Social Media: Schweizer Banken überzeugen nicht

von Marcel Wüthrich +

20. November 2013 - **Das Schweizer Finanzportal Moneyland.ch hat die Social-Media-Auftritte von 50 internationalen und 20 Schweizer Banken analysiert. Die untersuchten Schweizer Banken wussten dabei nicht zu überzeugen.**

Die Plätze 1 bis 10 der Social-Media-Auftritte von Schweizer Banken. (Quelle: Moneyland.ch)

Das Schweizer Finanzportal Moneyland.ch hat eine Untersuchung der Social-Media-Auftritte von 50 internationalen Banken sowie von 20 Schweizer Banken durchgeführt. Die Auftritte der Schweizer Banken vermochten dabei nur mässig zu überzeugen. Moneyland.ch schreibt: "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) – dabei sind bei der Punktvergabe einfach zu erfüllende Kriterien angewendet worden."

Unter anderem hat sich gezeigt, dass zwei der untersuchten Schweizer Banken auch heute noch über kein aktives Facebook-Profil verfügen. Zudem hapere es auch bei der Aktivität und Interaktion der Schweizer Banken auf Facebook. Bedenklich: Nur vier Schweizer Banken haben angeblich auf eine Testanfrage von Moneyland.ch via Facebook geantwortet. Ein überzeugendes Facebook-Profil würde sich aber durch eine ständige Betreuung, qualitativ überzeugenden Content und die effiziente Beantwortung offener Fragen der Nutzer auszeichnen, heisst es. Zu Twitter – für Banken ein wichtiger Kanal – schreibt **Moneyland.ch**, dass Schweizer Banken diesen Kanal noch zu wenig aktiv nutzen. So kommuniziert über die Hälfte der Banken noch nicht interaktiv mit seinen Followern über Twitter, so die Studie.

Bei Linkedin verfügen 17 von 20 Schweizer Banken über ein Profil. Ein hohes Mass an Interaktion sei aber nicht festzustellen. 13 von 20 Banken nutzen den Linkedin-Kanal noch nicht interaktiv und die Qualität der Beiträge sei bei ebenfalls 13 Banken noch nicht zufriedenstellend. Einen Youtube-Account haben derweil 16 von 20 Schweizer Banken. Aber: "Den meisten Youtube-Profilen mangelt es an Aktivität und Interaktion. Bei 19 von 20 Banken findet kaum oder gar keine Interaktion zwischen Bank und Nutzern statt. Kein Wunder: über die Youtube-Videos werden häufig einfache Werbebotschaften statt nützliche Hintergrundinformationen zu finanz- und wirtschaftsrelevanten Themen kommuniziert", kritisiert **Moneyland.ch**. Google+ schliesslich ist für Banken aktuell noch kaum relevant. 13 von 20 Banken würden noch nicht einmal über ein Google+-Profil verfügen und nur zwei Banken würden qualitativ überzeugende Inhalte via Google+ publizieren.

Die Schweizer Bank mit dem besten Social-Media-Auftritt ist ganz klar die **Credit Suisse**, die gut 85 Prozent der möglichen Punktzahl erhält. Auf Platz 2 folgt **Postfinance** mit 69 Prozent, vor Swissquote und **UBS** mit je 65 Prozent und der Banque Cantonale Vaudoise mit 62 Prozent. Bereits die Bank Coop auf Platz 9 erreicht derweil nicht einmal mehr 50 Prozent der maximalen Punktzahl. Und besonders hapere es bei den Vermögensverwaltungsbanken, so Moneyland.ch: "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. Aber auch der Grossteil der Schweizer Retailbanken kümmert sich noch nicht intensiv um die eigenen Social-Media-Auftritte."

Im internationalen Vergleich liegen Banken aus Australien und Neuseeland weit vorne, aber auch Banken aus den Niederlanden würden viel Wert auf Social Media setzen. Im internationalen Vergleich schaffen es die Credit Suisse auf Rang 6 und die UBS auf Rang 40 von 50 untersuchten Banken.