

29.07.2008

Banken zu zögerlich beim Einsatz von Web-2.0-Instrumenten

Banken verschenken Chancen für die interne und externe Kommunikation, weil sie kaum Web-2.0-Instrumente einsetzen: "Viele Finanzdienstleister fürchten einen Kontrollverlust, wenn sie Methoden des Web 2.0 einführen. Dabei können sie mit ‚User-generated Content‘ internes Wissen besser verfügbar machen, die Vernetzung innerhalb des Unternehmens fördern, kollaboratives Arbeiten ermöglichen und auch die Interaktion mit den Kunden verbessern", erklärt Roland Hölscher, Partner der Unternehmensberatung microfin.

Anders als in Branchen wie Pharma oder Reise stecken die Web-2.0-Aktivitäten der Banken noch in den Kinderschuhen, so die Erfahrung der Experten von microfin. Gerade bei der Organisation, Bündelung und Vermittlung des internen Wissens zeigt das Web 2.0 seine Stärken: Themenspezifische Informationskanäle zum Beispiel dienen als Informationspool, der von den Mitarbeitern laufend erweitert und kommentiert wird. Verschlagwortete Linklisten ("Social Bookmarks") sorgen dafür, dass Informationen schnell und einfach gefunden und ausgetauscht werden. Mithilfe von News-Tickern ("RSS-Feeds") werden die Mitarbeiter automatisch benachrichtigt, wenn neue Inhalte eingestellt wurden.

Zudem können Banken mit Web-2.0-Instrumenten die Vernetzung der Mitarbeiter fördern - etwa durch das Etablieren eines Social Networks, das einen Zugang zu Mitarbeitern oder auch externen Experten anhand ihrer Kompetenzen, Interessen und Aufgaben ermöglicht. "Qualifizierte, erfahrene Mitarbeiter gehören zu den wichtigsten Assets eines Finanzdienstleisters. Gerade in Banken werden wichtige Wissens- und Leistungsträger jedoch oft dezentral eingesetzt. Social Networks führen die Experten standort- und abteilungsübergreifend zusammen", erläutert Roland Hölscher von microfin.

Auch in der externen Kommunikation können Banken Web-2.0-Instrumente sinnvoll einsetzen: Callcenter-Mitarbeiter sind mit Wikis besser für Kundenanfragen gerüstet; Corporate Blogs dienen dazu, Kundenfragen moderiert zu beantworten, Feedback und Anregungen einzuholen und den Austausch zu Produkten und Services zu organisieren.

Die Berater von microfin erwarten, dass Banken ihre zögerliche Haltung beim Einsatz von Web-2.0-Instrumenten nach und nach aufgeben werden: "Gerade jüngere Mitarbeiter nutzen privat soziale Netzwerke, Wikis und Newsfeeds intensiv - sie haben deren Vorteile längst erkannt", so Roland Hölscher. "Wir gehen davon aus, dass dieser selbstverständliche Umgang mit dem Web 2.0 dazu führen wird, dass sich auch Finanzdienstleister diesen Methoden öffnen. Dabei werden einfach umzusetzende interne Web-2.0-Applikationen wie etwa der Aufbau eines Wikis die Türöffner sein."