten iOS 2017 überholen

**Mobile App-Prognose – Jährliche Downloads**  
Weltweit, nach Store, in Milliarden



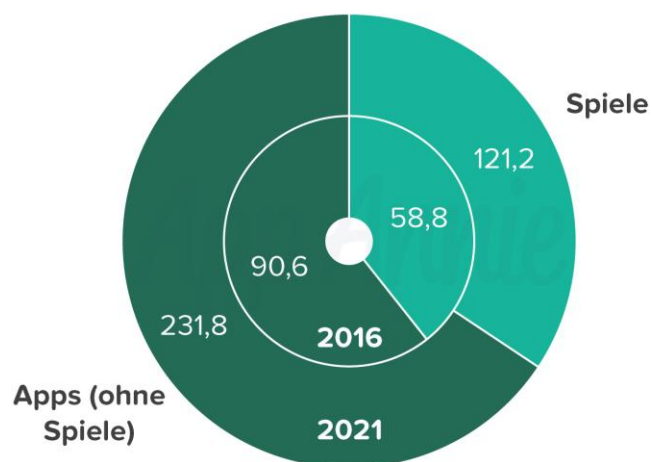
**Mobile App-Prognose – Jährlicher Umsatz**  
Weltweit, Bruttoverbraucher Ausgaben, nach Store, in Milliarden



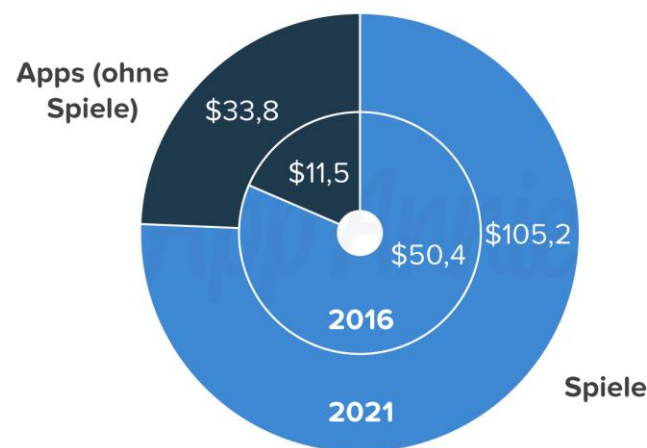
- Google Play und Drittanbieter-Stores für Android werden bis 2021 ein jährliches Wachstum der Downloads um 23 % auf 299,9 Milliarden erleben, vor allem dank der wachsenden Smartphone- und App-Akzeptanz in neuen Märkten, insbesondere in Indien, Mexiko, Brasilien und Indonesien.
- iOS wird bis 2021 der lukrativste App Store bleiben und dank wachsender Umsätze pro Gerät aus der relativ wohlhabenden Apple-Nutzerbasis 60,3 Milliarden USD generieren. Allerdings wird sich die Kombination aus Google Play und Drittanbieter-Stores für Android 2017 die Umsatzkrone sichern, da das rapide Wachstum der Installationsbasis von Android-Geräten die geringere Kaufkraft wettmacht.

# Spiele machen 2021 weiter den Großteil der Umsätze, doch Abonnements verhelfen anderen Apps bis 2021 zu einer Wachstumsrate von 25 %

**Mobile App-Prognose – Jährliche Downloads**  
2016 ggü. 2021, nach Kategorie



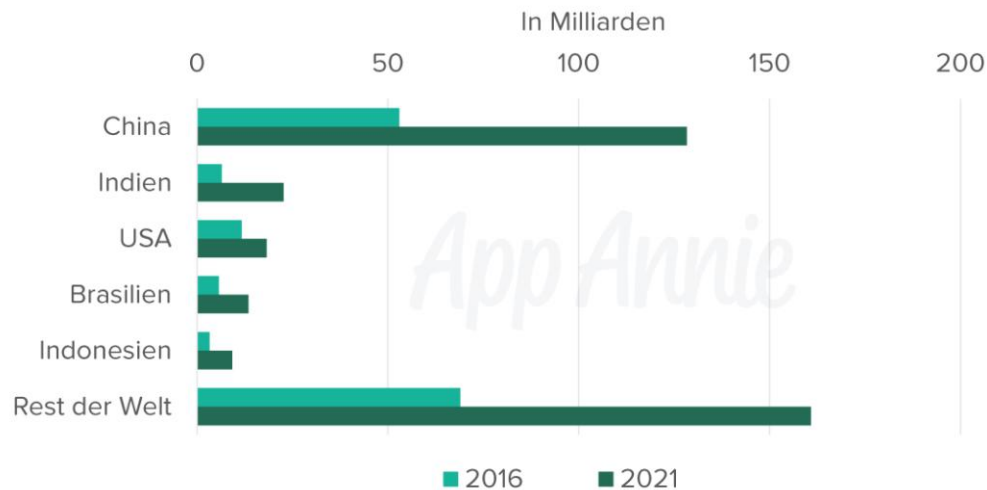
**Mobile App-Prognose – Jährlicher Umsatz**  
Bruttoverbraucherausgaben, 2016 ggü. 2021, nach Kategorie



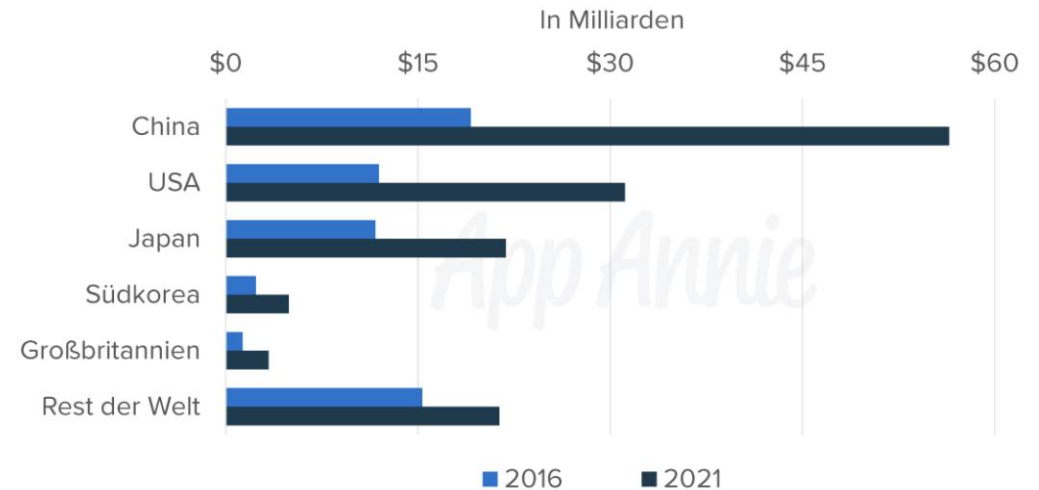
- 2016 machten Spiele 11 % der Nutzungsdauer in Android-Apps und 39 % aller App-Downloads aus, generierten damit aber 81 % aller über Stores getätigten Verbraucherausgaben.
- Viele Apps (Nicht-Spiele) [monetisieren sich über Anzeigen](#) oder den Handel. Der Umsatz über diese Kanäle ist noch höher, erfolgt aber außerhalb der in diesem Bericht berücksichtigten App Stores. Allerdings werden Umsätze aus In-App-Abonnements für Medienstreaming-, Nachrichten- und Dating-Apps über den Umsatzkanal der App Stores geleitet, für den wir eine jährliche Wachstumsrate von 25 % – also mehr als bei den In-App-Käufen in Spielen – auf insgesamt 33,8 Milliarden USD bis 2021 prognostizieren.

# Umsätze bleiben auf die größten Märkte konzentriert, doch neue Märkte befeuern das Downloadwachstum

Mobile App-Prognose – Top 5-Länder nach Downloads  
2016 ggü. 2021



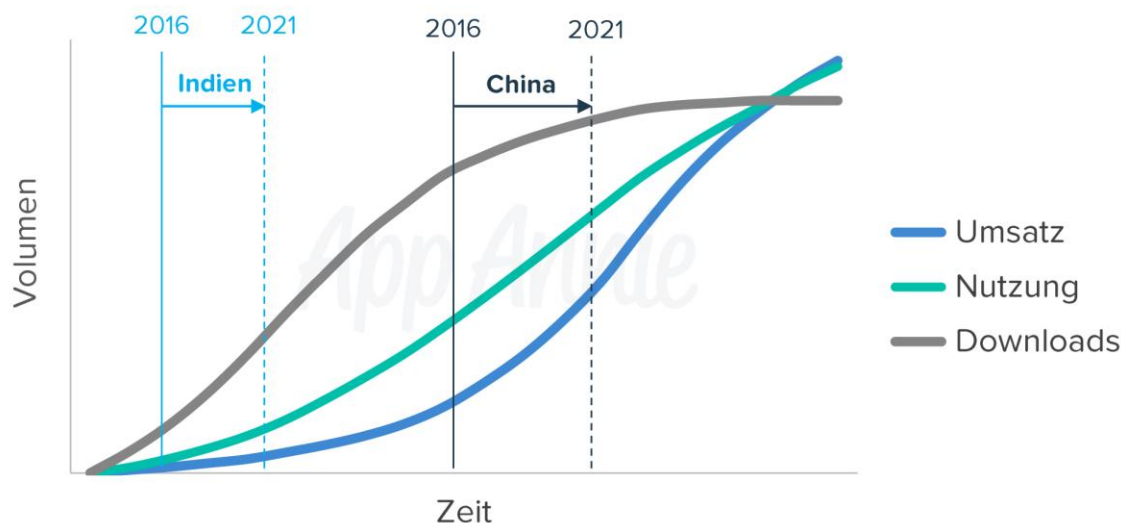
Mobile App-Prognose – Top 5-Länder nach Umsatz  
Bruttoverbraucherausgaben, 2016 ggü. 2021



- Im Vergleich zu den Umsätzen sind die App Store-Downloads erheblich gleichmäßiger über die Länder verteilt. 2016 vereinten die Top 5-Länder 54 % der weltweiten Downloads auf sich, und dies wird sich auch bis 2021 kaum ändern, da das Wachstum in China und Indien das Wachstum außerhalb der Top 5 ausgleicht.
- Gleichzeitig generierten die Top 5-Länder 2016 aber sage und schreibe 75 % der weltweiten Umsätze. Wir erwarten bis 2021 einen Anstieg auf 85 %, geschuldet den wachsenden Ausgaben für Spiele und Abonnements durch bestehende Smartphone-Nutzer in reifen Märkten, vor allem in den Städten Chinas, aber auch in den USA, Japan und Südkorea.

# Umsatzwachstum in China ist Zeichen des reifenden App-Markts, Indien bleibt in der Frühphase des Wachstums

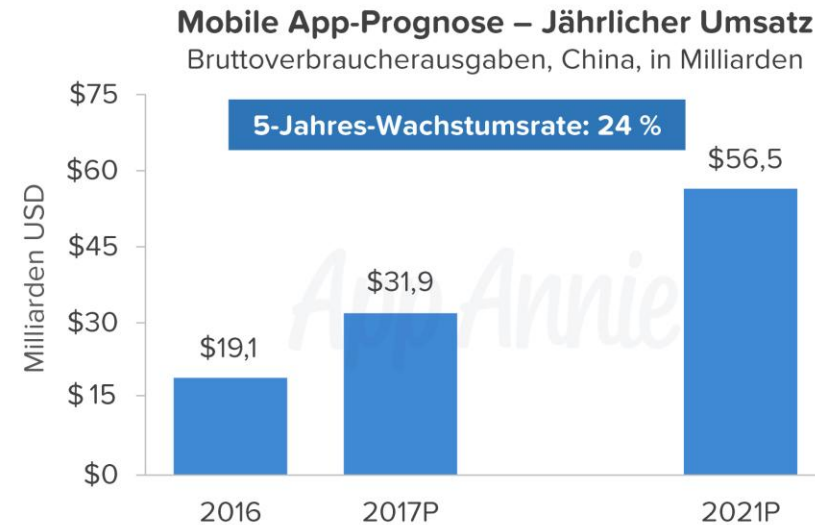
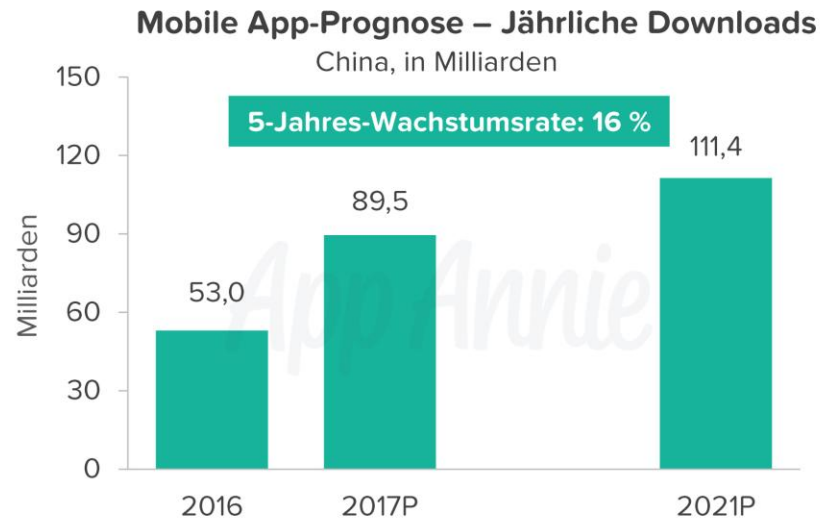
## App-Markt-Reifemodell



- In der [letztjährigen App Store-Prognose](#) haben wir gezeigt, wie sich App-Märkte mit der Zeit entwickeln. Zu Beginn sorgt eine zunehmende Smartphone-Akzeptanz für starkes Wachstum bei den App-Downloads. Mit zunehmender Nutzung und Bedeutung von Apps entwickeln die Nutzer App-Gewohnheiten, die zu Umsatzwachstum auf allen Kanälen führen: App Stores, Anzeigen und Handel.
- Wir prognostizieren, dass die Mehrheit der chinesischen App-Nutzer bis 2021 ein Nutzungsmuster entwickeln wird, was zu anhaltendem Umsatzwachstum trotz rückläufiger Downloadzahlen führt.
- Auch wenn es in Indien im Prognosezeitraum zu einigen Reifeprozessen kommen wird, sollte das Land in der Frühphase des Zyklus verbleiben, mit starkem Downloadwachstum und zunehmenden Umsätzen von einem niedrigen Ausgangsniveau.

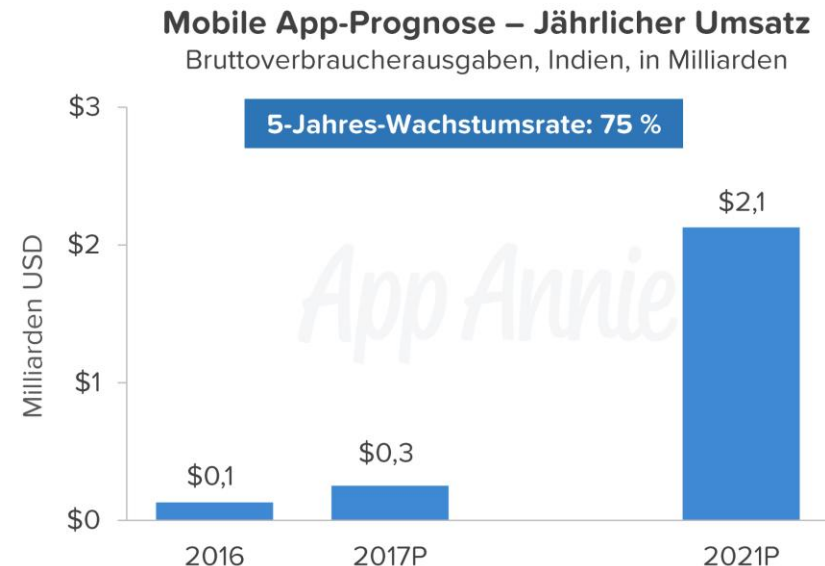
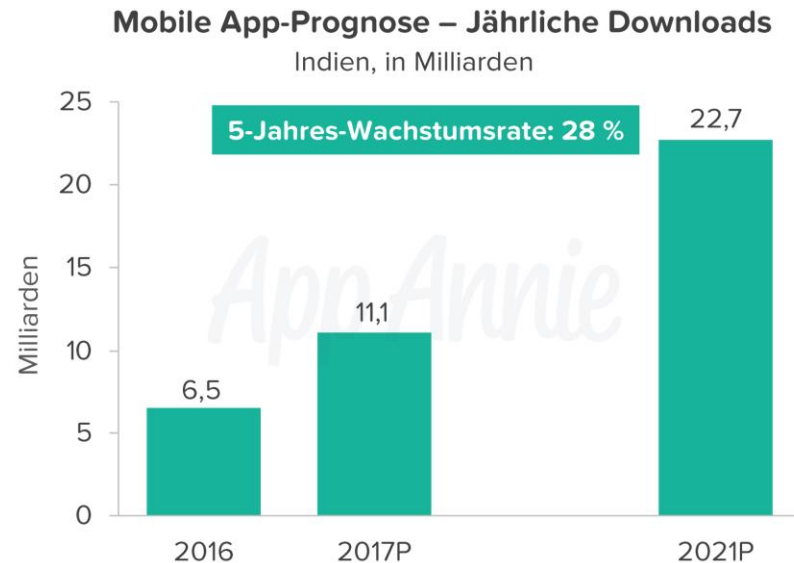


# „Kultureller Überhang“ und relativ hohe Kaufkraft lassen den App Store-Umsatz in China bis 2021 auf 56,5 Milliarden USD wachsen



- In China erwarten wir von 2016 bis 2021 ein jährliches Downloadwachstum von 16 %, während die Verbraucherausgaben um 24 % wachsen. Auch wenn die Smartphone-Akzeptanz in großen chinesischen Städten nah an der Sättigung ist, sind große Teile Chinas noch unterversorgt. Wachsende Smartphone-Akzeptanz in diesen Regionen wird im Prognosezeitraum das Wachstum bei den App-Downloads befeuern.
- Was den Umsatz angeht, hat China eine Reihe besonderer Vorteile. [Die Kaufkraft in China](#) ist nach wie vor deutlich höher als in anderen neuen Märkten, wenn auch nicht so hoch wie in etablierten Märkten. Außerdem weist China kulturelle Ähnlichkeiten mit anderen reifen Märkten in Ostasien auf, was die Ausgaben für Unterhaltung, insbesondere für Spiele angeht. Die Summe dieser Faktoren sollte zu erheblichem Wachstum bei den App Store-Ausgaben pro Gerät und damit einem Wachstum des Umsatzes insgesamt führen.

# Smartphone-Neukäufe lassen Downloads in Indien um das 3,5-Fache wachsen, doch niedrigere Kaufkraft begrenzt das Umsatzpotenzial im App Store



- Indien steht vor einer spektakulären Zunahme von Smartphone-Besitzern in den nächsten Jahren. Daher erwarten wir ein Wachstum der App Store-Downloads mit einer jährlichen Rate von 28 % auf nahezu 23 Milliarden bis 2021.
- Angesichts der erst kürzlich erfolgten Smartphone-Akzeptanz generiert Indien noch keinen nennenswerten App Store-Umsatz. Zwar erwarten wir wachsende App Store-Ausgaben mit einer Rate von jährlich 75 % auf 2,1 Milliarden USD 2021, aber der Anteil an den weltweiten Ausgaben bleibt wohl unter 2 %. [Die Kaufkraft](#) in Indien ist deutlich geringer als in etablierten Märkten. Dies wird noch verschärft durch kulturelle Normen, die eher dazu neigen, das Geld zu sparen, statt es für Spiele und Unterhaltung auszugeben.

# Empfehlungen für App-Publisher

- App-Publisher, die über App Stores monetisieren, sollten weiterhin in etablierte Märkte investieren, da dort die Bruttoausgaben in App Stores pro Gerät weiter wachsen. 2021 werden die Top 5 der etablierten Märkte 86,5 % der globalen Verbraucherausgaben auf sich vereinen. Dies sollte bei der Planung von Wachstumsstrategien unbedingt berücksichtigt werden.
- Verbraucherausgaben für Apps (Nicht-Spiele) wird von 2016 bis 2021 mit einer jährlichen Rate von 25 % wachsen, für Spiele mit 16 %. **App-Publisher in den Sektoren Medien-, Nachrichten- und Dating sollten ihre Investitionen in Abonnement-Umsatzmodelle erhöhen**, da diese die größten Nutznießer dieses Wachstums sein werden.
- Hohe Kaufkraft und kulturelle Faktoren werden China bis 2021 auf atemberaubende 41 % der Verbraucherausgaben in App Stores katapultieren. **App-Publisher, die einen Markteintritt in China planen, insbesondere im Spiele- und Unterhaltungsbereich, sollten sich auf Lokalisierung und Partnerschaften konzentrieren**, um die tief verwurzelten kulturellen Unterschiede zum Westen zu überbrücken.
- Für 2017 wird in Indien bei mobilen Spielen ein Downloadwachstum von 111 % erwartet, der Anteil an den weltweiten Verbraucherausgaben wird allerdings bei weniger als 1 % liegen. Unsere Prognose zeigt, dass **Indien großes Potenzial besitzt, doch Spieleentwickler alternative Monetisierungsmodelle, z. B. Anzeigen, in Betracht ziehen müssen, um auf diesem Markt zu bestehen.**

# Technologie hinter dem Bericht

App Annie unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung ihrer App-Geschäfte und wird von 94 der Top 100-Publisher weltweit genutzt. Vom Wettbewerbs-Benchmarking bis zur internationalen Expansion stellen wir die Daten und Insights bereit, die für den Erfolg im App-Markt benötigt werden.

Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen wurden mit [App Annie Intelligence](#) zusammengestellt, der führenden Lösung für Marktdaten für den App-Markt. Wenn Sie erfahren möchten, wie unsere Schätzungen zu App Store-Downloads, Umsätzen, demografischen Daten und Nutzungsdaten auch Sie bei Ihren wichtigen Geschäftsentscheidungen unterstützen können, [fordern Sie noch heute eine Demo an](#).



## AUSWERTUNG & BEURTEILUNG

Erkennen Sie Markt- und Investmentchancen, indem Sie die Nutzungstrends nach Land auswerten.



## AKQUISITION & WACHSTUM

Ermitteln Sie erfolgreiche Creatives und Keywords, um Ihre Strategie zur organischen Akquise bezahlter Nutzer zu optimieren.



## ENTWICKLUNG & VERÖFFENTLICHUNG

Prüfen Sie Ihre App-Strategie und Ihre Roadmap, indem Sie Trends zu Demografie und Nutzung für wichtige Wettbewerber nach Land analysieren.



## INTERAKTION & MONETISIERUNG

Beobachten Sie das Wachstum hinsichtlich der aktiven Nutzer und Umsätze, um erfolgreiche Publisher zu identifizieren.



## BINDUNG & PFLEGE

Erhöhen Sie die Bindung, und verbessern Sie App-Funktionen basierend auf Nutzerfeedback und Kennzahlen zu Interaktionen.

# Über App Annie

App Annie stellt vertrauenswürdige App-Daten und Insights bereit, die Unternehmen dabei helfen, sich erfolgreich auf dem globalen App-Markt zu positionieren. Mehr als 800.000 registrierte Mitglieder nutzen App Annie, um ein besseres Verständnis des App-Markts, ihrer Geschäfte und der damit verbundenen Möglichkeiten zu gewinnen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in San Francisco und beschäftigt 450 Mitarbeiter in 15 Niederlassungen weltweit. App Annie hat 157 Millionen US-Dollar Kapital von Investoren wie e.ventures, Greenspring Associates, Greycroft Partners, IDG Capital Partners, Institutional Venture Partners und Sequoia Capital erhalten.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.appannie.com/de](http://www.appannie.com/de), in unseren [Insights](#) und auf Twitter ([@AppAnnieDE](https://twitter.com/AppAnnieDE)). Einzelheiten zu unseren Produkten erhalten Sie in den Produkt-Touren zu Market Data Intelligence, Store Stats und App Analytics. Die aktuellsten Monats-Rankings für Apps und Publisher finden Sie im [App Annie Index](#). Informationen zur Berichtsmethodik sowie Aktualisierungen finden Sie [hier](#).

