

## Pressemitteilung

### **Vierte ANXO-Studie „Social Media Reifegrad der Finanzindustrie“ – Qualität deutlich vor Quantität**

**Die bereits vierte Auflage der Studie „Social Media Reifegrad der Finanzindustrie“ von ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH zeigt eine deutlich höhere Qualität des Social Media Einsatzes im Vergleich zum quantitativen Engagement.**

**Düsseldorf, September 2014 – Die 4. Auflage der Studie „Social Media Reifegrad der Finanzindustrie – quantitatives und qualitatives Scoring von Finanzinstituten“ der ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH verdeutlicht den immer härter werdenden Kampf um die Spitzenpositionen im Social Web.**

Kernergebnis der aktuellen Auflage ist der immer stärker werdende Wettbewerb um die Gunst des Kunden. Im gruppenübergreifenden Top-10-Ranking liegen die Institute insgesamt gerade einmal 21 Punkte im quantitativen und sogar nur 14 Punkte im qualitativen Bereich auseinander. Gleichzeitig wird es für die Nachzügler angesichts der Dynamik zunehmend schwieriger, die Lücke zu schließen.

In der aktuellen Auflage der Studie wurden, wie auch in den Vorjahren, die Social Media Aktivitäten und die Webseiten von 45 führenden (nach Bilanzsumme, Kundenzahlen etc.) deutschen und internationalen Finanzinstituten anhand von drei Gruppen analysiert: Top-20 der deutschen Banken, Top-10 der deutschen Direktbanken und eine internationale Vergleichsgruppe. Das quantitative und qualitative Scoring wurde in diesem Jahr vollständig überarbeitet und u.a. um eine Sentiment-Analyse umfassend erweitert.

Die Studie spiegelt die steigende Relevanz von Social Media in der Finanzdienstleistungsbranche wieder. Dabei liegt der Fokus in diesem Jahr noch stärker auf der Qualität des Social Media Einsatzes. Statt sich des Trial-and-Error-Prinzips zu bedienen, wirken die Aktivitäten der meisten Geldinstitute heute deutlich besser durchdacht. Der Branche scheint endgültig klar geworden zu sein, welche Potenziale die gezielte Nutzung sozialer Medien bietet.

Auf der anderen Seite ist es umso erstaunlicher, dass das weltweit größte Netzwerk Facebook mit seinen mittlerweile über 1,3 Milliarden Nutzern nicht die erste Wahl für die Top-20-Banken im Social Web zu sein scheint. Nur 40 Prozent unterhalten 2014 eine eigene Facebook-Seite. Bei den Direktbanken sind es dagegen 80 Prozent, die internationale Vergleichsgruppe kommt immerhin auf 67%.

„Die Zahl der Social Media affinen Bankkunden steigt kontinuierlich. Diese Zielgruppe erwartet eine starke Präsenz ihrer Bank auf Facebook, Twitter und Co. Trotzdem werden gerade aufwandsintensivere Social Media Instrumente noch immer vergleichsweise selten genutzt. Hier lassen die Institute weiterhin einige Möglichkeiten liegen, um insbesondere verloren gegangenes Vertrauen wieder

aufzubauen und die Reputation zu verbessern“, erklärt Marc Sieper, Senior Manager bei Anxo Management Consulting.

Einen ausführlichen Artikel mit weiteren Informationen, Hintergründen und Analysen lesen Sie in der September-Ausgabe der Fachzeitschrift „Bankmagazin“, die am 28.08.2014 erschienen ist.

Lesen Sie weiterhin in der Online-Ausgabe des Bankmagazin einen Artikel zum Thema „Banken bei Business-Netzwerken auf dem Vormarsch“, den Sie unter <http://www.springerprofessional.de/spr-prof-preview-cae/servlet/segment/springer-professional/banken-bei-business-netzwerken-auf-dem-vormarsch/5314496.html> finden.

Das Bankmagazin ist eine verbandsunabhängige, führende Fachzeitschrift der Bankbranche im deutschsprachigen Raum.

**Weitere Informationen erhalten Sie zusätzlich unter:**

ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH  
Marc Sieper  
Louise-Dumont-Straße 29  
40211 Düsseldorf  
Fon: +49 (0) 211 - 16 97 96 21  
Fax: +49 (0) 211 - 16 97 96 26  
E-Mail: [marc.sieper@anxo-consulting.com](mailto:marc.sieper@anxo-consulting.com)  
Web: [www.anxo-consulting.com](http://www.anxo-consulting.com)

**Über die Anxo Management Consulting GmbH:**

Die Anxo Management Consulting GmbH wurde 2002 durch den Eigentümer und Geschäftsführer Ralf Strehlau als Management Beratung mit Sitz in Düsseldorf und Frankfurt ins Leben gerufen. Die ANXO hat ihre Wurzeln im Bereich der marktorientierten Unternehmensführung. Veränderungsprozesse im Bereich Strategie, Marketing und Vertrieb zu gestalten und zu begleiten gehört seit vielen Jahren zu unseren Kernkompetenzen. Darüber hinaus verfügen wir über sehr spezialisiertes Know-how u.a. in den Bereichen Online Business und Social Media.

Weitere Informationen unter [www.anxo-consulting.com](http://www.anxo-consulting.com)