

Jeder dritte PR-Experte lobt Krisenkommunikation der Sparkassen

- SEB-Bank und Volksbanken ebenfalls überzeugend

Sparkassen kommunizierten in der Finanzkrise am glaubwürdigsten

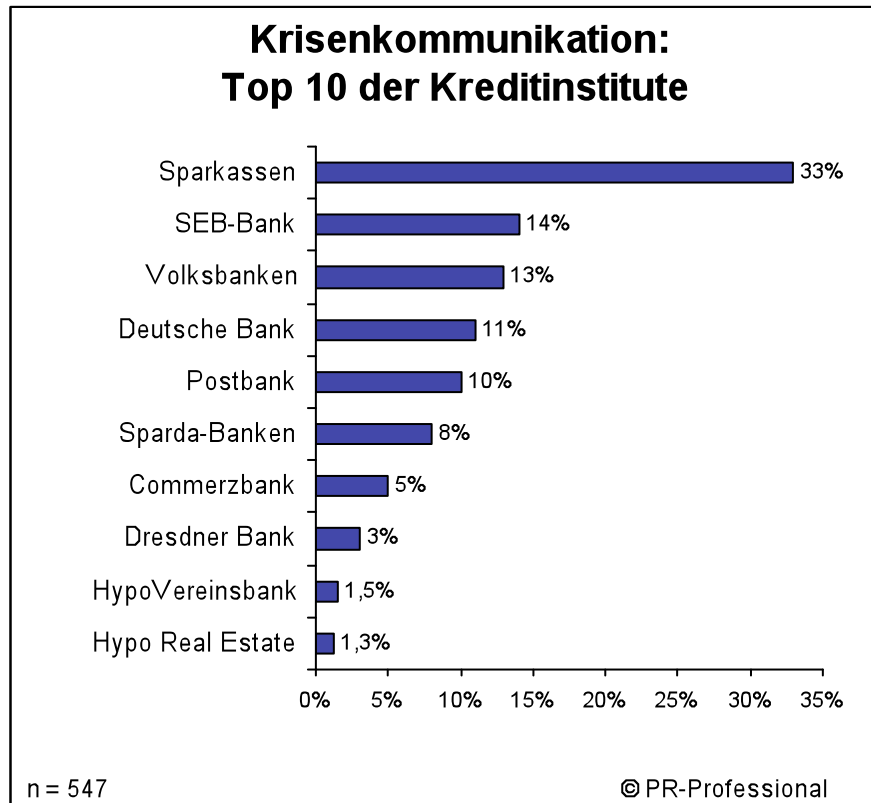
Hamburg, 4. Mai 2009 – Die Sparkassen gehen mit ihrer PR-Strategie aus der aktuellen Finanzkrise als Gewinner unter den deutschen Kreditinstituten hervor. So starteten sie beispielsweise im Januar die Kampagne „Antworten zur Finanzkrise“, um ihre Kunden aufzuklären und Vertrauen zu schaffen. Nach Meinung jedes dritten PR-Experten haben sie bisher die beste und überzeugendste Krisenkommunikation geleistet. Das ist das Ergebnis einer Befragung des Branchendienstes PR-Professional von Landau Media und Faktenkontor unter 547 Kommunikationsprofis.

SEB-Bank und Volksbanken unter den Top 3

Mit 14 Prozent Zustimmung landet die SEB-Bank auf dem zweiten Platz des PR-Professional-Rankings. Die deutsche Tochtergesellschaft des schwedischen Kreditinstituts setzte in der Finanzkrise auf Offenheit. Sie kommunizierte über ihre finanziellen Einbußen, stellte aber gleichzeitig ihre solide Kapitalbasis und gute Liquidität in den Vordergrund. Die Volksbanken, die ebenso wie die Sparkassen ihre Stärken im Privatkundengeschäft haben, sicherten sich Platz drei. 13 Prozent der PR-Profis belohnten das erfolgreiche Buhlen um den Privatanleger und den intensiven Austausch in der Krise mit ihrer Stimme.

Hypo Real Estate und HypoVereinsbank bilden Schlusslicht

Deutschlands größtes Kreditinstitut – die Deutsche Bank – schaffte es auf den vierten Platz. Im September 2007 äußerte sich Josef Ackermann als einer der ersten zur Subprime-Krise und gestand auch Schwächen seines Instituts ein. Elf Prozent der PR-Experten würdigten diese Strategie. Von der Krise besonders geschröpft wurde die HypoVereinsbank. Doch die transparente Kommunikation und Aufklärung der eigenen Fehler war den meisten Befragten zu dürftig. Die Quittung: Platz neun. Schlusslicht ist der Immobilienfinanzierer Hypo Real Estate. Seine Krisenkommunikation fand unter PR-Experten den wenigsten Zuspruch.



Jeder dritte PR-Profi lobt Krisenkommunikation der Sparkassen

PR-Professional

PR-Professional ist der Nachrichtenservice für PR-Profis. Der 14-tägig erscheinende Online-Newsletter wird herausgegeben von Faktenkontor und Landau Media und publiziert News und Praxisbeiträge aus der PR-Branche.

Zu den Herausgebern

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt.

Die Berliner Landau Media AG ist einer der führenden Anbieter im Bereich Medienbeobachtung und Medienresonanz-Analysen in Deutschland. Mit 200 Mitarbeitern erstellt Landau Media Analysen und Pressespiegel aus Printmedien, Internet, TV, Hörfunk und Nachrichtenagenturen. Weitere Informationen unter www.landaumedia.de.

Pressekontakt

Faktenkontor GmbH
Jörg Forthmann
Tel.: +49 40 22703-7787
Fax.: +49 40 22703-7961
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de