

# Apps erfolgreich verkaufen

Vermarktungsstrategien für Apps auf iPhone, iPad, Android und Co.

Bearbeitet von  
Josef Mayerhofer

1. Auflage 2012. Buch. X, 335 S.  
ISBN 978 3 446 43028 0  
Format (B x L): 20 x 24,6 cm  
Gewicht: 829 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > E-Commerce, E-Business, E-Marketing](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# HANSER



Vorwort

Josef Mayerhofer

Apps erfolgreich verkaufen

Vermarktungsstrategien für Apps auf iPhone, iPad, Android und Co.

ISBN: 978-3-446-43028-0

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-43028-0>

sowie im Buchhandel.

# Vorwort

Ich war 15 Jahre alt, als ich meine erste App installierte: das Spiel Slay, auf meinem neuen Casio Cassiopeia EM-500 – einem Pocket PC der ersten Stunde –, den ich mir von meinem ersten selbstverdienten Geld gekauft hatte. Schon damals war ich fasziniert davon, in einem so kleinen Gerät fast mein gesamtes Leben mit mir herumzutragen. Ich trug meine Hausaufgaben in den Kalender ein, überblickte meine Ausgaben in einer eigenen Taschengeld-Tabelle und zeigte meinen Freunden Bilder von der letzten Party. Laptops wogen zu dieser Zeit eine gefühlte Tonne, und an Smartphones war noch gar nicht zu denken. Man war froh, wenn man Snake auf seinem Nokia-Handy spielen konnte. Auch für meinen sauer verdienten Pocket PC gab es noch nicht sehr viele Angebote. Ich kann ungelogen behaupten, fast jede App besessen zu haben, die für mein Gerät geeignet war. Es gab noch nicht sehr viele Angebote, und der Markt für manche Pocket PCs war lächerlich klein im Vergleich zu den Massen, die sich heute alleine am Launch-Tag eines neuen iPhones vor den Apple Stores weltweit tummeln.

Und trotzdem deutete sich damals schon etwas an, was heute Realität ist: Software ist mobil geworden, günstig und hochspezialisiert. „There’s an app for that“, der markenrechtlich geschützte Slogan von Apple, trifft tatsächlich zu. Egal, ob ich die Kalorienexplosion meiner letzten Grillorgie zählen möchte oder auch die mit dem Dienstwagen zurückgelegten Wege: Im jeweiligen App-Store zu meinem Gerät werde ich fündig.

Heute bin ich noch immer mindestens so fasziniert von dieser Möglichkeit wie damals als verpickelter Pubertierender, der seine Klassenkameraden mit einem genialen Gadget beeindrucken wollte. Als Entwickler von Apps sind Sie vielleicht kein Gott in Weiß; Sie forschen nicht an einem Heilmittel gegen Malaria und Sie erfinden auch nicht den sauberen Treibstoff der Zukunft. Aber Sie schaffen mit Ihren kleinen Programmen eine Lösung für ein kniffliges Problem, beheben eine lästige Alltagsorge oder unterhalten die Menschen mit einer völlig sinnfreien, aber lustigen Fotospielerei. Weil Sie uns täglich bei den kleinen Problemen des Lebens helfen, will ich im Gegenzug Sie bei Ihrer Arbeit unterstützen: Ich möchte Ihnen zeigen, wie man seine App von vornherein mit den besten Eigenschaften entwickelt, sie strategisch vermarktet und am Ende erfolgreich verkauft.

Hoffentlich werden Sie genauso wie ich von den unbegrenzten Möglichkeiten des App-Marketings begeistert sein. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!

## ■ Danksagung

Für meine Frau Rebecca, die mir rund um die Uhr mit konzeptionellem Rat, wertvollem Feedback und dem manchmal nötigen Tritt in den Hintern zur Seite stand. Und sie hat mich in den Monaten, in denen dieses Buch entstand, ertragen.

*Josef Mayerhofer*

*Im Januar 2012*

## ■ Anmerkungen

Bevor Sie sich in die Lektüre vertiefen, möchte ich Ihnen noch ein paar Dinge zur Ausrichtung dieses Buchs sagen.

Im Laufe der nächsten Kapitel werden Sie oft auf Worte wie Entwickler, Programmierer oder Designer stoßen. Aus Gründen der Lesefreundlichkeit verwende ich bei allen Berufsbezeichnungen das generische Maskulinum. Obwohl die IT-Branche tatsächlich männlich dominiert ist, gibt es natürlich eine große Anzahl talentierter Entwicklerinnen, die mit ihren Apps auch sehr erfolgreich sind. Einige von ihnen werden Sie in den Beispielen und Fallstudien kennenlernen.

Dieses Buch richtet sich an einzelne Developer und Indie-Entwicklungsfirmen, aber auch an größere App-Unternehmen. Manche meiner Ratschläge könnten für einen unabhängigen Entwickler in der Summe aus zeitlichen oder finanziellen Gründen schwerer umzusetzen sein. Im letzten Kapitel gebe ich aber auch eine kleine Übersicht über verschiedene Outsourcing-Möglichkeiten. Gehen Sie also auch als einzelner Entwickler positiv an alle Aufgabenbereiche heran – Hilfe ist zum Greifen nah.

Bevor Sie sich wunde Finger vom Abschreiben holen: Alle Links in diesem Buch sind auch auf der Website zu diesem Buch aufgelistet, Sie müssen also nur den folgenden Link abtippen:

*[www.appstoreeconomy.com/links](http://www.appstoreeconomy.com/links)*

Dort finden Sie diese und laufend aktualisierte Website-Verweise.

Meine Ratschläge zum erfolgreichen App-Marketing folgen dem heutigen Wissensstand. Ich habe bewusst vermieden, waghalsige Prognosen über die Zukunft der App-Stores aufzustellen oder Sie mit ungesicherten Informationen und Gerüchten zu verwirren. Gott sei Dank sind einige der wichtigsten Strategien zum App-Erfolg im Kern sowieso schon weit über hundert Jahre alt, basieren auf den Grundbedürfnissen des Menschen sowie den Gesetzen des freien Marktes und gelten daher als zeitlose Klassiker. Als gutes Trendbarometer empfehle ich Ihnen zusätzlich die regelmäßige Lektüre von einschlägigen Technik-Blogs. Dort gibt es zwar immer wieder die ein oder andere Nachrichten-Ente – doch Sie bleiben immer auf dem neuesten Stand.