

## **Das kostet ein App Store Spitzenplatz! Trademob veröffentlicht Cost-Per-Install für Boost-Kampagnen im Ländervergleich**

- **Boost-Effekt: Organischer Downloadgewinn bei Gaming Apps am höchsten**
- **CPI-Vergleich: US-Markt am teuersten, europäische App Stores holen auf**
- **Top 10 Charts 2012 vs. 2011: Der Wettbewerb wird härter**

Berlin 28.05.2013, Trademob, die führende Plattform für datengetriebenes Mobile App Marketing, veröffentlicht erstmals eine Cost-Per-Install (CPI) Übersicht, die zeigt, wie viel Werbetreibende durchschnittlich für einen App Store Spitzenplatz investieren müssen.

### **2 für 1: So funktioniert der Boost-Effekt**

Für einen Spitzenplatz in Apples App Store muss eine App innerhalb von 72 Stunden in hoher Anzahl heruntergeladen werden. Über den Einkauf von Downloads ist es möglich, die App für eine bestimmte Zeit auf eine Top-Position in den Ranking Charts zu bringen. Es entsteht der Boost-Effekt: Die App wird für viele Nutzer sichtbar, die Anzahl der sogenannten organischen und somit kostenlosen Downloads steigt. Dabei haben die Downloads der letzten 24 Stunden den stärksten Einfluss auf die Ranking-Position. Trademobs Analysen zeigen, dass Werbetreibende von Gaming Apps innerhalb der ersten drei Tage der Boost-Kampagne pro gekauftem Download durchschnittlich einen zusätzlichen organischen Download gewinnen. Non-Gaming Apps generieren bei einem gekauften Download in den ersten drei Tagen des Boosts im Durchschnitt 0,65 weitere kostenlose, organische Downloads. Je nach Genre, bereits bestehender Nutzerbasis, Qualität und Popularität verweilen Apps nach dem Boost unterschiedlich lang auf den oberen Ranking-Plätzen. So kann sich die Anzahl der organischen Downloads weiter erhöhen und bei einigen Kampagnen beispielsweise das Zehnfache an gekauften Downloads erreichen.

### **CPI für Boost-Kampagnen im deutschen App Store**

Der durchschnittliche CPI bei Boost-Kampagnen für Gaming Apps ist in den untersuchten App Stores der verschiedenen Länder niedriger als für Non-Gaming Apps (Infos zur Methodik siehe unten). In Deutschland müssen Werbetreibende von Gaming Apps im Durchschnitt 0,45 € pro Download investieren. Gekaufte Downloads für Non-Gaming Apps hingegen liegen bei durchschnittlich 0,80 € pro Download. Berechnet man die organischen Downloads mit ein, halbiert sich der Preis bei Gaming Apps und der effektive CPI beträgt damit 0,20 €. Bei Non-Gaming Apps reduzieren sich die Kosten pro Download durchschnittlich um 40 Prozent und liegen in Deutschland bei 0,45 €.

## **Platzierung in den Top 10: Wettbewerb in den App Stores wird stärker**

Die CPI-Übersicht zeigt, dass der US App Store im Vergleich zu den europäischen App Stores mit Abstand die höchsten Kosten pro Download aufweist. Die benötigte Anzahl von 80.000 Downloads für eine Platzierung in den Top 10 ist zwar im Vergleich 2011/2012 nicht gestiegen, jedoch müssen App-Vermarkter in US im direkten Vergleich mit den europäischen App Stores weitaus mehr Budget für einen App Boost einplanen. Der Vergleich der benötigten Download-Zahlen 2011 zu 2012 zeigt ebenso, dass sich der deutsche App Markt rasant entwickelt. Werbetreibende benötigten Ende 2011 im Durchschnitt 12.000 Downloads für eine Platzierung in den Top 10. Ende 2012 hingegen stieg die benötigte Downloadmenge hierfür um circa 25 Prozent (15.000 Downloads) an. Der Wettbewerb um die besten Plätze wird härter.\*

„Eine erfolgreiche Boost-Kampagne beruht immer auf der richtigen Mischung von verschiedenen Werbeformaten und Trafficquellen. Das kann eine Kombination aus Display Anzeigen, Discovery Apps oder gar Offline-Formate wie TV-Spots sein. Mit einer klugen Verteilung des Budgets auf die relevanten Kanäle und einem guten Timing ist es trotz des gestiegenen Wettbewerbs möglich, einen Spitzenplatz zu günstigen Konditionen zu erreichen“, so Ravi Kamran, CEO von Trademob.

## **Zur Methodik**

Trademob analysierte die Daten von 72 internationalen Boost-Kampagnen in einem Zeitraum von acht Monaten (08.12-03.13). Die Infografik gibt einen Überblick über die aktuellen CPI in den App Stores sowie über die effektiven Kosten pro Download, in denen die durch den Boost gewonnenen organischen Downloads mit einberechnet sind. Je nach Genre, bestehender Nutzerbasis, Popularität, Qualität und Wochentag können die Preise abweichen. Zudem verrät Trademob, wie viele Downloads Werbetreibende für eine Platzierung ihrer App in den Top 10 benötigen. Die angegebenen durchschnittlichen Preise pro gekauften Download gelten ausschließlich für Boost-Kampagnen. CPI für langfristige Display-Kampagnen weichen davon ab.

\* Quelle für die Zahlen 2011: [http://www.distimo.com/blog/2011\\_12\\_quora-answering-series-download-volume-needed-to-hit-the-top-charts/](http://www.distimo.com/blog/2011_12_quora-answering-series-download-volume-needed-to-hit-the-top-charts/)

## **Über Trademob**

Die Trademob GmbH ist Europas führende Plattform für Mobile App Marketing. Das

international expandierende Unternehmen aus Berlin bietet Werbetreibenden von iOS- und Android-Apps eine innovative Technologie, die weltweit die Anzahl der App-Nutzer, den mobilen Umsatz und das App Store-Ranking steigert. Das Herzstück der Plattform ist die eigens entwickelte Tracking-Technologie, die erzielte Klicks, Downloads und alle In-App-Aktionen von mobilen Werbekampagnen genau erfasst. Über die Plattform haben Werbetreibende Zugang zu über 100 angeschlossenen Werbenetzwerken (wie zum Beispiel Google Adwords) und erreichen über eine halbe Milliarde Smartphone- und Tablet-Nutzer. Die gewonnenen Kampagnendaten bilden die Basis für ein umfassendes Targeting, das weltweit die profitabelsten Quellen für jede einzelne Kampagne aggregiert.

Die Trademob GmbH wurde im August 2010 von Ravi Kamran gegründet. Zusammen mit Alexander Franke und Florian Lutz bildet er das Management-Team. Namhafte Unternehmen wie eBay Kleinanzeigen und Universal Music gehören zu den Kunden von Trademob. Nach starkem Wachstum zählt das Unternehmen mit Büros in Berlin, London, San Francisco und Paris heute bereits über 100 Mitarbeiter.

### **Kontakt Unternehmen:**

Anna Lisa Hülpüsch

Trademob GmbH

Friedrichstraße 126

D-10117 Berlin

E-Mail: [ah@trademob.com](mailto:ah@trademob.com)

Tel: +49-30-202 15 75 20

Fax: +49-30-202 15 75 29

Website: [www.trademob.com](http://www.trademob.com)