

Aus der Marken- und Werbeforschung

Paypal Spitzenreiter beim Preis-Leistungsverhältnis

Der Lebensmittel-Discounter Aldi und die Drogeriemarktkette dm sind die Sieger im deutschen Preis-Leistungs-Ranking 2026 von **Yougov**. Auf dem dritten Platz kommt Paypal mit einem Score-Wert von 55,9, wobei der Score dem Saldo sämtlicher positiver und negativer Bewertungen jeweils als Anteilswert unter Kennern der jeweiligen Marke berechnet wird. Damit ist Paypal die einzige Marke aus dem Bereich Finanzdienstleistungen unter den besten 10 Marken.

Spitzenreiter in der Kategorie Banken ist die ING mit einem Score von 26,3, gefolgt von Revolut (19,5), N26 (17,1), der DKB (17,1) und Comdirect (11,8). Unter den Versicherungen hat Huk24 das aus Sicht der Befragten beste Preis-Leistungsverhältnis (21,9), gefolgt von der Hauptmarke Huk-Coburg (19,5). Auf den Plätzen drei bis fünf folgen die ADAC-Versicherungen (12,8), Cosmos Direkt (10,2) und Axa (10,1).

In der Kategorie Finanzdienstleister ist Paypal (55,9) einsamer Spitzenreiter mit deutlichem Vorsprung vor dem Wettbewerb. Danach wird das Feld enger, wobei die Plätze drei bis fünf vom Zahlungsverkehr geprägt sind. Trade Republic belegt mit einem Score von 23,9 den zweiten Platz, es folgen Visa (23,3), Klarna (20,7) und Mastercard (19,3).

Sparkassen punkten bei der Generation Z

Die Sparkassen sind die am häufigsten genutzte Hauptbank für die Angehörigen der Generation Z. Das geht aus der „NextGen Banking & Finance Studie 2026“ der **Gesellschaft für Qualitätsprüfung** in Zusammenarbeit mit Splendid Research hervor, für die 1 000 Deutsche zwischen 18 und 30 Jahren online nach ihren Präferenzen und Erwartungen beim Thema Banking und Finanzen befragt wurden. 45 Prozent der jungen Leute nannten dabei eine Sparkasse als die von ihnen genutzte Hauptbank. Auf Rang zwei

folgen die VR-Banken mit 15 Prozent, danach geht es einstellig weiter: Commerzbank und Revolut kommen auf jeweils 6 Prozent, Deutsche Bank und Postbank auf jeweils 4 Prozent, die ING auf 3 Prozent, die Sparda-Banken, die DKB und N26 auf jeweils 2 Prozent und Targobank sowie Comdirect auf 1 Prozent. 2 Prozent der Befragten haben eigenen Angaben zufolge keine Hauptbank.

Gefragt wurden die Studienteilnehmer zudem nach weiteren von ihnen genutzten Finanz-Apps. Hier kristallisiert sich Paypal mit 73 Prozent Nennungen als Platzhirsch heraus, wobei Frauen Paypal noch häufiger nutzen als Männer (75 beziehungsweise 71 Prozent), mit deutlichem Abstand gefolgt von Apple Pay beziehungsweise Google

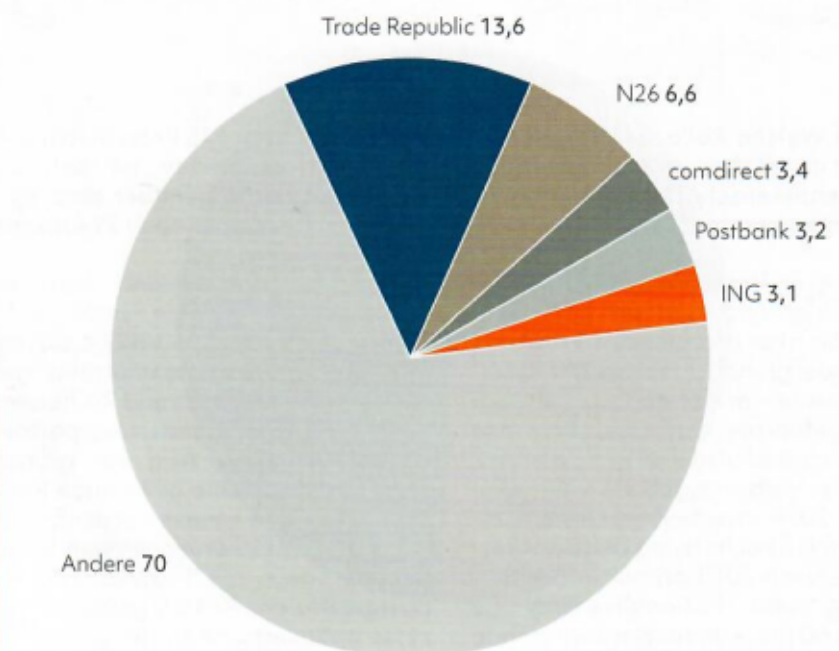
Pay (46 Prozent). 16 beziehungsweise 15 Prozent der Befragten nennen Revolut und Trade Republic, 7 Prozent Kryptowährungs-Apps wie Coinbase oder Bitpanda, je 4 Prozent Scalable Capital und N26, je 2 Prozent Bunq, Tomorrow oder Vivid Money. 7 Prozent der Befragten gaben an, neben der Hauptbank keine weiteren Finanz-Apps zu nutzen.

Den größten Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der Nutzung von Finanz-Apps gibt es bei Trade Republic und Kryptowährungs-Apps. So nennen 21 Prozent der jungen Männer, aber nur 10 Prozent der jungen Frauen Trade Republic als von ihnen genutzte App. Kryptowährungs-Apps werden von 11 Prozent der Männer und 4 Prozent der Frauen genutzt.

BANKMARKETING

791 Banken und andere Anbieter schalten in den sechs Social-Media-Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Tiktok und Youtube Anzeigen zu Bankthemen. Mit deutlichem Vorsprung sind Trade Republic und N26 gemessen an der Anzahl der an die Nutzer der Social-Media-Apps ausgespielten Anzeigen am aktivsten. Beide Banken schalten auch besonders viele verschiedene Anzeigen. Als einzige Filialbank schiebt sich die Postbank in die Top 5.

Trade Republic bei Social-Media-Anzeigen am aktivsten



in Prozent Quelle: Studie Social Media Ad Perception Banken 2025 / murmur & research tools