

Prozent) oder Social-Media-Kooperationen (36 Prozent) beschränken. Rund 46 Prozent setzen auf eine langfristige und umfangreiche Zusammenarbeit, 43 Prozent können sich lediglich ein kurzfristiges und situatives Einbinden der Meinungsmacher in die Markenkommunikation vorstellen.

Die Einschätzung, Firmen könnten die Meinung von Influencern einfach mit Geld kaufen, teilen die Befragten nicht: Nur neun Prozent glauben, dass Meinungsma-

cher lediglich das weitergeben, was Firmen ihnen vorgeben.

ING-Diba für die Deutschen die relevanteste Bankmarke

Deutsche Marken verlieren immer mehr den Anschluss an digitale Wettbewerber. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie Brand Relevance Index 2016 der Markenberatung Prophet, für die 40 000 Konsumenten in Deutschland, England, den USA

und China danach befragt wurden, welche Marken für sie und ihr Leben am relevantesten sind. Die Studie umfasst über 400 Marken aus 27 Branchen und ist nach Angaben des Unternehmens das erste weltweite Ranking, das ausschließlich auf dem Urteil der Verbraucher basiert.

Sieben der zehn relevantesten Marken Deutschlands (die Top 3 sind Amazon, Apple und Google) haben demnach ein digital fokussiertes Geschäftsmodell mit hohen Wachstumsraten und hohem Kundennutzen. Unter den 20 relevantesten Marken sind immerhin sieben deutsche (etwa dm, Miele und Adidas).

Ernüchternd sind die Ergebnisse für die Finanzindustrie: Während Paypal für die deutschen Konsumenten in Sachen Relevanz an fünfter Stelle steht, folgt Visa als einzige traditionelle Marke aus dem Bereich Finanzdienstleistungen unter den Top 50 mit deutlichem Abstand auf Rang 31. Die Commerzbank rangiert gerade einmal auf Platz 214 und die Deutsche Bank auf Rang 253.

In der Aufschlüsselung nach Branchen führt Paypal die Liste der fünf relevantesten Marken im Bereich Kreditkarten und Online-Zahlungsdienste an, gefolgt von Visa, Mastercard, Sofortüberweisung.de und American Express (mehr dazu in den roten Seiten).

Bei den Banken müssen die Sparkassen eine herbe Niederlage einstecken: Mit der ING-Diba ist eine Direktbank das aus Sicht der Deutschen relevanteste Kreditinstitut. Sparkassen und VR-Banken folgen auf den Plätzen zwei und drei, die Postbank und die Sparda-Banken, die seit vielen Jahren das Kundenzufriedenheitsranking des Kundenmonitor Deutschland anführen, belegen Rang vier und fünf.

Unter den Versicherungen ist der ADAC aus Konsumentensicht an der Spitze, es folgen Huk-Coburg, Allianz, Ergo und Axa. Die Zurich wird als Beispiel für Marken genannt, die in der Bedeutungslosigkeit verschwinden.

