

- ▶ Präsentation von Aktionen und Produkten durch ein kreatives Themenmanagement
- ▶ Erstellen von Basispressematerialien und Positionierung in Journalisten-Interviews
- ▶ Highlight-Aktionen zur Kommunikation der Expansion
- ▶ Positionierung der DAB bank als kreative und marktprägende Online-Bank

Anfangspositionierung

Die DAB bank war in Deutschland der erste Online-Broker. Mit kreativem Themenmanagement wurden aktuelle Aktionen, Fonds und weitere Produkte den Journalisten und Kunden präsentiert.

In Interviews mit Journalisten der nationalen Tages-, Wirtschafts- und Finanzpresse positioniert sich CEO Matthias Kroener als Vordenker und Experte der Branche, der den ersten deutschen Online-Broker zu einer Online-Bank formt.

Qualitätskommunikation

Mit der Erstellung der Quartalsberichte, der Organisation von Analystenkonferenzen und der anlassbezogenen Ansprache von Finanzjournalisten legt wbpr die Grundlagen dafür, dass die DAB bank auch auf dem Finanzmarkt als Experte wahrgenommen wird.

Highlight-Aktionen wie international besetzte Pressereisen nach München, der DAB-Depotcheck in Kooperation mit Capital und Focus Money oder der DAB-Investmentkongress bringen die Expansion der Bank kommunikativ auf den Weg.



Ausbau des Marktanteils

Die DAB bank ist bei Kunden, Journalisten und auf dem Finanzmarkt als kreative und marktprägende Online-Bank positioniert und kann so ihre Marktanteile sichern und ausbauen. Die Positionierung des CEOs Matthias Kroener als Vordenker und Experte der Branche trägt maßgeblich zur Bekanntheit und zum positiven Bild der DAB bank bei.