

DATENSKANDAL

Facebook verliert Markenwert und weitere Kunden

von **Michael Reidel**

Montag, 26. März 2018



© Alexander Klaus / PIXELIO

Facebooks Markenwert rutscht ab

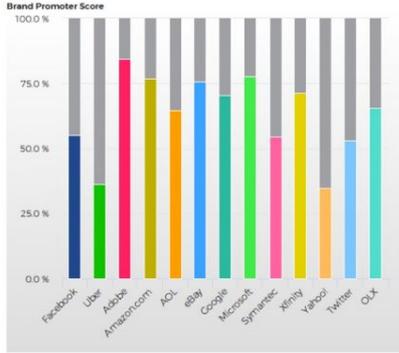
Themenseiten zu diesem Artikel:

Facebook Markenwert Tesla Datenskandal Elon Musk
Commerzbank Mozilla

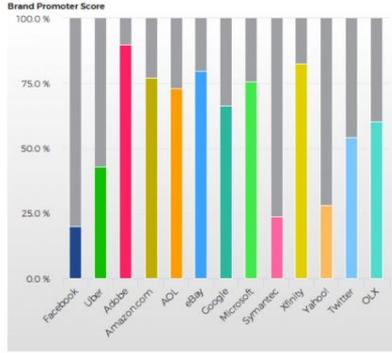
Der Skandal bei Facebook zieht immer weitere Kreise. Mit Tesla und Sonos ziehen sich weitere Unternehmen von der Plattform zurück. Deren Markenwert bricht um fast 32 Prozent ein, wie Zahlen von The Brand Ticker zeigen.

Der Datenskandal bei **Facebook** schlägt bei dem Social Network mächtig ins Kontor. Nach Angaben von **Bloomberg** verlor die Aktie des sozialen Netzwerkes innerhalb von zwei Tagen fast 60 Milliarden US-Dollar an Wert. Und auch der Markenwert leidet stark. Nach Berechnungen von **The Brand Ticker** gab dieser seit Bekanntwerden des Skandals um über 30 Milliarden Euro nach und liegt derzeit bei rund 71 Milliarden Euro.

Der Brand Promoter Score ist dramatisch gesunken – von knapp 60% auf 13%



Zeitraum 12.09.17 – 12.03.18
Quelle: TheBrandTicker
n = 2.168.513 Statements

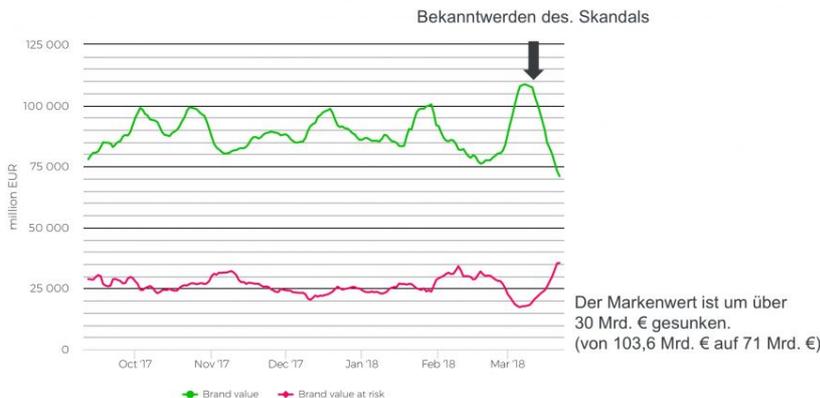


Zeitraum: 12.03.18 – 22.03.18
Quelle: TheBrandTicker
n = 189.550 Statements

Der Brand Promoter Score von Facebook fällt dramatisch (© The Brand Ticker)

Mindestens genauso dramatisch: Der Brand Promoter bricht ein - von knapp 60 Prozent vor der Krise auf derzeit 13 Prozent. "Der Datenskandal hat Facebook hart getroffen", sagt **Walter Brecht**. Der Markenstrategie und Geschäftsführer von **Spirit for Brands** in Köln stellt zudem fest, dass das soziale Netzwerk im Umgang mit der Krise Fehler gemacht hat. "Facebook wird viel mit Charaktereigenschaften wie 'unsachgemäß', 'trügerisch' und 'unpassend' in Verbindung gebracht", sagt der deutsche Repräsentant des Schweizer Markenbewertungstools "The Brand Ticker". Will man sich wieder erholen, wird es wichtig sein, "wie Facebook in der nächsten Zeit mit dem Thema Datensicherheit umgeht", sagt Brecht. Darauf scheinen manche Marken nicht mehr warten zu wollen.

Der Markenwert ist seit Bekanntwerden des Skandals um 31,5% gesunken



Zeitraum: 12.09.17 – 22.03.18
Quelle: TheBrandTicker
n = 2.347.453 Statements

Der Markenwert ist um über 30 Mrd. € gesunken. (von 103,6 Mrd. € auf 71 Mrd. €)

SPIRIT for BRANDS
MARKENBERATUNG

Ort, 04.08.2011
Titel der Präsentation 3

Der Markenwert von Facebook liegt nur noch bei 71 Milliarden Euro. (© The Brand Ticker)

Am Wochenende hat Tesla-Chef **Elon Musk** die Facebook-Seiten von **Tesla** und **SpaceX** abgeschaltet. Ein User hatter Musk auf Twitter zu diesem Schritt

aufgefordert. Beide Plattformen hatten rund 2,6 Millionen Follower. Das US-Unternehmen **Sonos** hingegen hat seine komplette Werbemaßnahmen auf Facebook, Instagram, Youtube, Twitter und Google für eine Woche vorübergehend ausgesetzt. "Wir bei Sonos glauben, dass jeder ein Recht darauf hat zu wissen, wie persönliche Daten gesammelt und genutzt werden. Jedes Unternehmen sollte sich verpflichtet sehen, die Vereinbarung einzuhalten, die in Bezug auf die Privatsphäre von Kunden gegeben wurde", heißt es in einer Erklärung des Lautsprecherherstellers. Das Geld fließt stattdessen nun als Spende an die Netzaktivisten Access Now. Sonos geht damit weiter als andere Unternehmen, die bislang nur ihre Kommunikation auf Facebook aber nicht auf anderen Plattformen ausgesetzt haben.



MEHR ZUM THEMA

WEGEN DATENSKANDAL

Commerzbank setzt Werbung auf Facebook aus

Als eine der ersten Firmen hatte die **Commerzbank** ihre Kommunikation in dem Online-Netzwerk gestoppt, gefolgt von dem Internet-Unternehmen **Mozilla** und **Dr. Oetker**. Das Gros der Werbungtreibenden wartet dagegen die weitere Entwicklung ab. Von einem massenhaften Werbestopp kann bislang keine Rede sein. "Wir nehmen die Sache sehr ernst", sagt ein Marketingleiter eines Autoherstellers, der nicht zitiert werden möchte. "Aber wir haben uns entschieden, die weitere Entwicklung erst noch weiter zu beobachten." *mir*