HORIZONT BRAND TICKER

Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein

von **Michael Reidel (/news/authors/?id=49)**
Mittwoch, 30. September 2020

© Unternehmen

Deutsche Bank verliert im September massiv beim NPS-Wert

Die Deutsche Bank war als Marke wieder auf einem guten Weg. Dann kamen Ende September der Geldwäsche-Skandal und die Übernahmegerüchte durch die schweizerische UBS-Bank. Die Folge: Der Net Promoter Score, die Empfehlungsrate, schmiert um 25 Prozent ab. Die negativen Assoziationen nehmen zu. Das zeigt ein Blick in den HORIZONT Brand Ticker.

Jetzt die aktuelle HORIZONT Ausgabe als E-Pap

(https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fwww.horizont.net%2Fnews%2Fp%2F186088) (https://twitter.com/intent/tweet?text=Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein) (mailto:?subject=Empfehlung über www.horizont.net ---HORIZONT Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein&body=Guten Tag,%0D%0A%0D%0AIhnen wird der Artikel - HORIZONT Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein empfohlen.%0D%0A%0D%0ADen kompletten Artikel finden Sie unter:%0D%0Ahttps%3A%2F%2Fwww.horizont.net%2Fnews%2Fp%2F186088) (https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https%3A%2F%2Fwww.horizont.net%2Fnews%2Fp%2F186088&title=HORIZONT Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein) (https://www.xing.com/spi/shares/new?cp=https%3A%2F%2Fwww.horizont.net%2Fnews%2Fp%2F186088&title=HORIZONT Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein) (whatsapp://send?text=HORIZONT Brand Ticker: Deutsche Bank bricht bei der Empfehlungsrate ein über www.horizont.net%0D%0A%0D%0ADen kompletten Artikel finden Sie unter:%0D%0Ahttps%3A%2F%2Fwww.horizont.net%2Fnews%2Fp%2F186088)

Die **Deutsche Bank** war in den vergangenen Monaten auf einem guten Weg. Im Juli präsentierte die größte deutsche Bank überraschend gute Quartalsergebnisse. Der Sparkurs wird von Beobachtern als richtiger Schritt auf einem langen Weg zurück zu alter Stärke gesehen. Das Marketing konnte ruhig an der Markenschärfung arbeiten. Die Empfehlungsrate, der Net Promoter Score, kletterte im August um rund 16 Prozent. Die Gespenster der Vergangenheit, angefangen von internen Skandalen, Führungswechseln und schlechte Performance, schienen langsam zu verschwinden.

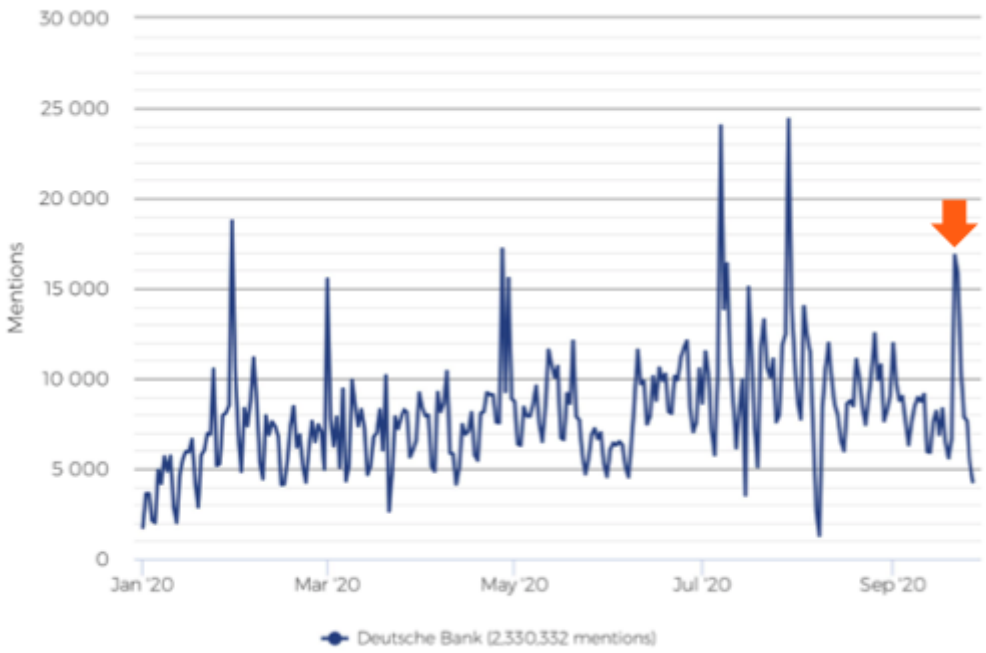
Doch dann kam der September mit den Übernahmegerüchten durch die Schweizer Großbank UBS und zeitlich auch noch die Enthüllungen, dass das Institut Teil eines Geldwäsche-Skandal ist, den US-Ermittler aufgedeckt haben. Der NPS reagiert sofort.

Jetzt die aktuelle HORIZONT Ausgabe als E-Pap

© Brand Ticker

Im Sommer erholte sich der NPS-Wert der Deutschen Bank wieder, um im September wieder abzustürzen

Um über 25 Prozent rauscht der empfindliche Seismograph nach unten, während gleichzeitig die Medienpräsenz nach oben schnellte. Die Marke und das Unternehmen waren wieder Schlagzeile.

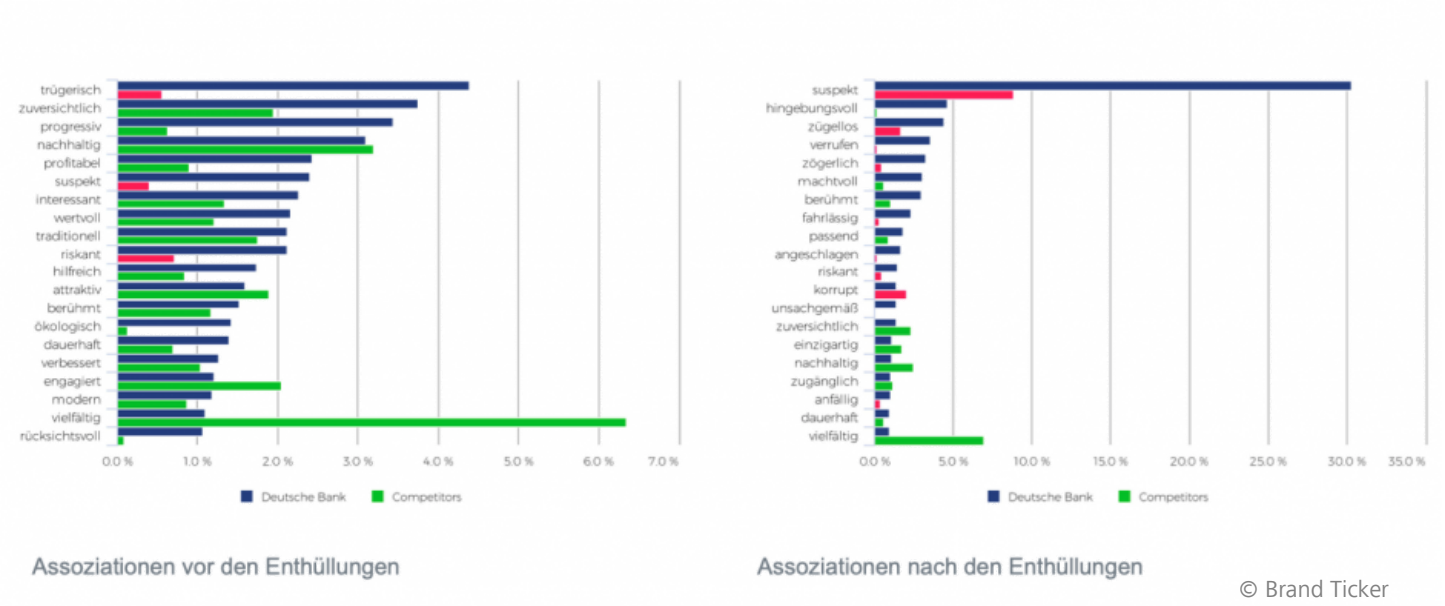


© Brand Ticker

Die jüngsten Enthüllungen brachten die Deutsche Bank verstärkt in die Medien

Jetzt die aktuelle HORIZONT Ausgabe als E-Pap

Das zeigen Zahlen aus dem **Brand Ticker**, die HORIZONT vorliegen. Dass schlägt sich auch in der öffentlichen Meinung nieder. So steigen im Juli - damals ging es um Tricksereien beim Emissionshandel - und im September bei der Deutschen Bank die Statements mit dem Thema Betrug. Für Walter Brecht, Geschäftsführer der Kölner Strategieberatung Spirit for Brands, ist das gefährlich. "Für eine Bankmarke ist das schwer zu verdauen", sagt der Markenexperte. Zwar hatte die Marke auch vor den jüngsten Enthüllungen mit Assoziationen wie trügerisch, suspekt und riskant zu kämpfen. Trotzdem schrieben die Menschen der Marke auch positive Begriffe wie nachhaltig, profitabel, progressiv und zuversichtlich zu.



© Brand Ticker

Welche Assoziationen die Deutsche Bank bei Menschen auslöst

Davon ist derzeit allerdings wenig mehr zu sehen. Suspekt ist aktuell die dominanteste negative Eigenschaft. Für Markenwerttreiber wie Verlässlichkeit, Qualität und Innovation registriert das Tool eine deutliche negative Entwicklung. "Die Marke Deutsche Bank hat an Guthaben und Widerstandskraft verloren", stellt denn auch Brecht fest. "Sie reagiert sofort und unmittelbar auf neue Negativmeldungen." Immerhin habe sich die Medienpräsenz nach den Enthüllungen wieder rasch normalisiert. Für Walter Brecht liegt darin sogar eine Chance. "Die Marke kann im Windschatten überlagender Nachrichtenstürme die Sachlage transparent klären und die Vertrauensbasis restaurieren." Der Weg zurück wird trotzdem ein langer sein. *mir*

Kommentare

Ihre E-Mail-Adresse wird weder veröffentlicht noch weitergegeben. Notwendige Felder haben einen *

Ihr Kommentar *

Jetzt die aktuelle HORIZONT Ausgabe als E-Pap