

# Aus der Marken- und Werbeforschung

## Paypal Best Brand Nummer drei in Deutschland

Die Deutschen lieben die Marke Paypal. Das geht einmal mehr aus der **Yougov**-Studie Best Brands 2026 hervor. Im Ranking der Top-10-Marken in Deutschland belegt Paypal als einzige Marke aus dem Finanzbereich mit einem Score-Wert von 48,6 hinter Lego (50,3) und dm (50,2) Rang 3. Zu den zehn Marken im deutschen Ranking, die sich aus Kundensicht am meisten verbessern konnten, zählt die Deutsche Bank auf dem vierten Platz. Ihr Index Score verbesserte sich von 1,3 im Jahr 2024 auf einen Wert von 4,3 im vergangenen Jahr.

## Deutsche Finanzmarken mit starken Wertzuwächsen

Deutschlands wertvollste Marken konnten ihr zweistelliges Wachstum 2025 im zweiten Jahr in Folge fortsetzen. Ihr gemeinsamer Wert stieg um 13 Prozent auf 571 Milliarden US-Dollar. Laut dem Report „BrandZ Most Valuable Brands 2026“ von **Kantar** verzeichneten 38 Marken einen Wertzuwachs – gegenüber 33 im Jahr 2025.

Die größten Aufsteiger des Jahres sind Commerzbank (Platz 23, plus 78 Prozent auf 5,067 Milliarden US-Dollar), Deutsche Bank (Platz 16, plus 73 Prozent auf 7,406 Milliarden US-Dollar), Siemens (Platz 3, plus 68 Prozent), Sparkasse (Platz 18, plus 53 Prozent auf 4,884 Milliarden US-Dollar) und Allianz (Platz 10, plus 40 Prozent). Der Sprung der Privatbanken reflektiert eine weiterhin hohe Marktrelevanz – auch im Vergleich zu den Neobanken –, gestützt durch digital-first Marketing, eine klare und konsistente Markenkommunikation sowie sichtbare Führungsstärke im Bereich Nachhaltigkeit.

Insgesamt zählt der Finanzsektor zu den herausragenden Bereichen des Jahres: Fünf Marken erzielen die stärksten Wertzuwächse und tragen zusammen 6 Prozent zum Gesamtwert der Top-50-Marken in Deutschland bei (33,4 Milliarden US-Dollar) – dank höherer Profitabilität, robuster Kapitalpositionen und wachsendem Verbrauchervertrauen. Die Allianz führt die Kategorie mit einem Markenwert von 16,531 Milliarden US-Dollar an

und belegt damit als wertvollste Finanzmarke in Deutschland Rang 10 im branchenübergreifenden Ranking. Die Marke Hypovereinsbank ist mit einem Wert von 1,5 Milliarden US-Dollar ins Ranking der wertvollsten deutschen Marken zurückgekehrt und belegt Platz 40.

## Markenwert von Revolut mehr als verdreifacht

Unter den 500 wertvollsten Bankmarken der Welt befinden sich zwölf deutsche Institute. Das geht aus dem Ranking von **Brand Finance** für das Jahr 2026 hervor. Die wertvollste deutsche Bankmarke bleibt demnach trotz eines Wertverlusts von 5 Prozent gegenüber 2025 die Deutsche Bank mit einem Markenwert von 7,6 Milliarden US-Dollar auf Platz 58 im Ranking. Die Commerzbank folgt als

zweitwertvollste deutsche Bankmarke erst auf Rang 91. Ihr Wert ist allerdings im laufenden Jahr um 41 Prozent auf 4,5 Milliarden US-Dollar gestiegen.

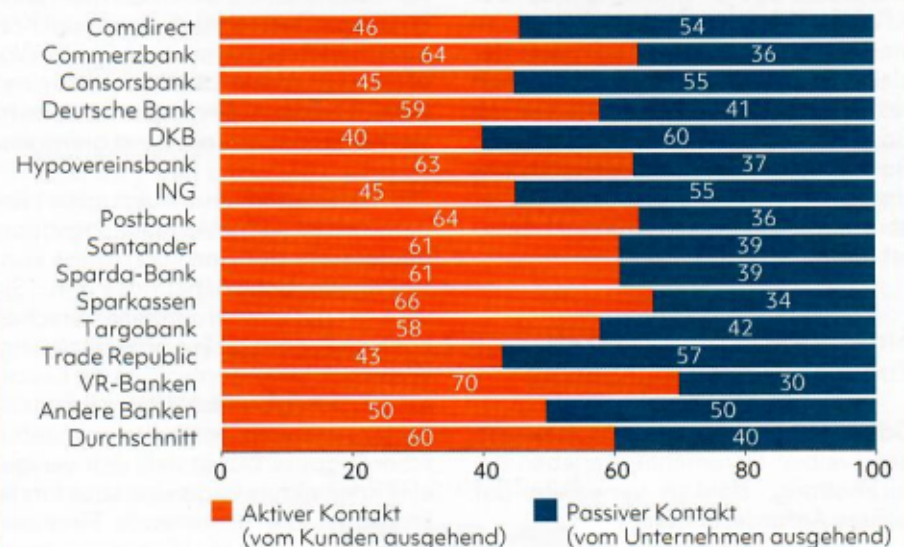
Den stärksten Wertzuwachs unter den deutschen Bankmarken weist Brand Finance für die Hypovereinsbank aus. Ihr Markenwert erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 59 Prozent auf 1,9 Milliarden US-Dollar. Im globalen Ranking rückte die Hypovereinsbank damit um 35 Plätze auf Rang 163 nach oben.

Unter den am stärksten wachsenden Bankmarken weltweit steht Revolut mit einem Wertzuwachs von 239 Prozent von 1,9 Milliarden US-Dollar 2025 auf 6 Milliarden US-Dollar an der Spitze. Seit 2024 ist das ein Wertzuwachs von 795 Prozent. Im weltweiten Ranking belegt Revolut damit Platz 144.

## MARKETING

### Kontakte mit der Bank gehen häufiger vom Kunden als vom Institut aus

Im Durchschnitt der betrachteten Institute gehen 60 Prozent der Kontakte zur Bank vom Kunden aus. Bei den aktiven Kontaktwegen Chat (Website/Social Media) und Nachricht via Kontaktformular (Website) zeigen sich größere Unterschiede zwischen den Instituten. Bei einem durchschnittlichen Chatanteil von nur 3 Prozent reicht die Spanne von 1 bis 14 Prozent. Beim Kontaktformular sind dies bei durchschnittlich 4 Prozent 2 bis 14 Prozent. Die Spitzenwerte entfallen auf Direktbanken. Zugleich wird deutlich: Die klassischen Kontaktwege sind nach wie vor unverzichtbar.



Quelle: Studie Unternehmensprofile Banken 2026 / research tools