

WirtschaftsWoche

App-Nutzung Das sind die Lieblings-Apps der Deutschen Das Smartphone ist für die meisten Altersgruppen in Deutschland nicht aus dem Alltag wegzudenken. Eine Studie zur App-Nutzung enthüllt, welche Apps am häufigsten genutzt werden.



Das Smartphone ist für die meisten Deutschen ein ständiger Begleiter. Foto: Elisa Schu/dpa/dpa-tmn

Wer in [Deutschland](#) arbeitet, nutzt ein Smartphone: Einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom zufolge ist diese Aussage nahezu unumschränkt gültig. In den Altersgruppen von 16 bis 64 Jahren liegt die Durchdringung bei nahezu 100 Prozent – in der Altersgruppe darüber ist es dagegen nur jede und jeder Zweite. Entsprechend viel sagt die Wahl der Apps über die Lebensrealität der Menschen in Deutschland aus. Seit dem letzten Jahr hat sich hier etwas verschoben.

Für die WirtschaftsWoche haben die Marktforscher von Innofact exklusiv ausgewertet, welche Apps die Menschen hierzulande nutzen. Neben der reinen Nutzung fließen auch andere Faktoren wie Alltagsrelevanz, Design oder Datenschutz in das Ranking ein.

Taucht man in die Daten ein und [vergleicht sie mit dem Vorjahr 2025](#), so fällt auf, dass kein einziger Vertreter der letztjährigen Spitzenbranche es 2026 in die Top 10 geschafft hat. Müsste man dem Trendwechsel ein Motto aufdrücken, so hieße es wohl: Sparen statt Shopping. Statt Banken und Finanzdienstleistern wird die Spitzengruppe 2026 von Loyalty-Apps wie [Payback](#) oder den anbieterspezifischen Angeboten von [Rewe](#), [Lidl](#) und Co. dominiert – das sind 7 von 10 (und 8 von 11). Wenngleich die Inflation in Deutschland weit unter dem Niveau der vergangenen Jahre liegt, scheinen die Bürger beim Einkauf weiterhin preissensibel zu sein. Die drei einzigen Ausreißer sind der Praxisfinder Doctolib, die Telekom-App MeinMagenta und ShopApotheke.



Foto: WirtschaftsWoche

Basisdienstleistungen vor Luxus

Die Übermacht der auf Nahrungsmittel ausgerichteten Apps hält sich auch im Rest der Liste. Während die anderen Kategorien wie Bildung, Kommunikation oder Versicherungen sich in einer bunten Mischung auf den Plätzen abwechseln, ist die Häufung bei den Spar-Apps auffällig. Auch innerhalb dieser Gruppe zeigt sich dieses Muster. Zwar gehören auch Lieferdienste wie [Uber](#) Eats, Lieferando und Flink in diese Kategorie, diese Apps finden sich dann aber ausnahmsweise auf den hinteren Plätzen.

Innerhalb der anderen Kategorien ist die Reihenfolge weniger auffällig. Dass die Telekom und Vodafone die Telekommunikations-Apps als größte Mobilfunkanbieter des Landes dominieren, scheint zwangsläufig. Gleiches gilt für den DB Navigator als ersten Anlaufpunkt für die ÖPNV-Nutzung auf Platz 19 und [Uber](#) auf Platz 24 als das Pendant für Taxivermittlung.

Als Überraschung könnte man in den Top 30 noch am ehesten die Schul-App Anton bezeichnen, die Schulkindern das Lernen erleichtern soll. Das einzige auf Lifestyle ausgerichtete Angebot in der Gruppe ist auf Platz 27 die Lauf-App [Adidas](#) Running (früher Runtastic). Das ist auch an sich erstaunlich, da in der öffentlichen Wahrnehmung – und vor allem auf Social Media – Konkurrenten wie Strava viel präsenter sind. In den von InnoFact gelisteten Apps kommt diese aber gar nicht vor, stattdessen immerhin die App des bekannten Tracker-Anbieters Garmin auf Rang 37.

Business first

Auch der Blick in die einzelnen Wertungskategorien bringt einige interessante Einblicke hervor – insbesondere für die Spar-App-Spitzengruppe. Während die bereits genannten Apps bei Themen, die direkt mit dem Produktabsatz zusammenhängen – wie Design, Aktualität, Handhabung und Zuverlässigkeit – ganz vorn mitspielen, sind sie beim Thema Datenschutz die absoluten Nachzügler.

Angeführt wird die Kategorie Datensicherheit dagegen von Anton – was mit Blick auf die mehrheitlich minderjährige Nutzerschaft beruhigend sein dürfte. Den Rest der Datenschutz-Top-10 teilen sich Versicherungen und Energieversorger, ebenfalls Branchen, bei denen Sicherheit auch im restlichen Geschäft an allererster Stelle steht.