HORIZONT BRAND TICKER

# Diese Marken legen im März bei der Empfehlungsrate zu

von **Michael Reidel (/news/authors/?id=49)**
Freitag, 16. April 2021

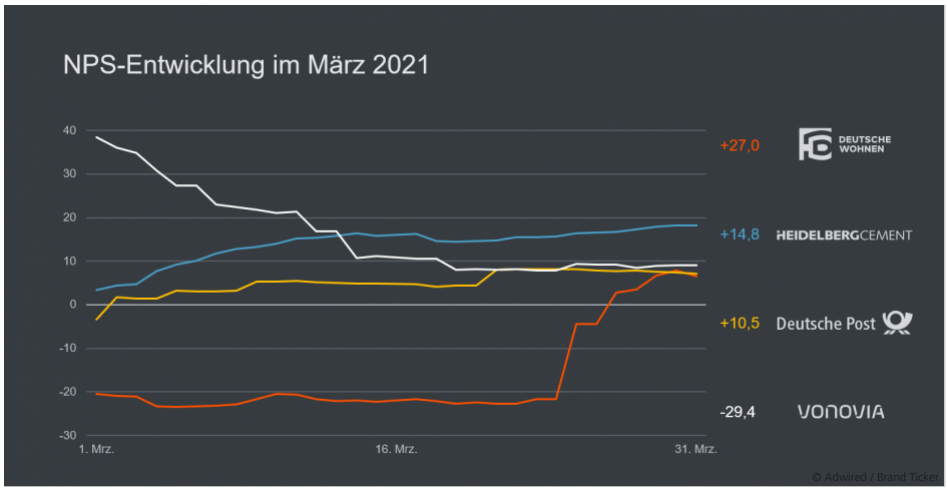
© Anja Steinmann, Mülheim an der Ruhr

Die Zentrale von Deutsche Wohnen

Immobilienmarken haben es nicht leicht. Themen wie nachhaltiges Wirtschaften, Mietpreiserhöhungen und Bauprojekte können schnell auf die Empfehlungsbereitschaft durchschlagen. Das zeigt einmal mehr die Entwicklung des Net Promoter Score im HORIZONT Brand Ticker. Danach entwickeln sich zwei Wohnbaugesellschaften völlig unterschiedlich. Positiv unterwegs sind ein Industrieriese und eine große deutsche Dienstleistungsmarke.

Bezahlbarer Wohnraum gehört nach wie vor zu den großen Herausforderungen in Deutschland, auch wenn dieses Thema weitestgehend vom Kampf gegen die Corona-Pandemie überlagert wurde - bis gestern: Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts, das den Berliner Mietpreisdeckel kassierte (https://www.tagesspiegel.de/berlin/entscheidung-des-bundesverfassungsgerichts-berliner-mietendeckel-verstoesst-gegen-das-grundgesetz-und-ist-nichtig/27096414.html), hat die Emotionen hochkochen lassen und die Relevanz der Debatte verdeutlicht. Auch im aktuellen HORIZONT Brand Ticker spielt das Thema bezahlbarer Wohnraum eine Rolle. Die Analyse von **Adwired** in Zürich und **Spirit for Brands** in Köln liefert Daten aus dem vergangenen Monat.

Danach hat im März keine Marke so stark bei der Empfehlungsbereitschaft performt wie **Deutsche Wohnen**. Der NPS-Wert kletterte in der letzten Märzwoche rasant nach oben - um 27 Punkte - und ist damit knapp positiv. Dazu beigetragen hat eine Strategieveränderung.




Die Entwicklung der NPS-Werte im schnellen Überblick

Die Wohnbaugesellschaft will jetzt nicht mehr nur Immobilien kaufen, sondern verstärkt auch Wohnungen bauen. Zudem soll der Gebäudebestand bis 2040 klimaneutral werden. Dabei sichert sie zu, dass niemand seine Wohnung aufgrund einer energetischen Sanierung verlieren wird. Dadurch konnte gerade der Werttreiber Verantwortung deutlich zulegen, wie es bei Spirit for Brands heißt. Positiv haben sich auch die stabile Zahlen aus dem vergangenen Jahr und das Vermeiden einer Rekordstrafe im Zusammenhang mit gespeicherten Daten ausgewirkt. "Ob dies aber auch nachhaltig das Image der Marke in der Bevölkerung verbessern wird, bleibt abzuwarten", sagt **Walter Brecht**, Geschäftsführer von Spirit for Brands.

## Gleiche Branche, aber eine andere Entwicklung

Bei **Vonovia** sieht die Entwicklung anders aus. Die Marke muss bei der Empfehlungsbereitschaft nach den Daten des Brand Tickers ein Minus von 29,4 Punkten hinnehmen. Die Immobilienbranche ist dynamischer als man denken mag. Doch warum legt die eine Marke im März bei der Empfehlungsbereitschaft zu und die andere schmiert ab? Zumal sich der Mietwohnungsmarkt aus Sicht der Anbieter gut entwickelt. Ein Plus von 3,3 Prozent bei den Mieten im Pandemiejahr 2020, davon können andere Branchen nur träumen. Bei Vonovia stieg im vergangenen Jahr der Umsatz auf 4,37 Milliarden Euro, der Gewinn auf 3,3 Milliarden Euro.

Trotzdem sackt der NPS-Wert ab. "Der Zustand einer Marke hängt ganz entscheidend von der Zufriedenheit aller Anspruchsgruppen ab. Und die mitunter wichtigste – die Mieterschaft – war zuletzt erzürnt über möglicherweise nicht belegbare, aber dennoch abgerechnete Nebenkosten", erklärt Walter Brecht.

Um das zu klären haben Gerichte entschieden, dass der Bochumer Konzern Einsicht in vergangene Abrechnungen geben muss. Doch der

Schaden ist da. Betrug sei eines der häufigsten Themen, mit dem die Marke Vonovia aktuell in Verbindung gebracht wird, sagt Brecht. "In diesem Markt zeigt sich jedenfalls, dass die Marken noch enorm an Widerstandsfähigkeit gewinnen müssen."

MEHR ZUM THEMA

HORIZONT BRAND TICKER

Diese Marken gewinnen und verlieren im Januar und Februar an Loyalität

Für Marken ist die Pandemie nach wie vor eine Zeit der Herausforderung. Dass es trotzdem gelingen kann, die Loyalität und Empfehlungsbereitschaft hochzuhalten zeigt unter anderem eine große Kette. Sie schafft es im Januar und Februar den Net Promoter Score um 32,5 Punkte zu steigern, so stark wie keine andere Marke. Das zeigt ein Blick in den HORIZONT Brand Ticker. Warum das so ist, verrät die Analyse.

(/marketing/nachrichten/horizont-brand-ticker-diese-marken-gewinnen-und-verlieren-im-januar-und-februar-an-loyalitaet-190160)

## Zement gewinnt

Mit **Heidelberg Cement** rutscht erstmals ein Newcomer in das monatliche Ranking. Der NPS-Wert kletterte im vergangenen Monat um fast 15 Punkte. Eine Grund dafür ist die positive Entwicklung an den Börsen. Ein anderer sind die Initiativen der Marke zu den Themen CO2-Reduktion und Nachhaltigkeit. Konzernchef Dominik von Achten fährt seit fünf Jahren bereits ein Elektro-Auto. Nun wird die Dienstwagenregelung auf E-Fahrzeuge (und Fahrräder) oder die Verknüpfung der Boni mit den Zielen des Carbon Footprint umgestellt.

Trotzdem sind laut Brand Ticker die am häufigsten genannten Attribute zur Marke derzeit noch zuversichtlich, zuverlässig und progressiv. Und auch bei den Werttreibern der Marke spielt Verantwortung noch keine führende Rolle. Hier punktet Heidelberg Cement mit Verlässlichkeit und Vertrauen. "Die Ausrichtung auf Nachhaltigkeitsthemen könnte dem Profil der Marke nur nützlich sein", sagt Brecht.

## Die Post kommt

Zu den Marken mit den stärksten NPS-Gewinnen zählt auch die **Deutsche Post**. Um 10,5 Punkte legt der Bonner Konzern bei der Empfehlungsrate zu. Eine Ursache für den Anstieg sind die Investitionen in die Nachhaltigkeit. Bis 2030 sollen statt der bisher 15.000 Elektroautos ganze 80.000 unterwegs sein und auch das Kerosin für den Flugbetrieb soll teilweise durch alternative Treibstoffe ersetzt werden. Der Marke Deutsche Post scheinen die Menschen hier zu glauben. Seit 2008 konnte der Konzern bereits den CO2-Austoß um über ein Drittel reduzieren. "Auf dieser Basis ist es also nicht verwunderlich die ohnehin schon gute Nachhaltigkeitswahrnehmung nochmals verbessert werden konnte und auch der NPS im letzten Monat deutlich anstieg", sagt Brecht. *mir*

### Kommentare

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

Ihr Kommentar *

Spielregeln (/service/spielregeln/)

KOMMENTAR ABSENDEN

### Themen

IMMOBILIENMARKE (/SUCHE/THEMA/IMMOBILIENMARKE)

MIETPREISERHÖHUNG (/SUCHE/THEMA/MIETPREISERH%C3%B6HUNG)

VONOVIA (/SUCHE/THEMA/VONOVIA)

HEIDELBERGCEMENT (/SUCHE/THEMA/HEIDELBERGCEMENT)