

# Schweizer Banken floppen in sozialen Netzwerken

*von D. Nodari - Im internationalen Banking sind die Schweizer Finanzinstitute Weltklasse. Beim Umgang mit Social Media hinken sie dagegen hinterher, wie eine Analyse zeigt.*



So schneiden die Schweizer Banken in der Social Media-Analyse ab.

ein aus i

11

Empfehlen

6

Twittern

6

g+1

per E-Mail

**Zum Thema**



Social Medias:  
Firmensitz pflegen

Harsche Kritik:  
Bundesrat

Die Banken haben die Social-Media-Kanäle für die Kommunikation mit ihren Kunden entdeckt. Doch während die Schweizer Geldinstitute international einen sehr guten Ruf haben, tun sie sich auf Facebook und Co. schwer. Das zeigt eine Analyse von Moneyland.ch. Das Schweizer Finanzportal kommt zum Schluss: «Während einige internationale Banken bereits souverän im digitalen Netz agieren, ist bei der Mehrheit der Schweizer Banken noch immer keine überzeugende Social-Media-Strategie zu erkennen.»

«Die aktive Nutzung von Social Media ist ein Zeichen für eine moderne Bank», erklärt Benjamin Manz, der Geschäftsführer von Moneyland.ch, auf Anfrage von 20 Minuten. Er ist überzeugt, dass die digitale Welt immer wichtiger wird. Via Social Media könne interaktiv mit Kunden kommuniziert werden. «Auch allfällige Shitstorms werden so rasch erkannt und es kann darauf reagiert werden.»

Bildstreifen



Diese Firmen bekommen gute Noten auf Kununu

Internet-Giganten im Kaufrausch

Madonna auf Instagramm

## Schweizer Banken im Hintertreffen

In der Analyse wurden 20 Schweizer und 50 international relevante Banken analysiert. Weltweit führend ist demnach die australische Commonwealth Bank vor der Bank of America, der ASB Bank aus Neuseeland, der National Australia Bank und der niederländischen ABN AMRO.

Im internationalen Vergleich kommen die Credit Suisse auf Rang 6 und die UBS auf Rang 40 von 50 untersuchten Banken. Bei einem rein schweizerischen Vergleich führt die CS die Rangliste an, gefolgt von der Postfinance, Swissquote, UBS und der Banque Cantonale Vaudoise.

## «Unterdurchschnittliche Performance»

Für Moneyland.ch ist klar: «Im Vergleich zu den Social-Media-Auftritten der international führenden Banken sind die Schweizer Banken deutlich im Rückstand. Im Durchschnitt erreichen die untersuchten 20 Schweizer Banken gerade einmal 45 Prozent der maximalen Punktzahl (international sind es 69 Prozent).»

Besonders hapert es bei den Vermögensverwaltungsbanken: Im Private Banking und Wealth Management tätige Institute wie Pictet & Cie, Lombard Odier, Bank Vontobel, Bank Julius Bär und Bank J. Safra Sarasin performen in den sozialen Medien klar unterdurchschnittlich. Vor dem Hintergrund der weltweit steigenden Bedeutung von Social Media und dem vermehrten Bedürfnis der Kunden nach Transparenz erstaunt das Defizit der Schweizer Banken.

Seit 2009 verfolge die Credit Suisse eine übergeordnete Kommunikationsstrategie, die auch soziale Medien beinhaltet, heisst es bei der CS auf Anfrage. «Grundsätzlich unterstützen, verstärken oder ergänzen Social-Media-Kanäle die bestehenden Kommunikationsmassnahmen der Credit Suisse, die letztlich alle darauf ausgerichtet sind, Mehrwert für unsere Anspruchsgruppen zu generieren», sagt Mediensprecherin Valeria Ancarani. Twitter, Facebook und Google+ würden genutzt, um News und Informationen zum Unternehmen zu teilen. Hier werde der Fokus vor allem auf multimediale Inhalte gelegt. Über LinkedIn und Xing postet die CS Stellenangebote und ausgewählte Beiträge.