



ARAG Trend 2018: Deutsche sind begeisterte App-Nutzer

Luft nach oben bei Kunden-Apps und kostenpflichtigen Anwendungen

- WhatsApp, Facebook & Co. sind mit 92,6 Prozent die beliebtesten Messenger-Apps
- 14- bis 29-Jährige bilden mit 97,0 Prozent die größte Nutzer-Gruppe von Apps
- Nur 30,1 Prozent der Deutschen nutzen kostenpflichtige Apps
- 39,4 Prozent der Deutschen nutzen Kunden-Apps, zum Beispiel von Banken oder Versicherungen

Es gibt sie erst seit etwa zehn Jahren und trotzdem kann sich kaum einer vorstellen, wie das Leben ohne sie war. Die Rede ist von Mini-Anwendungen für Mobiltelefone, auch Applications oder kurz Apps genannt. Hierzulande sind Apps sogar so beliebt, dass die Deutschen zu den aktivsten Nutzern in Europa gehören. Im Rahmen ihrer allgemeinen Markt- und Gesellschaftsforschung wollte die ARAG SE genauer wissen, wer welche Anwendung am liebsten nutzt. Gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Kantar TNS wurden dazu 1.000 Deutsche befragt. Das repräsentative Ergebnis: Apps gehören für die ganz große Mehrheit der Deutschen zum Alltag, aber Geld ausgeben wollen sie dafür eher nicht.

Wer nutzt Apps auf welchem Gerät?

Die Zahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland wächst rasant. Laut Statista-Prognosen soll es bis 2022 etwa 65 Millionen deutsche Smartphone-Nutzer geben. Und damit steigt voraussichtlich auch die Nutzung von Apps auf dem Handy enorm an, denn von 80,7 Prozent der Befragten, die überhaupt Gebrauch von Software-Anwendungen machen, nutzen 76,2 Prozent diese mit dem Smartphone. Auf dem Tablet oder Laptop sind es lediglich 42,5 Prozent und nur 24 Prozent der Deutschen nutzen Apps auf ihrem Desktop-Computer. Zu den fleißigsten App-Nutzern gehören die 14- bis 29-Jährigen. In dieser Altersgruppe nutzen 97,0 Prozent Software-Anwendungen. Hier gilt zwar „Je älter, desto weniger Nutzer“, doch auch bei den über 60-jährigen Befragten sind es immerhin noch 61,6 Prozent, die Apps nutzen.

Die Favoriten unter den Anwendungen

Klarer Sieger sind mit 92,6 Prozent so genannte Messenger-Apps, mit denen man zum Beispiel Sprachnachrichten oder Bilder verschicken kann. Dienste wie WhatsApp, Facebook, Instagram & Co. erfreuen sich laut aktueller ARAG Umfrage vor allem bei der jüngeren Generation größter Beliebtheit. So nutzen 98,2 Prozent der 14- bis 29-Jährigen diese Anwendungen, in der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen sind es 96,2 Prozent und selbst bei den über 60-Jährigen nutzen noch 76,9 Prozent der Befragten Messenger-Apps. An zweiter Stelle in der Beliebtheitsskala (86,0 Prozent) stehen Service-Apps, beispielsweise für Wettervorhersagen oder mit Reise- oder Restaurant-Tipps. Im Mittelfeld befinden sich Multimedia- (69,3 Prozent) oder Nachrichten-Apps (62,4 Prozent). Spiele-Apps werden mit 51,4 Prozent nur von jedem zweiten Befragten genutzt. Auch hier ist die Gruppe der jungen Nutzer



bis 29 Jahre mit 61,8 Prozent erwartungsgemäß am stärksten vertreten. Shopping-Apps, zum Beispiel von Amazon oder Zalando, gewähren 44,6 Prozent aller Nutzer per Smartphone oder Tablet Zugriff auf fast alles, was das Konsumentenherz begehrte.

Für Apps bezahlen? Nein danke!

Die meisten Befragten setzen bei Apps auf kostenfreie Angebote (95,7 Prozent) oder nutzen vorinstallierte Programme, die schon auf dem Gerät waren (74,6 Prozent). Mit 30,1 Prozent ist nur jeder Dritte bereit, Geld für Apps auszugeben. Am meisten investieren hier die 30- bis 39-Jährigen, von denen 37,6 Prozent willens sind, für Apps zu zahlen. In der Gruppe der über 60-jährigen Befragten greifen nur noch 18 Prozent für Apps in die Tasche. Übrigens sitzt bei Männern das Geld offenbar lockerer: Während 34 Prozent von ihnen schon einmal für Apps bezahlt haben, sind die Damen mit 25,4 Prozent deutlich zurückhaltender.

Luft nach oben bei Kunden-Apps

Auch bei Kunden-Apps von Unternehmen sind Frauen zurückhaltender als Männer. Während bei ihnen nur 30,0 Prozent Anwendungen beispielsweise der eigenen Bank oder Versicherung nutzen, sind es beim vermeintlich starken Geschlecht 47,1 Prozent. Insgesamt nutzen immerhin schon 39,4 Prozent der Befragten solche Unternehmens-Anwendungen. Aus gutem Grund, denn oft handelt es sich um praktische Helfer: Die [ARAG Gesundheits-App](#) umfasst beispielsweise eine intelligente Übersicht über Arztbesuche, Krankenhausaufenthalte und Medikamente. So erhalten Nutzer schnell eine Antwort auf Fragen wie „Wann war meine letzte Impfung?“ oder „Wie hieß nochmal mein Medikament?“.

Es gibt auch regionale Vorlieben

Nicht nur beim Geschlecht zeigen sich unterschiedliche Nutzerverhalten. Auch regional gibt es durchaus Unterschiede. So gehört in Mecklenburg-Vorpommern die Messenger-App mit bemerkenswerten 99,8 Prozent zu den Lieblingsanwendungen, während der Nordrhein-Westfale ein echter Gamer ist. Spiele-Apps sind hier mit 61,6 Prozent weiter verbreitet als im Landesdurchschnitt. Der Berliner hingegen scheint gerne online zu shoppen: Mehr als jeder zweite Befragte aus der Hauptstadt (58,6 Prozent) nutzt Shopping-Apps.



Ihre Ansprechpartnerin

Brigitta Mehring Konzernkommunikation ARAG SE
Fachpresse/Kunden PR
Telefon: 0211 963-2560 Fax: 0211 963-2025
E-Mail: brigitta.mehring@arag.de www.arag.de

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft bietet sie ihren Kunden in Deutschland auch attraktive, bedarfsoorientierte Produkte und Services aus einer Hand in den Bereichen Komposit, Gesundheit und Vorsorge. Aktiv in insgesamt 17 Ländern – inklusive den USA und Kanada – nimmt die ARAG zudem über ihre internationalen Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen in vielen internationalen Märkten mit ihren Rechtsschutzversicherungen und Rechtsdienstleistungen eine führende Position ein. Mit über 3.900 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von rund 1,6 Milliarden €.