

App Annie

App Annie Prognose

– 2017–2022 –

Bis 2022

MOBILE
INSTALLATIONSBASIS

6

MILLIARDEN

+56 %

WACHSTUM SEIT 2017

JÄHRLICHE MOBILE APP-
DOWNLOADS

258

MILLIARDEN

+45 %

WACHSTUM SEIT 2017

JÄHRLICHE VERBRAUCHER-
AUSGABEN IM APP STORE

\$157

MILLIARDEN

+92 %

WACHSTUM SEIT 2017

DURCHSCHN.
VERBRAUCHERAUSGABEN
PRO JAHR

\$26

PRO GERÄT

+23 %

WACHSTUM SEIT 2017

Zusammenfassung

Der App-Markt wird weiter wachsen, und die globalen Verbraucherausgaben in App Stores werden 2022 **156,5 Mrd. USD** erreichen. Dies bedeutet ein Wachstum von 92 % gegenüber **81,7 Mrd. USD** 2017. Globale Downloads werden um 45,0 % von **178,1 Mrd.** im Jahr 2017 auf **258,2 Mrd.** im Jahr 2018 steigen.

APAC vereint fast zwei Drittel der globalen Ausgaben auf sich. China bleibt der weltgrößte Markt mit **62,4 Mrd. USD** bzw. fast 40 % der weltweiten Ausgaben.

Wir erwarten ein Wachstum der Installationsbasis von Smartphones und Tablets von **3,9 Mrd.** Ende 2017 auf **6,1 Mrd.** im Jahr 2022.

Bei den durchschnittlichen weltweiten Ausgaben pro Gerät erwarten wir einen Anstieg von **20,94 USD** im Jahr 2017 auf **25,65 USD** im Jahr 2022.

Die Ausgaben pro Gerät in Japan werden bis 2022 durchschnittlich bei über **140 USD** liegen. Dies ist fast das Sechsfache des globalen Durchschnitts und mit Abstand der höchste Wert weltweit.

Inhalt dieses Berichts:

- Prognosen zu globalen und regionalen App-Downloads und Verbraucherausgaben im App Store bis 2022.
- Top 5-Länder nach Verbraucherausgaben im App Store und Downloads im Jahr 2022.
- Gegenüberstellung der Downloads und Verbraucherausgaben von Spielen und Apps
- Weitere Daten wie Prognosen nach App Store finden Sie in unserem [Anhang: Prognosedaten](#).

Informationen zur Berichtsmethodik sowie Aktualisierungen finden Sie [hier](#).

App Annie ist der vertrauenswürdigste Partner im App-Markt

Unsere Unternehmenskunden kommen aus allen Branchen und Ländern



ada

zalando



BARCLAYS

ebay

e.on

theguardian

trainline



Spotify

JUST EAT



AIRFRANCE



SAMSUNG



asos
discover fashion online

King



amadeus

Coca-Cola

Google

VISA

Unsere Daten sind die meistgenannten bei App-Branchenführern und Medien



Tencent 腾讯

SoftBank



Bloomberg
TELEVISION

BBC

The
New York
Times

FORTUNE

King



Baidu 百度



WIRED

THE
WALL STREET
JOURNAL

NIKKEI

Forbes

REUTERS

NEXON

ROVIO



glu

LE FIGARO.fr

Billboard

Mashable

VentureBeat

NAVER

Das Unternehmen und die 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](#), der führenden Lösung für Marktdaten für den App-Markt, sowie mit unserem proprietären Prognosemodell zusammengestellt.

Wenn Sie erfahren möchten, wie unsere Schätzungen zu Downloads, Umsätzen, demografischen Daten und Nutzungsdaten sowie zu ASO auch Sie bei Ihren wichtigen Geschäftsentscheidungen unterstützen können, [registrieren Sie sich noch heute für ein kostenloses Konto](#).

Begleiten Sie mit App Annie Intelligence
zuversichtlich den gesamten App-Lebenszyklus



Die vertrauenswürdigen weltweiten App-Marktdaten der Branche. Exzellente Insights. Eine integrierte Plattform.

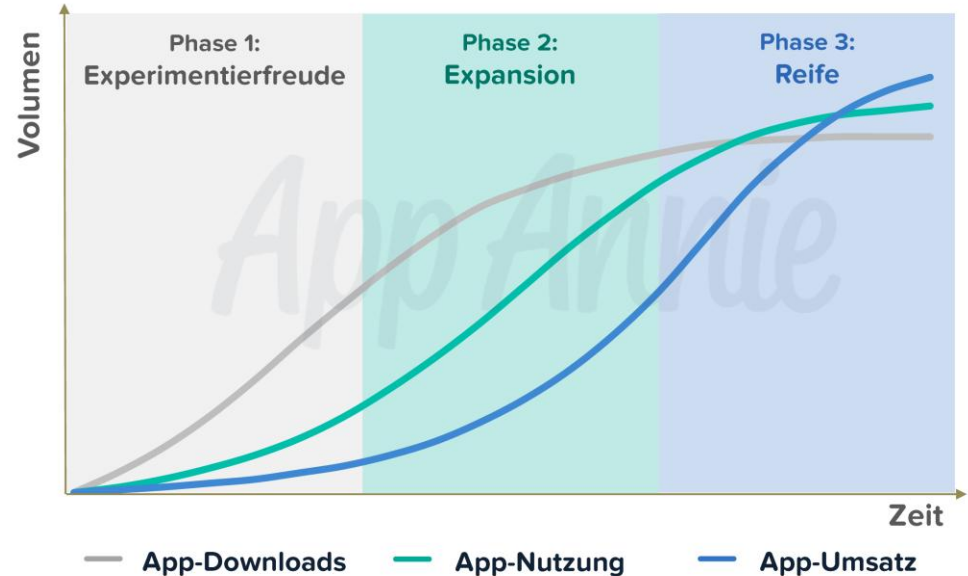
Die Prognose

Die Märkte sind weiter auf dem Weg zur App-Reife

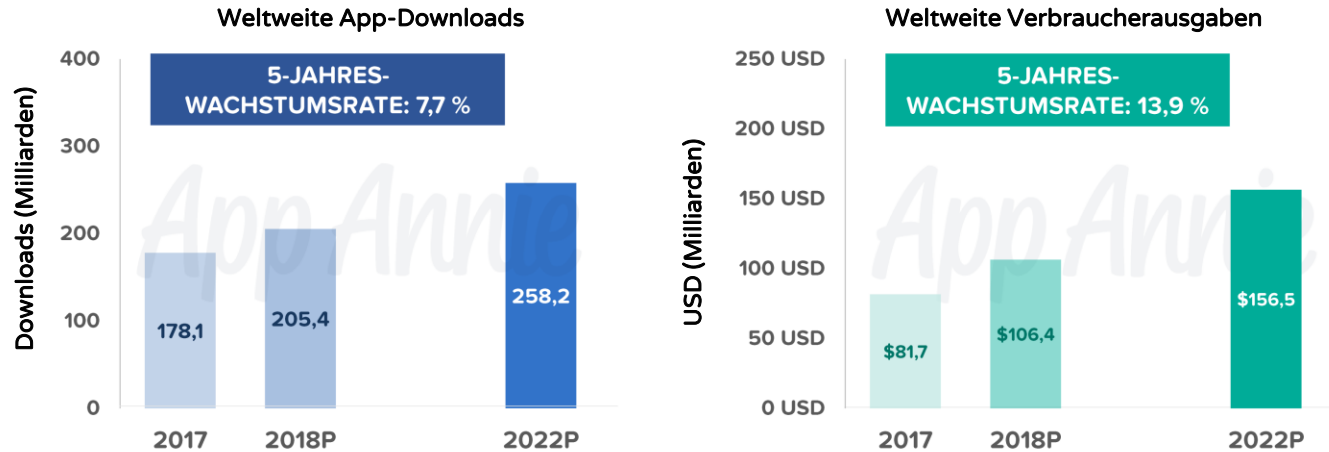
Während der globale App-Markt wächst, befinden sich einzelne Märkte in unterschiedlichen Phasen der Marktreife:

- **Phase 1: Experimentierfreude**
Smartphone-Erstnutzer führen zu anfänglich wachsenden Downloads. Neue Nutzer kommen in den Markt und beginnen, Apps zu entdecken, zu probieren und damit zu experimentieren.
- **Phase 2: Expansion**
Mit der Zeit bilden sich Nutzungsmuster aus. Die Nutzer erkennen, welche Apps am nützlichsten für sie sind, und suchen seltener nach neuen Apps. Downloads bleiben hoch, doch die Wachstumsraten verlangsamten sich. Gleichzeitig steigen Interaktionen und Ausgaben an, da die Menschen zunehmend ihre Lieblings-Apps nutzen.
- **Phase 3: Reife**
Schließlich geben die Nutzer Geld in Apps aus, und gleichzeitig finden App-Entwickler bessere Wege zur Monetisierung. Dies führt zu schnellem Wachstum der Ausgaben, nicht nur im App Store, sondern auch bei In-App-Anzeigenausgaben und im M-Commerce (die letzteren beiden werden in diesem Bericht nicht behandelt).

Der Weg eines App-Markts zur Reife



App-Downloads erreichen 2022 weltweit 258,2 Mrd. Verbraucherausgaben in den App Stores 156,5 Mrd. USD

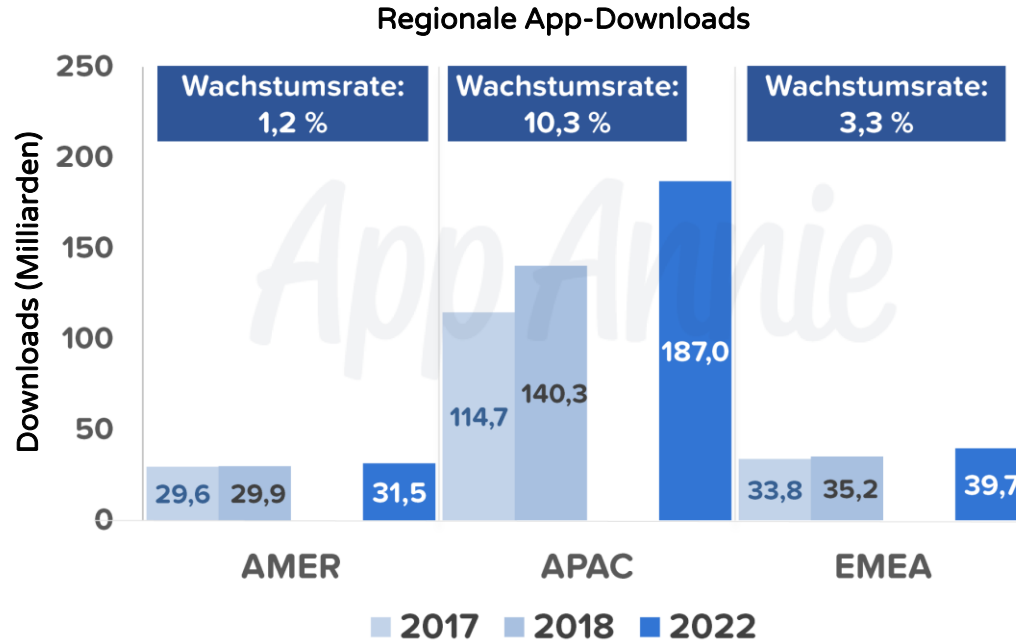


Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert Downloads beinhalten nur die Erstinstallationen; ohne wiederholte Installationen Bruttoausgaben inkl. App Store-Gebühren

- Downloadwachstum wird durch dramatischen Anstieg der Smartphone-Installationsbasis von 3,9 Mrd. in 2017 auf 6,1 Mrd. in 2022 befeuert. Smartphone-Erstkäufer in neuen Märkten stehen an der Spitze dieses Wachstums.
- Wachstum der Verbraucherausgaben resultiert aus schnell wachsender Installationsbasis und aus steigenden Ausgaben pro Gerät in reiferen Märkten.

Eine vollständige Aufstellung der Prognosedaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Weltweite App-Downloads wachsen bis 2022 um 45 % auf 258,2 Mrd.



Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert
Downloads beinhalten nur die Erstinstallationen; ohne wiederholte Installationen

Wachstum auf dem amerikanischen Kontinent wird von großen neuen Märkten wie Brasilien angetrieben. Das Gesamtwachstum in der Region wird jedoch durch den reifen US-Markt gedämpft, der sich zunehmend in der zuvor beschriebenen Expansionsphase befindet.

APAC wird die am schnellsten wachsende Region. Märkte wie Indien, Indonesien und Vietnam sowie kleinere Städte und ländliche Regionen in China stecken noch tief in der Experimentierphase der Marktreife. Insgesamt erwarten wir ein massives Downloadwachstum bis 2022.

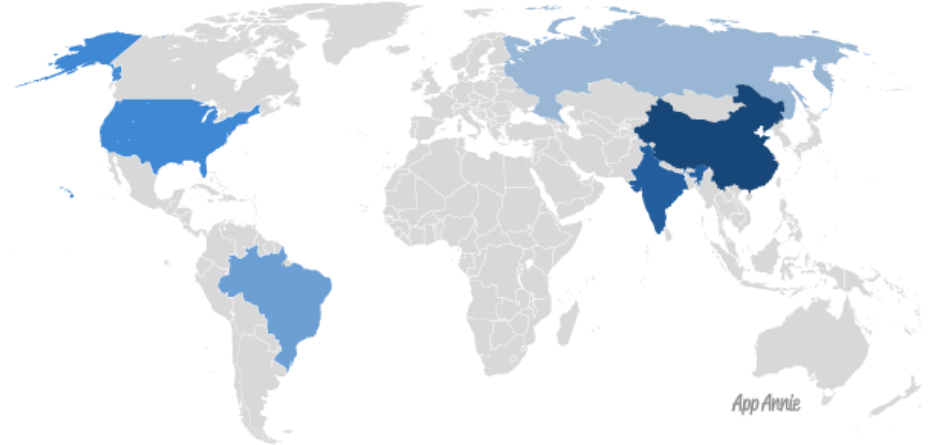
Beim Downloadwachstum in der EMEA-Region liegen neue und schnell wachsende Märkte wie Ägypten, die Ukraine und Polen an der Spitze. Russland, ein großer Markt an der Schwelle zur Expansionsphase, erlebt weiterhin starkes Downloadwachstum.

Weitere Zeiträume regionaler Downloaddaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

China bleibt bis 2022 der größte Markt bei den App-Downloads

Top-Länder nach Downloads (in Milliarden) im Jahr 2022

Rang	Land	2017	2022	Änderung ggü. 2017
1	 China	79,3	119,5	51 %
2	 Indien	12,1	37,2	208 %
3	 USA	11,3	10,3	-9 %
4	 Brasilien	6,3	8,4	34 %
5	 Russland	4,3	6,8	55 %



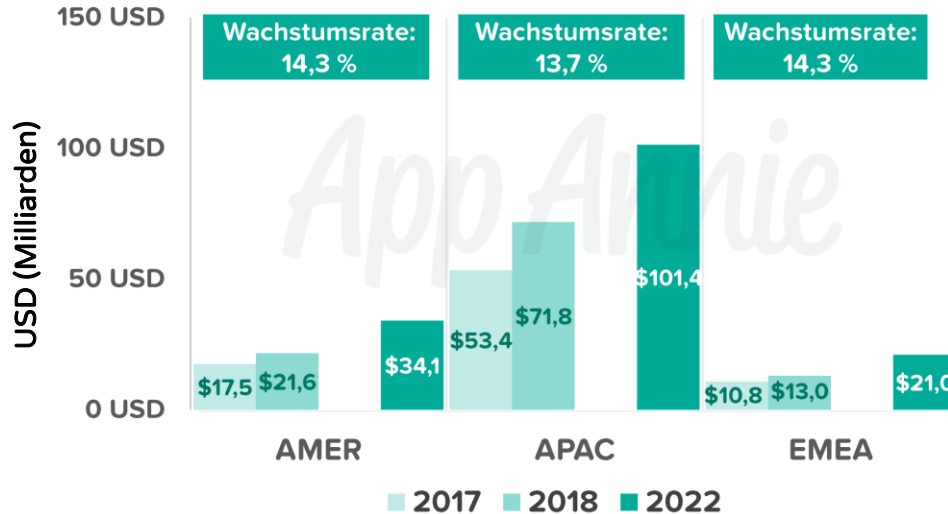
Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert

- China bleibt bei den Downloads der Markt Nr. 1. In Indien setzt sich das explosive Wachstum aufgrund der enormen Einwohnerzahl fort. Die Smartphone-Akzeptanz wird begünstigt durch vermehrten Zugang zu erschwinglichen Android-Geräten und den Ausbau des subventionierten [4G-Netzes](#).
- In den reiferen Märkten der USA und Japans werden sich die jährlichen Downloads bis 2022 stabilisieren. Absolute Downloadzahlen bleiben in den USA und Japan bis 2022 mit durchschnittlich 21 bzw. 15 Apps pro Gerät auf hohem Niveau. Angesichts erhöhter App-Verfügbarkeit und selteneren Downloads müssen Publisher für jeden neu zu akquirierenden Nutzer mehr investieren. Wir werden aber im Folgenden noch sehen, dass die rasch wachsenden Ausgaben in diesen Märkten den ROI auf den Lebenszykluswert (LTV) steigern.

Weitere Zeiträume länderspezifischer Downloaddaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Weltweite Verbraucherausgaben in Apps wachsen bis 2022 um 92 % auf 156,5 Mrd. USD

Regionale Verbraucherausgaben



Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert
Bruttoausgaben inkl. App Store-Gebühren
Verbraucherausgaben nur aus App Stores. Nicht enthalten sind Ausgaben aus M-Commerce oder In-App-Anzeigen.

Wachsende Ausgaben pro Gerät in reifen Märkten sind hauptauschlaggebend für das weltweite Wachstum der Ausgaben in den App Stores. Mit zunehmendem Vertrauen in Apps und deren Nutzen steigt bei den Nutzern auch die Bereitschaft, Geld auszugeben.

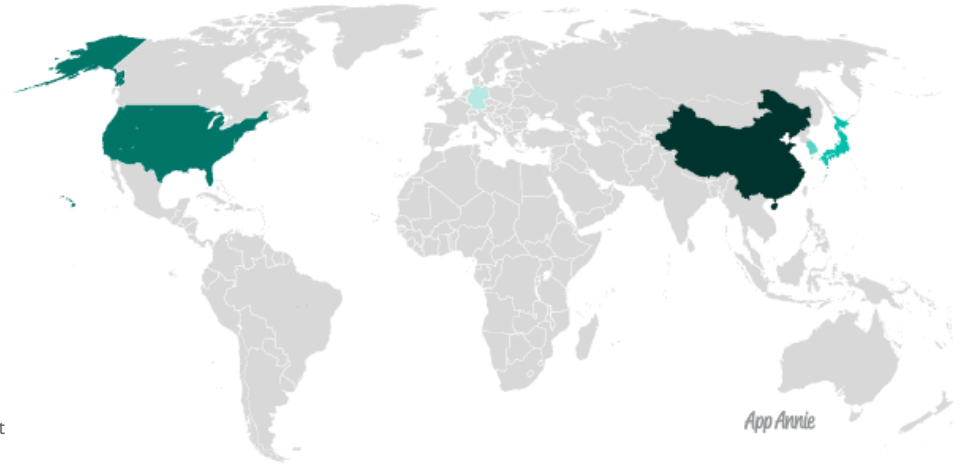
- Führend beim Wachstum pro Gerät in Amerika sind die USA, wo sich die Verbraucherausgaben in App Stores bis 2022 fast verdoppeln werden. Jährliche Ausgaben pro Gerät werden 2022 in den USA 60 USD übersteigen, ein Plus von fast 50 % gegenüber 2017.
- Das schnelle Wachstum in APAC wird von den sehr reifen Märkten Südkorea, Japan und den großen und mittelgroßen Städten Chinas befeuert, die in die Reifephase eintreten, die sich durch schnelles Wachstum der Ausgaben auszeichnet.
- EMEA hat eine Reihe sehr reifer Märkte, darunter Großbritannien, Frankreich und Deutschland. Hier erwarten wir einen starken Anstieg der Ausgaben in den nächsten 5 Jahren.

Weitere Zeiträume regionaler Ausgabendaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Verbraucherausgaben in China, dem weltgrößten App-Markt, verdoppeln sich bis 2022

Top-Länder nach Ausgaben (in Milliarden USD) im Jahr 2022

Rang	Land	2017	2022	Änderung ggü. 2017
1	 China	30,2 USD	62,4 USD	107 %
2	 USA	15,0 USD	29,7 USD	97 %
3	 Japan	13,7 USD	20,9 USD	52 %
4	 Südkorea	3,9 USD	7,9 USD	103 %
5	 Deutschland	1,4 USD	2,7 USD	91 %

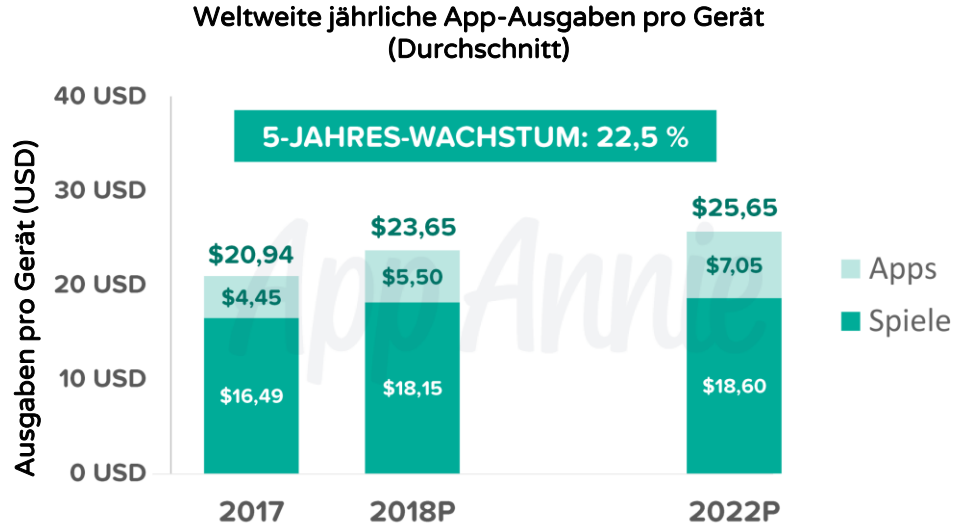


Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert

- Reifere Märkte wie die USA, Japan und Südkorea erleben schnelles Wachstum bei den Verbraucherausgaben, da sie in die Reifephase eintreten. [Bargeld-affine](#) deutsche Verbraucher werden digitale Käufe zunehmend akzeptieren, und Deutschland wird bis 2022 im Ranking nach Verbraucherausgaben von Rang 7 im Jahr 2017 auf Rang 5 klettern.
- In großen neuen Märkten wie Indien erwarten wir, dass die Ausgabenbereitschaft für digitale Produkte [wachsen wird](#). Allerdings bleiben reife Märkte mit hohen Einkommen, z. B. die USA, Japan sowie die großen und mittelgroßen Städte in China bei den App Store-Ausgaben an der Spitze.

Weitere Zeiträume länderspezifischer Ausgabendaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Durchschnittliche App-Ausgaben pro Gerät wachsen bis 2022 um 23 %



Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert

- Der Mobilsektor vergrößert weiter seinen Marktanteil, und bis 2022 erreichen die durchschnittlichen App-Ausgaben pro Gerät **25,65 USD**. Gleichzeitig wächst die globale Smartphone- und Tablet-Installationsbasis um 56,4 % – von 3,9 Mrd. 2017 auf 6,1 Mrd. 2022. Beides zusammen befeuert insgesamt das Wachstum der Verbraucherausgaben für Apps.

Jährliche Ausgaben pro Gerät übersteigen bis 2022 in Japan 140 USD. Dies ist fast das Sechsfache des globalen Durchschnitts und mit Abstand der höchste Wert weltweit.

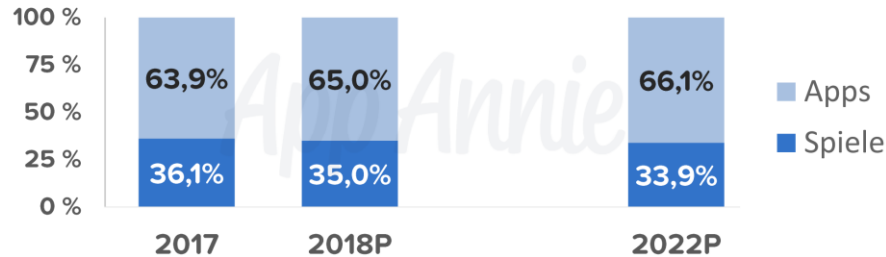
Die Smartphone-Durchdringung wird in den nächsten Jahren [in neuen Märkten zunehmen](#), dank [erschwinglicherer Geräte](#) und Initiativen wie [Android Go](#) und [Facebook Connectivity](#).

- Neue Nutzer werden durchschnittlich weniger App Store-Ausgaben tätigen, bieten Publishern aber gute Möglichkeiten über In-App-Anzeigen und M-Commerce sowie hinsichtlich der Markentreue.

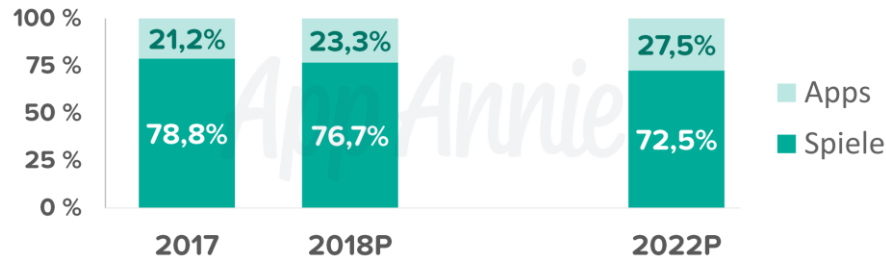
Eine vollständige Aufstellung der Prognosedaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Spiele machen auch 2022 den Löwenanteil der App-Ausgaben aus, doch Apps außerhalb der Spiele machen Boden gut

Weltweiter Download-Mix: Spiele und Apps



Weltweiter Verbraucherausgaben-Mix: Spiele und Apps



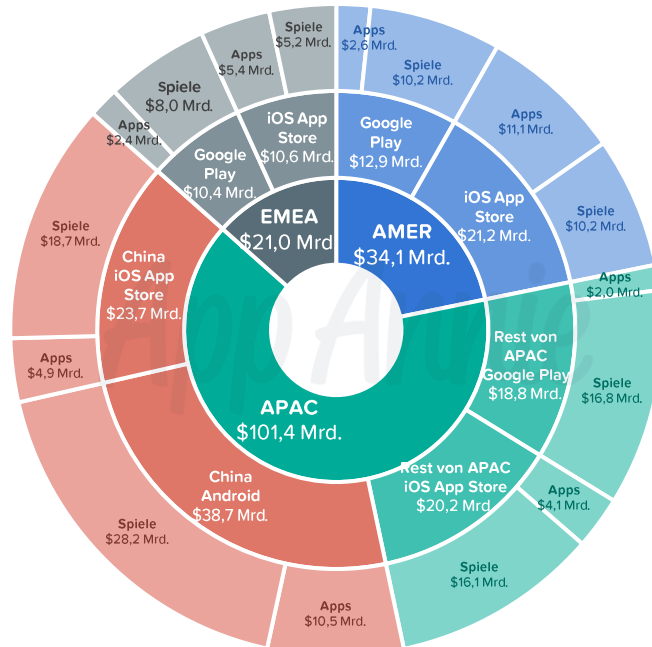
Hinweis: iOS App Store, Google Play und Drittanbieter-Stores für Android kombiniert

- In der Experimentierphase der App-Reife bereiten Spiele häufig den Boden. Mit der Zeit wachsen dann die Möglichkeiten für Publisher aus anderen Branchen, sodass sie mehr in den Mobilsektor investieren.
- In den nächsten 5 Jahren werden Apps außerhalb der Spielekategorie einen wachsenden Anteil der Verbraucherausgaben in App Stores verbuchen. Von 2017 bis 2022 steigen die App-Ausgaben (ohne Spiele) um 75 Mrd. USD.
- Umsätze aus Abonnements tragen zum Wachstum bei, da Publisher von Dating-, Musik- und Videostreaming-Apps dieses Modell verbreitet einsetzen. Tatsächlich hatten 2017 schon 8 der 10 umsatzstärksten Apps (ohne Spiele) Abonnement-Optionen implementiert.

Regionale Schätzungen zu Spielen und Apps finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

App-Strategie für 2022 entwickeln

App Store-Verbraucherausgaben 2022



Hinweis: Bruttoausgaben inkl. App Store-Gebühren

2022 werden sich die App-Märkte der Welt noch immer in verschiedenen Phasen der Reife befinden. Für maximalen Erfolg müssen Publisher diese Unterschiede berücksichtigen und ihre Strategie für jeden Markt entsprechend optimieren.

- In reifenden und zunehmend wettbewerbsfähigen Märkten müssen Publisher mit Produktinnovationen und Investitionen in organische und bezahlte Installationen für neue Downloads sorgen. Hierfür sind voraussichtlich neue Ansätze bei der Nutzerakquise erforderlich. Wachsende Ausgaben pro Nutzer sollten ROI und Lebenszykluswert der Kunden erhöhen.
- In neuen Märkten sind aufgrund hoher Downloadzahlen und begrenzter direkter Ausgaben alternative Strategien nötig, die eine große Nutzerbasis effektiver ansprechen. In-App-Anzeigen sind ein naheliegendes Modell, doch eine weit verbreitete App in diesen Märkten kann auch ein Segen für Markenbewusstsein und -treue sein.
- Bis 2022 entfallen auf APAC 64,8 % der App Store-Ausgaben und 72,4 % der globalen Downloads. Über die Hälfte davon kommt alleine aus China. Lokale Publisher sind stark in APAC, und angesichts der riesigen Möglichkeiten können effektive Lokalisierung und gezielte lokale Partnerschaften internationalen Publishern zum Durchbruch verhelfen.

Eine vollständige Aufstellung der Prognosedaten finden Sie [hier](#) in unserem „Anhang: Prognosedaten“

Weitere Analysen zum App-Markt herunterladen:

- [Jahresrückblick 2017: Ein denkwürdiges Jahr für den App-Markt](#)
- [Die Top 10-Prognosen für die App-Branche im Jahr 2018](#)
- [Darum ist eine App wichtig für Ihre Mobile-Strategie](#)
- [Mobile Gaming baut Führung weiter aus: Gaming Spotlight, Rückblick 2017](#)
- [Neuer App-Nutzungsbericht: Wie viele Apps installieren die Nutzer pro Monat?](#)

Bringen Sie Ihr Unternehmen gemeinsam mit dem Markt-führer im Bereich der App-Marktdaten und -Analysen voran

- **App Annie Intelligence**
App Annie Intelligence bietet präzise Daten über den App-Markt und Insights für Millionen von Apps weltweit.
[Jetzt kostenlos registrieren](#)
- **App Annie Connect**
App Annie Connect bietet Ihnen eine umfassende Übersicht zur Performance Ihrer App. Konsolidieren Sie alle Ihre App Store-, Nutzungs- und Anzeigen-Daten in einem vereinheitlichten Dashboard.
[Jetzt kostenlos registrieren](#)

Über App Annie

App Annie stellt vertrauenswürdige App-Marktdaten und Insights bereit, die Unternehmen dabei helfen, sich erfolgreich auf dem globalen App-Markt zu positionieren. Mehr als 1 Million registrierte Nutzer 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 Sequoia Capital, Institutional Venture Partners, IDG Capital Partners, e.Ventures, Greenspring Associates und Greycroft Partners erhalten.

Weitere Informationen finden Sie unter appannie.com/de, in unserem [Insights-Blog](#) und auf Twitter ([@AppAnnieDE](#)). Weitere Informationen zu unseren Angeboten finden Sie auf der [App Annie Plattform](#). Die aktuellsten Monats-Rankings für Apps und Publisher finden Sie im [App Annie Index](#). Informationen zur Berichtsmethodik sowie Aktualisierungen finden Sie [hier](#).