

Social Media

Sparkassen im Dialog

Die Umfragen zum Thema sind zahllos – und alle mit demselben Tenor: Die Finanz- und Eurokrise verunsichert die Bundesbürger, eine Mehrheit hat Angst um ihr Erspartes. Um die in der aktuellen Situation auftretenden Fragen zu beantworten, hat die Sparkassenorganisation am 10. Dezember ein Online-Dialogangebot gestartet. Auslöser für die Erstellung der Plattform war die Schwierigkeit, mit der Occupy-Bewegung in Dialog zu treten. Da es dort keine festen Organisationsformen beziehungsweise Ansprechpartner gibt, kann dies nur über offene Plattformen gelingen.

Mit der Facebook-Seite www.facebook.com/sparkassen.im.dialog will man sich aber nicht nur Occupy-Aktivisten stellen. Vielmehr können alle Interessierten Fragen stellen, Kritik äußern und mit den Sparkassen über die Finanzkrise diskutieren. So will man die Positionen derer kennenlernen, die sich Sorgen machen und Veränderungen erreichen wollen. Gleichzeitig sollen Struktur und Geschäftsphilosophie der Sparkassenorganisation als Antwort auf die Finanzkrise dargestellt werden. Und die Plattform soll auch den Vorschlägen des DSGVO zur Regulierung der Finanzmärkte ein Forum bieten.

Im Wettbewerb zu den durchaus unterschiedlich ausgeprägten Social-Media-Aktivitäten einzelner Sparkassen sieht der DSGVO die neue Plattform schon wegen der grundsätzlichen Themen, die dort diskutiert werden, nicht. Im Gegenteil: Der Dialog zur Finanzkrise könnte möglicherweise sogar die einzelnen Häuser entlasten und die Diskussion in ihren Foren auf eher lokale Themen lenken. Denn der Aufwand für eine konsequent betriebene Diskussion auf Facebook ist beträchtlich.

Schon vom Start weg war das Interesse an dem neuen Forum sehr groß, berichtet der DSGVO. Noch vor der offiziellen Bekanntgabe via Pressemitteilung wurde das vierköpfige Redaktionsteam regelrecht von Diskussionsbeiträgen überhäuft und stieß an die Grenzen der Belastbarkeit. Denn der Kommunikation in sozialen Medien ist es nun einmal eigen, dass die Diskutanten möglichst umgehend ein Feedback auf ihre Anmerkungen erwarten. Ist die zeitliche Verzögerung zu groß (wobei Vielen eine Stunde schon als lang gilt), hagelt es Kritik. Würde dies zur Regel, würde die Plattform sich von selbst als „gewollt und nicht gekonnt“ oder – schlimmer noch – bloß halbherzig betrie-ben diskreditieren.

Es scheint also, als habe der DSGVO den Aufwand unterschätzt. Hier wird organisatorisch vielleicht noch etwas nachgebessert werden müssen. Dabei ruhen die Hoffnungen auch auf den Mitarbeitern der Sparkassenorganisation. Sie können Stellungnahmen zwar nicht unter dem S-Button einstellen, der dem Redaktionsteam vorbehalten bleibt. Es könnte sich aber als durchaus hilfreich erweisen, wenn sie sich in Diskussionsbeiträgen als Sparkassler zu erkennen geben und der DSGVO dann auf ihre Beiträge zu bestimmten Themen verweisen könnte, heißt es aus Berlin. Hier wird sich manches noch einspielen müssen.

Auch die „Selbstreinigungskraft“ der sozialen Medien wird es vermutlich da und dort erübrigen, ausführlich auf überkritische Beiträge einzugehen. Dies wurde bereits zum Start anhand einer Diskussion über die vermeintliche Bedeutung des Sparkassenlogos deutlich. **Red.**