

Bücher

Web 2.0 und soziale Netzwerke

Andreas Grahl (Hrsg.): Web 2.0 und soziale Netzwerke – Risiko oder strategische Chance? Handlungsoptionen für die Zukunftsperspektive von Kreditinstituten, Bank-Verlag GmbH, Köln 2011, 482 Seiten, € 89,-, ISBN 978-3-86556-265-4.

Nach wie vor stehen Kreditinstitute sozialen Netzwerken eher skeptisch gegenüber. Zahlreiche Genossenschaftsbanken und Sparkassen etwa sind im Web 2.0 noch nicht sonderlich aktiv. Die Angst vor möglichen Shitstorms ist einfach noch zu groß. Und nachhaltig erfolgreich agieren auf diesen Plattformen nur ganz wenige Institute. Es reicht eben nicht aus, einfach nur eine Facebook-Seite zu starten und über ein i-Pad-Gewinnspiel möglichst viele Likes zu bekommen.

Um die strategischen Chancen von Social-Media-Plattformen zu nutzen, bedarf es einer durchdachten Strategie und insbesondere entsprechender Mitarbeiter – und zwar auch auf den obersten Führungsebenen.

Der 482 Seiten starke Herausgeberband will die Risiken, aber auch die strategischen Chancen aufzeigen, die das Web 2.0 und soziale Medien bereithalten. Nach einem Vorwort des Herausgebers widmet sich das erste Kapitel in fünf Beiträgen dem veränderten Kundenverhalten und den notwendigen Antworten von Kreditinstituten darauf. Auf die gestiegene Mobilität der Menschen auch im Kommu-

nikationsverhalten muss mit einer angepassten Kundennähe reagiert werden. Mit der Entwicklung vom Online-Banking zum „Web 2.0 Banking“ beschäftigt sich in acht Beiträgen das zweite Kapitel. Erfahrungsberichte unter anderem aus der Fidor Bank, der DAB Bank oder der Unicredit Bank veranschaulichen in Ansätzen eine mögliche Umsetzung.

Das dritte Kapitel (drei Beiträge) und das vierte Kapitel (vier Beiträge) widmen sich intensiver den Themen Mobile Banking und Mobile Payment, während das abschließende fünfte Kapitel in drei Artikeln den Fragen nach Sicherheit und rechtlichen Rahmenbedingungen nachgeht. Eine ausführliche Darstellung von Herausgeber und Autoren sowie ein Stichwortverzeichnis runden das Buch ab.

Insgesamt bietet das Werk einen guten Überblick über Trends und Entwicklungen in Web 2.0 und sozialen Medien. Dabei haben die insgesamt 37 Autoren – lediglich vier davon sind zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bei Kreditinstituten beschäftigt, die Mehrzahl bei Beratungs- und IT-Unternehmen – ihren Schwerpunkt in erster Linie auf die teilweise wissenschaftliche Aufarbeitung der Thematik und weniger auf die praxisrelevante Darstellung von Fachkonzepten gelegt. Angesichts des Untertitels „Handlungsoptionen ...“ wären an manchen Stellen allerdings durchaus konkretere und praktisch umsetzbare Aussagen wünschenswert gewesen. **KD**