

Pressemitteilung

Dritte ANXO-Studie „Social Media Reifegrad der Finanzindustrie“ – deutlicher qualitativer Fortschritt im Vergleich zum letzten Jahr

Düsseldorf, Juni 2013 – Die bereits 3. Auflage der Studie „Social Media Reifegrad der Finanzindustrie – quantitatives und qualitatives Scoring von Finanzinstituten“ der ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH zeigt, dass Finanzdienstleister in Deutschland zunehmend auf das veränderte Informations-, Kommunikations- und Kaufverhalten ihrer Kunden reagieren. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Institute dem Thema „Social Media“ eine höhere Relevanz beimessen als noch 2010.

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 [Stichtag der Analyse 30. September 2012]. Hierfür wurden elf Social Media Instrumente und die Webseiten der Institute unabhängig und objektiv von außen anhand von 87 Kriterien geprüft.

Kernergebnis der aktuellen Studie ist, dass das Thema „Social Media“ bei den Finanzinstituten angekommen zu sein scheint. So haben alle analysierten Gruppen ihr Durchschnittsniveau steigern können. Hierbei ist insbesondere die Steigerung im qualitativen Teil der Analyse auffällig, die zeigt, dass zunehmend das Motto „Qualität vor Quantität“ gilt, denn der quantitative Ausbau ist ungleich schwächer ausgefallen.

Die Weiterentwicklung zeigt sich bspw. darin, dass im Gegensatz zum Vorjahr mittlerweile schon 40% der betrachteten Top-20 Banken und Top-10 Direktbanken die Möglichkeiten nutzen, ihre Social Media Auftritte mit ihrem bestehenden Internetauftritt zu verknüpfen. 2011 nutzen nur 27% der Institute diese Möglichkeit. XING und LinkedIn haben sich in der Finanzindustrie dagegen bereits etabliert – nahezu alle analysierten Unternehmen nutzen die Möglichkeit, sich auf diesen Portalen vorzustellen. Auch die weiteren Positionierungs-, Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten dieser Portale werden zunehmend genutzt. So setzen in diesem Jahr bereits 12 von 30 Unternehmen aus der Gruppe der Top-20 Banken und Top-10 Direktbanken auf die News-Funktion, während dies im Vorjahr nur 3 Unternehmen taten.

Diejenigen Social Media Instrumente, deren Einsatz mit einem höheren (Pflege-) Aufwand verbunden sind, werden jedoch immer noch vergleichsweise selten genutzt. So setzen nur 15% der Top-20-Banken und 10% der Direktbanken auf den Einsatz von Blogs. Eine eigene Community betreiben lediglich 7 (Vorjahr: 6) der 45 insgesamt analysierten Institute, ein eigenes Forum immerhin 5 (Vorjahr: 4) von 45.

„Während es in den Vorjahren nur einigen wenigen Instituten gelungen ist, sich dem wandelnden Informations-, Kommunikations- und Entscheidungsverhalten der

Kunden anzupassen und sich auch im Social Media Bereich entsprechend aufzustellen, haben viele Institute 2012 einen deutlichen Schritt in die richtige Richtung gemacht“, erklärt Marc Sieper, Manager bei Anxo Management Consulting.

Einen ausführlichen Artikel mit weiteren Informationen, Hintergründen und Analysen lesen Sie in der Juli-Ausgabe der Fachzeitschrift *Bankmagazin*, die am 15.07.2013 erscheint. Vorab lesen Sie bereits in der Online-Ausgabe des Bankmagazin einen Artikel zum Thema „Direktbanken und Social Media“, der am 04.07.2013 unter www.springerprofessional.de/finanzdienstleistungen-banken/ erscheint.

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

Weitere Informationen erhalten Sie zusätzlich unter:

ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH

Marc Sieper

Louise-Dumont-Straße 29

40211 Düsseldorf

Tel. +49 (0) 211 - 16 97 96 21

Fax +49 (0) 211 - 16 97 96 26

Fax: +49 (0) 6192 - 40269 29

E-Mail marc.sieper@anxo-consulting.com

Web www.anxo-consulting.com

Über die Anxo Management Consulting GmbH:

Die Anxo Management Consulting GmbH hat sich seit 2002 als Beratungsunternehmen bei der Steuerung von Veränderungsprozessen etabliert. Einer der Schwerpunkte ist die Beratung im Bereich E-/M-Commerce und Social Media – von der Entwicklung und Optimierung von Geschäftsmodellen bis zur Restrukturierung / Reorganisation von Unternehmen. Zum Team zählen daher Berater, die in unterschiedlichen Branchenfeldern zu Hause sind und aus vorherigen Tätigkeiten in der Industrie und bei Beratungsunternehmen ein hohes Maß an Kompetenz und Erfahrungen erworben haben.

Weitere Informationen unter www.anxo-consulting.com