

## EINSTIEGSHILFE IN SOCIAL MEDIA FÜR FINANZINSTITUTE

Der Ingenieur Daniel Isler hat die Plattform «Switzerbank» im Herbst 2007 aufgeschaltet. Sie soll sozusagen das digitale Zeitalter in der Vermögensberatung einläuten. Aber im Gegensatz zu den Social-Media-Plattformen ist dies immer noch One-Way-Kommunikation. Darauf angesprochen, ob er diese Plattform auch für die interaktive Dialogkommunikation öffnen wolle, meint er: «Soweit sind wir noch nicht. Wir bieten den Vermögensverwaltern die Gelegenheit, sich via unsere Plattform potenziellen Kunden zu präsentieren. Den Kunden wiederum ermöglichen wir eine effiziente und sehr persönliche Auswahlmöglichkeit. In einer nächsten Ausbaustufe wird dann die interaktive Kommunikation eingebaut.»

Vorläufig beschränkt sich die Plattform Switzerbank auf ihre Funktion als eine Art Beauty Contest für Vermögensverwalter. Wobei Isler betont, dass es hier nicht etwa wie bei den üblichen Schönheitskonkurrenzen um das Aussehen, wohl aber um Sympathie und Empathie gehe. Vermögensverwaltung habe viel mit Vertrauen zu tun. Das aber könne man erst haben, wenn man die Person kennen lerne. Switzerbank wolle diesen Auswahlprozess erleichtern und effizienter machen, erklärt Isler. Inzwischen zeigten auch Versicherungen Interesse an seiner Plattform, so Isler. Er sei im Gespräch mit einer grossen Versicherungsgesellschaft.

**Fortschrittliche Kantonalbanken**

Zur eigentlichen Avantgarde, die ihre Kundenberater im Internet präsentiert, gehören die Kantonalbanken. «Bereits 10 von insgesamt 24 Kantonalbanken haben ihre Vermögensberater aufgeschaltet», erklärt Isler stolz. Zusammen mit Nils Hafner vom Institut für Finanzwirtschaft IFZ in Zug hat Isler eine Studie über den Internet-Auftritt der Kantonalbanken verfasst. Keine Rolle spielt dabei die Grösse des Finanzinstituts. Fünf dieser zehn Kantonalbanken gehören zu den grössten neun und vier zu den kleinsten fünf. Hinsichtlich Anzahl präsentierter Kundenberater führt klar die Berner Kantonalbank mit 720 Kundenberaterprofilen im Internet, gefolgt von der Thurgauer Kantonalbank mit 200 und 8 weiteren Kantonalbanken mit jeweils weniger als 70 Beratern. Die Kantonalbanken von Bern, Appenzell, Nidwalden, Obwalden, Thurgau und Uri präsentieren praktisch alle ihre Kundenbetreuer. Jene von Basel-Stadt, Graubünden, Luzern und Zug jedoch nur einen Teil davon. Alle 10 Kantonalbanken stellen ihre Kundenbetreuer mit Name, Foto und Kontaktdaten vor. Dies allerdings sehr statisch. Videos kommen noch keine zum Einsatz.

**Aus der Studie leiten die Autoren drei Thesen ab:**

- Sich zeigen schafft Vertrauen: Viele Kantonalbanken pflegen im Gegensatz zu ihrer Konkurrenz einen erfrischend transparenten und authentischen Internet-Auftritt. Für die Autoren der Studie sind die Kantonalbanken «die Obamas» des Schweizer Finanzplatzes.
- Das Dilemma mit der persönlichen Kundenbindung: Für viele Kunden ist die persönliche Beratung der entscheidende Faktor für die empfundene Qualität der Bankdienstleistung. Die Banken haben jedoch eine gewisse Ambivalenz gegenüber der starken persönlichen Bindung des Kunden an seinen Berater. Verlässt nämlich der Berater die Bank, dann ist die Gefahr gross, dass der Kunde mit ihm geht.
- Mitarbeiter von Kantonalbanken sind loyaler: Vor allem grössere Banken zögern mit der Präsentation ihrer Kundenberater im Internet, weil sie befürchten, diese würden von Personalvermittlern oder von der Konkurrenz abgeworben. Bei den Kantonalbanken scheint diese Gefahr weniger gross, denn jede zweite Kantonalbank präsentiert ihre Kundenberater im Internet.