

MEDIENINFORMATION

**Kenshoo präsentiert neue Mobile App Advertising Trends:
Werbeausgaben für mobile Werbung wachsen weiter**

Vorjahresvergleich zeigt: Höhere Anzahl an App-Installationen und mehr Impressions, allerdings sinkt die Klickrate und die Klickkosten steigen

München, 14. September 2015__ Mobilgeräte gehören mittlerweile zum Alltag der Deutschen – rund 34,5 Millionen und damit fast die Hälfte der deutschsprachigen Wohnbevölkerung nutzt das mobile Internet. Für Werbetreibende wird Mobile Marketing dadurch eine immer wichtigere Marketing-Disziplin. Weil besonders mobile App-Werbung über soziale Medien zunehmend in den Fokus rückt, ist es nicht verwunderlich, dass die Branche ein enormes Wachstum erfahren hat. Im Vorfeld der diesjährigen dmexco am kommenden Mittwoch, 16. September, und Donnerstag, 17. September, stellt Kenshoo, weltweiter Marktführer für agiles Marketing, aktuelle Ergebnisse und Trends rund um mobile App-Werbung ([Mobile App Advertising Trends, Q2/2015](#)) vor.

Demnach setzen immer mehr Werbetreibende auf mobile Werbung – im Vergleich zum Vorjahr schossen die Werbeausgaben im zweiten Quartal 2015 um 293 % in die Höhe. Auch die Impressions stiegen im Quartalsvergleich um 295 %; die Zahl der App-Installationen nahm um stolze 346 % zu. Das sind nur drei zentrale Ergebnisse der [neuen Studie](#).

Wie aber haben sich die zentralen KPIs für mobile Werbung im zweiten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?

Impressions	Klicks	Werbeausgaben	App-Installationen	Kosten pro Installation
+ 295 %	+ 237 %	+ 293 %	+ 346 %	- 12 %

CPM	CPC (Klickkosten)	CTR (Klickrate)	Click-to-Install-Rate
- 1 %	+ 16 %	- 15 %	+ 32 %

Die wichtigsten Erkenntnisse auf einen Blick:

- **Ausgaben für mobile Werbung weiter auf Wachstumskurs:** Zunehmend höhere Anteile der digitalen Werbebudgets werden fürs Mobile App-Marketing

aufgewendet: In Q2/2015 stiegen die Investitionen im Vergleich zum Vorjahr um 293 %.

- **Schmelzender CPI-Vorsprung:** Der Abstand in den Kosten pro Installation (CPI) zwischen iOS- und Android-Geräten hat sich im Jahr 2015 beachtlich verkleinert, da inzwischen sehr viel mehr Entwickler auf den Markt drängen.
- **Werbung für Gaming-Apps kostet mehr:** Im thematischen Vergleich liegen die CPI für Gaming-Angebote auch in Q2/2015 über denen allgemeiner Verbraucher-Apps und sonstiger Anwendungen. Allerdings werden Gaming-Apps auch eher installiert als Verbraucher-Apps.
- **Höhere CPCs:** Die Kosten-pro-Klick (CPC) für mobile Werbung stiegen im zweiten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 16 %.
- **Sinkende Klickrate:** Insgesamt ist die Klickrate (CTR) auf mobile Werbung in Q2/2015 im Vergleich zum Vorjahr um 15 % gesunken; im direkten Vergleich lag die CTR für Android dennoch über der für iOS. Oder anders: Anzeigen auf Android-Geräten führen eher zu Engagement – allerdings verringert sich dieser Vorsprung zunehmend.
- **Jeder dritte Klick führt zur Installation:** Hat ein User erst einmal auf eine Anzeige geklickt, führt knapp einer dieser Klicks zur tatsächlichen Installation der App. Hier lagen Android und iOS-User in Q2/2015 gleich auf.

Mobile App Advertising Trends im regionalen Vergleich

Ein Blick auf die Gesamtausgaben für ausgewählte Länder zeigt, dass die USA noch immer den größten Teil dieser zielgerichteten Investitionen ausmachen. Die ersten vier Länder auf der Liste sind allesamt englischsprachige Länder – USA, Großbritannien, Australien und Kanada. Erst am Tabellenende folgt Deutschland. Die „großen Vier“ der englischsprachigen Länder sind nicht nur die Stärksten in Sachen Gesamtwerbeausgaben, sie kosten ebenfalls mehr pro Klick (CPC) als Deutschland und Frankreich.

Wie bei vielen Marketing-Programmen müssen Werbetreibende herausfinden, was das Beste für sie ist. Vieles hängt von der richtigen Definition ihrer Leistungskennzahlen ab, vom Wissen, welche Gebotsarten für sie die erfolgreichsten sind und von der internen Strategieplanung für jede einzelne Zielgruppe, die sie ansprechen möchten. Die Kenshoo Infinity Suite™ bietet Werbetreibenden alle notwendigen Lösungen, um (mobile) Kampagnen bedarfsgerecht zu erstellen, auszurichten, zu optimieren und zu verwalten – darunter Adquant by Kenshoo, das aktuell beste Angebot für mobile App-Marketing.

Den vollständigen Report gibt es [hier](#) zum Download.

Datenerhebung & Methodik

Für die vorliegende Studie von Kenshoo wurden die Daten von Werbetreibenden aggregiert, die mit Adquant by Kenshoo arbeiten und sich ausschließlich auf Mobile konzentrieren. Als Kenngröße für die Konversion wurde die Installation einer App definiert. Das der Studie zugrunde liegende Datenset umfasst ein Volumen an Werbeausgaben von mehr als 40 Millionen US-Dollar sowie über 25 Millionen App-Installationen in mehr als 100 Ländern weltweit.

Über Kenshoo: Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter einer Lösung für agiles Marketing. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über die Infinity Suite™ von Kenshoo durch Search, Social, Mobile und Display Advertising jährlich mehr als 300 Milliarden US-Dollar Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo ist der einzige Facebook Marketing-Partner mit nativen Werbeanzeigen-API-Lösungen für Facebook, Facebook Exchange, Instagram, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Gemini, Yahoo Japan, Bing und Baidu. Digitale Marketing-Kampagnen in mehr als 190 Ländern für nahezu die Hälfte der Fortune 50-Unternehmen und die 10 weltweit führenden Werbeagentur-Netzwerke profitieren von Kenshoo. Zu den Kunden von Kenshoo zählen Accor, GroupM, Havas Media, John Lewis und Tesco. Kenshoo verfügt über 27 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance, Tenaya Capital und Bain Capital Ventures gestützt. Weitere Informationen unter www.kenshoo.com

Die Marke Kenshoo und Produktnamen sind eingetragene Handelsmarken von Kenshoo Ltd. Andere Firmen- und Markennamen sind geschützte Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.