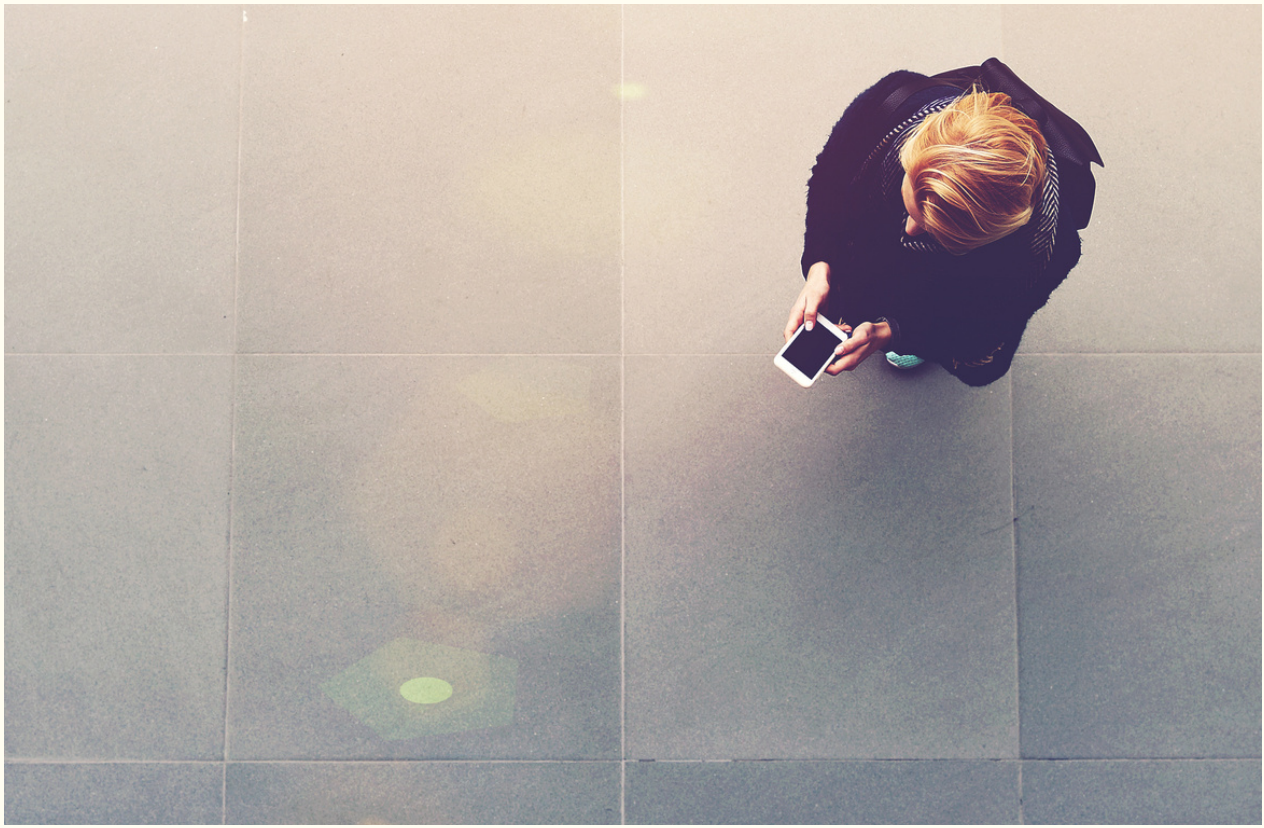




ZUKUNFT GESTALTEN

SOCIAL MEDIA-STUDIE 2023

**EXKLUSIVER AUSZUG:
DEUTSCHE ASSET MANAGER**



ZUKUNFT GESTALTEN

Über 30 Mio. Nutzer haben in Deutschland einen Facebook-Account. Fast 50 Mio. Menschen erreicht YouTube monatlich. Instagram ist als neuer Platzhirsch etabliert und TikTok rauscht mit beeindruckenden Wachstumszahlen heran. Die Komplexität im digitalen Raum ist enorm gestiegen und die rasante Entwicklung von Social Media beeinflusst alle Branchen. Dabei stehen viele unserer Kunden vor einem Dilemma: Gründlich die Hausaufgaben machen oder direkt auf den nächsten Zug aufspringen?

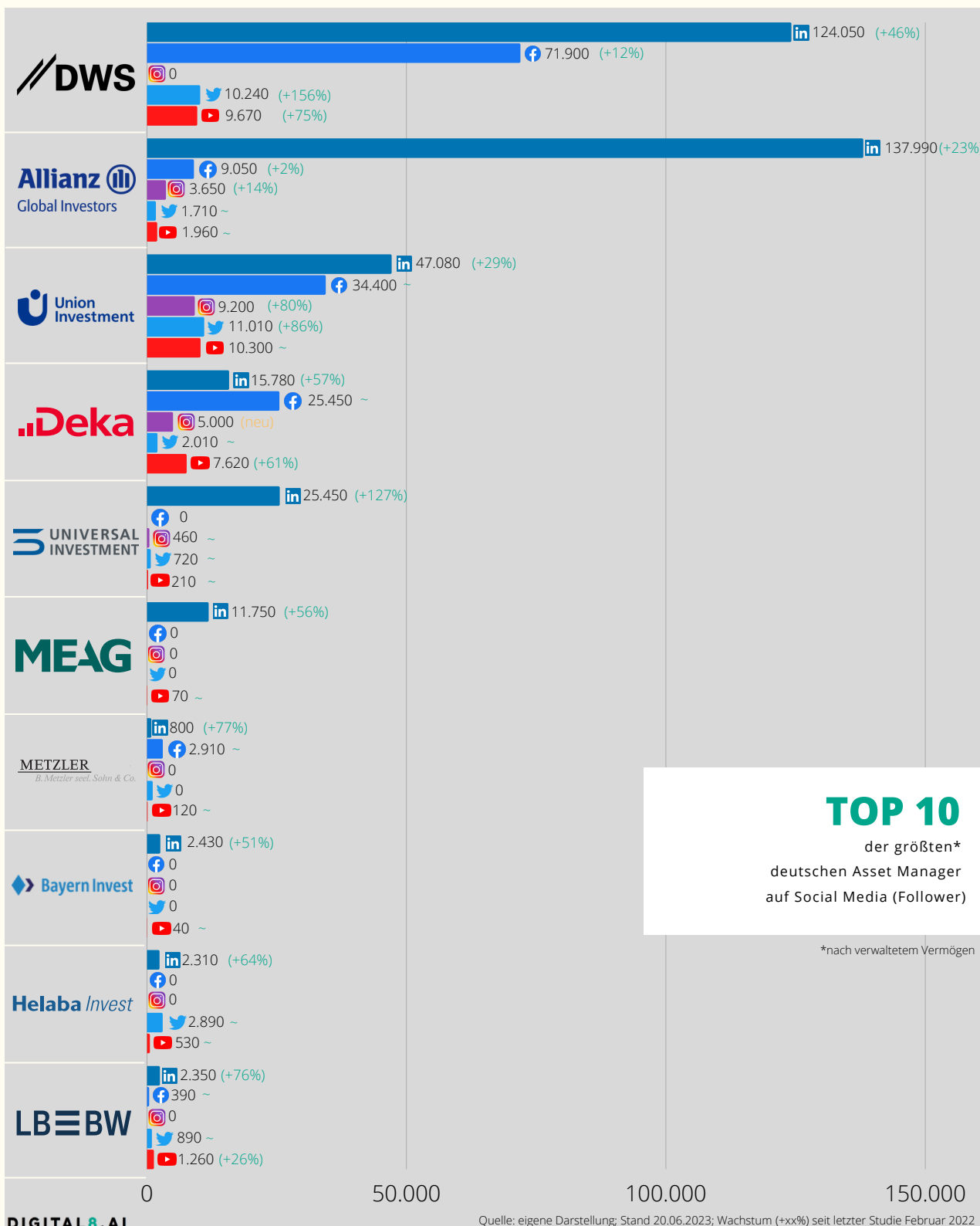
Gerade für Finanzinstitute bedeutet Social Media DIE große Chance, sich den Kunden über neue Kanäle zu nähern und von einseitiger Kommunikation in einen Dialog überzugehen. Dadurch können neue Produkte und Services entwickelt werden, die den Kunden Mehrwert und den Instituten mehr Vertrauen und eine stärkere Kundenbindung ermöglichen.

Nach 2022 haben wir auch in 2023 die großen Asset Manager und ihre Social Media-Zahlen analysiert - mit spannenden Ergebnissen! Viel Spaß beim Lesen!

PAUL VON PREUSSEN
JONAS F. SOWA
FOUNDER DIGITAL8.AI

ÜBERBLICK DEUTSCHE ASSET MANAGER

Alle der 15 größten deutschen Vermögensverwaltungen sind auf Social Media vertreten. Doch nur wenige weisen relevante Followerzahlen auf. Die Top 10, Stand Juni 2023

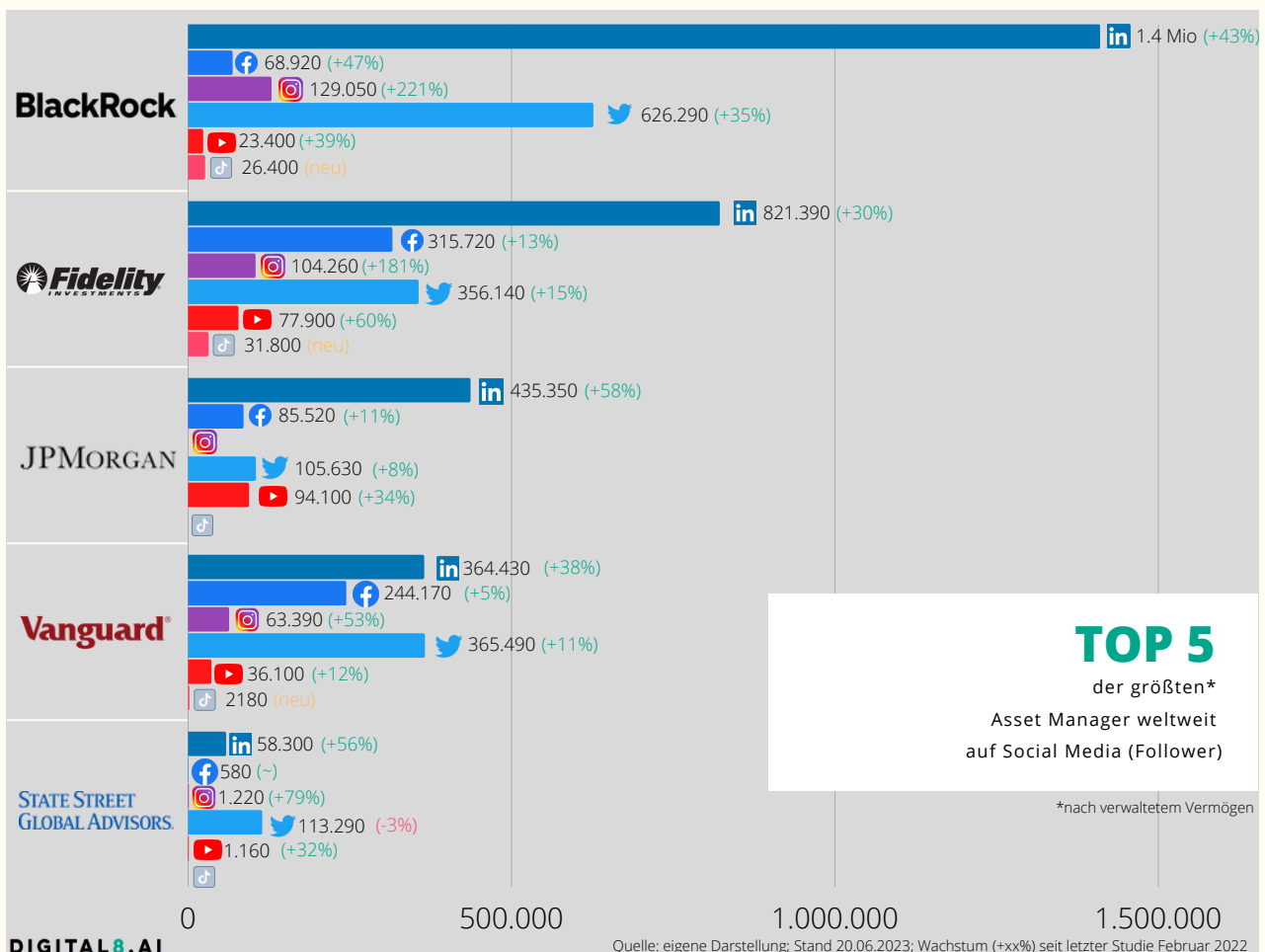


TOP 10
 der größten*
 deutschen Asset Manager
 auf Social Media (Follower)

*nach verwaltetem Vermögen

ÜBERBLICK INTERNATIONALE ASSET MANAGER




Die großen internationalen Vermögensverwaltungen im Vergleich: Hohe Followerzahlen bei BlackRock und Fidelity, darunter nimmt die Reichweite schnell ab. Abgesehen von der absoluten Spitzengruppe können sich die deutschen Marktführer AGI, DWS und Union Investment auch mit den internationalen Playern messen. Neben LinkedIn ist Twitter der wichtigste Kanal, um mit Stakeholdern in den Dialog zu gehen. Blackrock, Fidelity und Vanguard sind zudem auf TikTok gestartet.



**JP Morgan nur auf Twitter und LinkedIn mit separatem Asset Management Account

WEITERE INSIGHTS




Die meisten Posts seit Jahresbeginn (ytd)

1. Union Investment 	466
2. Deka 	139
3. DWS 	132




International

1. Fidelity 	2.100
2. Vanguard 	742
3. Fidelity 	300




Größtes Followerwachstum (ytd)

1. Union Investment 	23%
2. DWS 	13%
3. Universal Investment 	10%



International

1. Blackrock 	41%
2. Fidelity 	20%
3. State Street 	18%


Post Interaktion (Kanäle ab 1.000 Follower)

1. Deka 	2,0%
2. AGI 	1,1%
3. Union Investment 	0,9%

International

1. Blackrock 	1,2%
2. State Street 	1,2%
3. Vanguard 	0,3%

Top 10 Posts (2023 ytd, Deutschland)

		Content	Likes	Kommentare
1	 Deka 3/20/23 10:23 AM	 Einfach mal 1.000 Euro geschenkt bekommen? Gönn dir. Was Du dafür tun musst? ❤️ Like diesen Beitrag ☑️ Folge uns dekabank und Du nimmst automatisch	3.5k	703
2	 unioninvestment 4/20/23 9:35 AM	Frauen handeln häufig anders als Männer. Das gilt für viele Bereiche des Lebens - auch beim Sparen und der Investition in #Aktien. Wie sich #Frauen und	535	30
3	 unioninvestment 2/22/23 3:46 PM	Alle Jahre wieder haben viele #Anleger Grund zur Freude: Sie bekommen eine Extrazahlung – eine #Dividende. Doch was ist eine Dividende genau? Wer	389	10
4	 unioninvestment 2/1/23 11:35 AM	Schon gemerkt? Seit Januar wurde das #Kindergeld deutlich erhöht. Mit der neuen Regelung haben Familien mit 2 Kindern nun jährlich 744 € mehr in der	362	47
5	 Union Investment 6/15/23 2:00 PM	 Schönstes Sommerwetter, gute Laune und Feierstimmung: Für die diesjährige J. P. Morgan Corporate Challenge haben sich über 55.000	279	3
6	 Union Investment 2/17/23 1:48 PM	Zahlen sind unsere Leidenschaft! Beim #FondsKompass von @capitalmagazin haben wir zum 21. Mal in Folge die Höchstnote von	272	1
7	 Deka 4/9/23 10:30 AM	 Wir wünschen ein frohes Osterfest und schöne Feiertage mit der Familie! 🐰 🥰	225	3
8	 Allianz Global Invest... 1/3/23 7:00 AM	 Gute Vorsätze? Gehören zu Silvester und Neujahr wie klebrige Berliner und das ewige „Dinner for One“. Und die Klassiker der Vorsätze? Mehr Sport, klar. Weniger	202	1
9	 Allianz Global Invest... 6/6/23 7:00 AM	 Führt das große Ausbalancieren zu "Gleichgewichtsstörungen"? Wenn Angebot und Nachfrage ins Ungleichgewicht kommen, reagiert	191	3
10	 Allianz Global Invest... 1/22/23 7:00 AM	 Hundeblick und Katzenschnurren sind nicht nur etwas fürs Herz von Herrchen oder Frauchen – sondern auch für die Geldanlage. Die	190	0

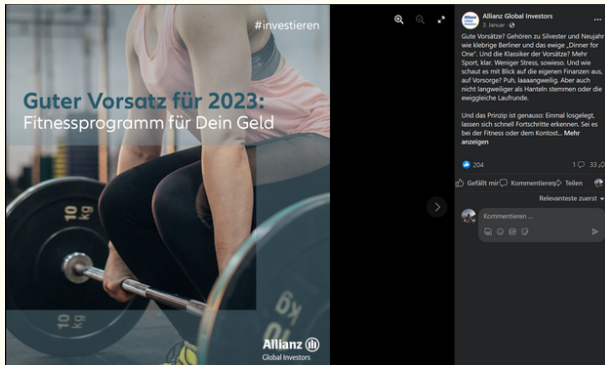
Hinweis:

- In der Analyse können wir als Drittpartei nicht zwischen organischer sowie bezahlter Interaktion differenzieren. Die Zahlen beinhalten ggf. durch Werbung finanzierten Followerwachstum oder Likes, etc.
- Eine Tiefenanalyse (historische Werte, Verläufe, ...) ist bei LinkedIn nicht möglich, da hier seit 2020 keine APIs mehr seitens der Plattform bereitgestellt werden.
- Betrachtet wurden die 15 größten Institute nach AuM in DE, sowie die 10 größten global.

POST INSIGHTS /DETAILS

Der meist-gelikte Post auf Facebook 2023

AGI: Guter Vorsatz 204 Likes



International

Vanguard: Persist 1.755 Likes



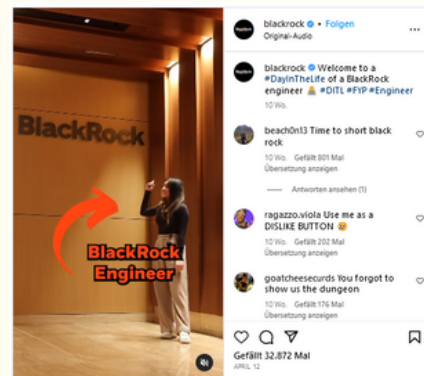
Der meist-gelikte Post auf Instagram 2023

Deka: Knapp bei Kasse 3.534 Likes



International

Blackrock: A Day as... 32.827 Likes



Der meist-gelikte Post auf Twitter 2023

Union Inv.: Ist ja typisch! 522 Likes



International

Blackrock: Credit Suisse 2.625 Likes



ERKENNTNISSE

Deutsche Asset Manager

- **DWS, Allianz Global Investors und Union Investment** erreichen kumuliert jeweils eine sechsstellige Followeranzahl und bilden die Spitzengruppe.
- Wachstumstreiber sind LinkedIn, Instagram und Twitter, Facebook stagniert.
- Seit 2022 sind kaum neue Kanäle (2x Instagram) aufgebaut worden.
- **LinkedIn** ist bei 7 der 10 größten deutschen Asset Managern die erfolgreichste Social Media-Plattform und ist außerdem die einzige Plattform, auf der alle Institute vertreten sind.
- Lediglich 4 Institute sind bei **Instagram** vertreten (2 mehr als in 2023). Auf **TikTok** wagt sich noch niemand.
- Abgesehen von den Top 4 werden von den weiteren Instituten (Top 10 nach AuM) nur noch marginale Followerzahlen erreicht. Der "Tail-End" (kleinere Institute) wurde von uns bisher nicht strukturiert untersucht, enthält vereinzelt aber Institute, die mit den Top 10 mithalten können, z.B. **Flossbach von Storch** (u.a. 15.900 Follower auf Twitter, 9.500 auf Youtube).

Internationale Asset Manager

- **LinkedIn** ist bei den großen internationalen Asset Managern ebenfalls die erfolgreichste Social Media-Plattform, gefolgt von **Twitter**.
- Alle Institute sind auf min. 4 Plattformen vertreten, wenn teilweise auch mit sehr geringen Followerzahlen. Vanguard, Blackrock und Fidelity sind auf **TikTok**.
- **Blackrock** führt beim **Follower-Wachstum** und der **Interaktion**, **Fidelity** bei der **Aktivität**.

VERGLEICH

- **LinkedIn** ist bei deutschen und internationalen Instituten die beliebteste Plattform.
- Deutsche Institute setzen noch verstärkt auf Facebook, während bei den internationalen Playern der weitere Fokus auf Twitter und Instagram liegt, Facebook spielt hier eine untergeordnete Rolle.
- Beim **Followerwachstum** und der **Aktivität** liegt die internationale Spitzengruppe vor den deutschen Instituten. Diese haben allerdings oftmals eine höhere **Interaktion** - womöglich bedingt durch die geringere Followeranzahl (kleine Kanäle haben oft höhere Interaktionsraten).

ERFOLGSFAKTOREN

Im Rahmen der Analyse der 10 größten deutschen und 5 größten internationalen Vermögensverwalter haben wir folgende Faktoren als besonders erfolgskritisch identifiziert:

1. Eine übergreifende Strategie und Steuerung ist essentiell

Social Media ist DER Kundenkontaktpunkt der Zukunft, entsprechende Priorität ist wichtig.

2. Ziele setzen und analysieren

Social Media ist kein Selbstzweck und kein Selbstläufer.

3. Kundenfeedback aktiv nutzen

Gewonnene Daten nutzen, um neue Produkte, Dienstleistungen und Vorteile für den Kunden zu entwickeln.

4. Inhalte entwickeln, die wirklichen Mehrwert schaffen und zur Interaktion anregen

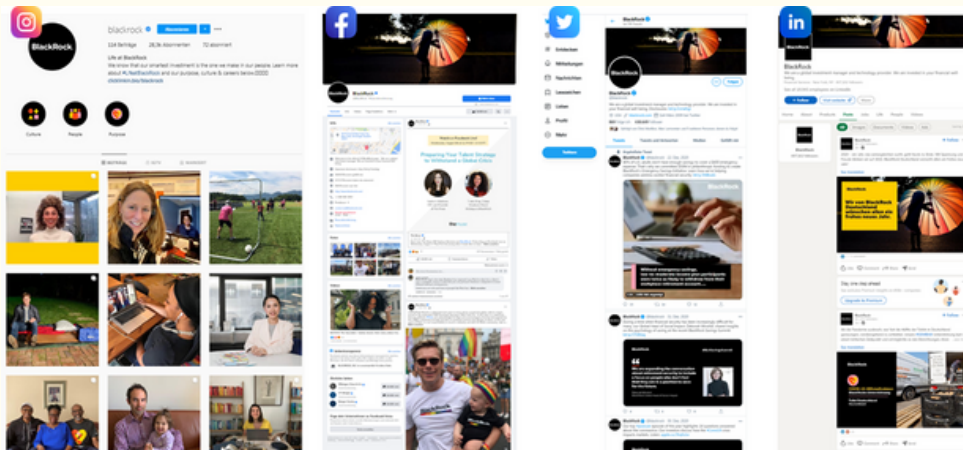
„Giving“ Content is King! (Welchen Mehrwert bringt der Inhalt meiner Zielgruppe?). z.B. How-Tos oder Bilder und Videos von Führungskräften oder Experten des Instituts (Vertrauen).

5. Top-Down vorleben

Vorstände sind die wichtigsten Multiplikatoren, eigene und authentische Profile vermenschlichen die Marke und schaffen Vertrauen.

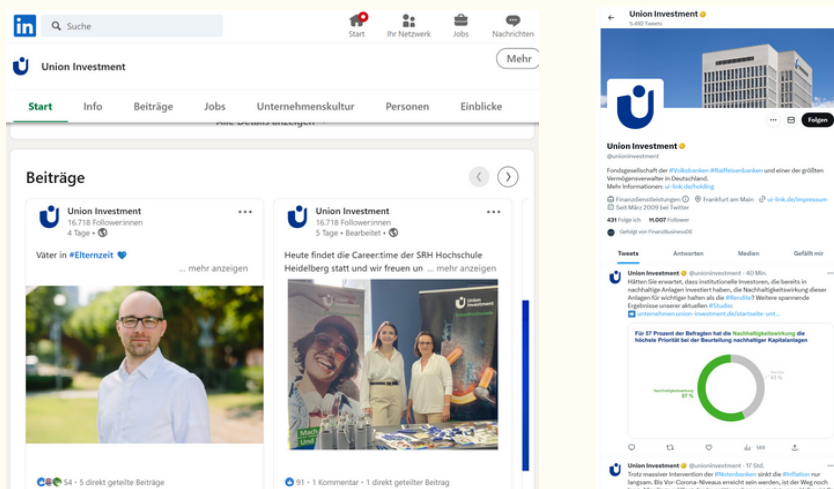
BEST PRACTICE

Individuelle Kanalstrategie: Blackrock



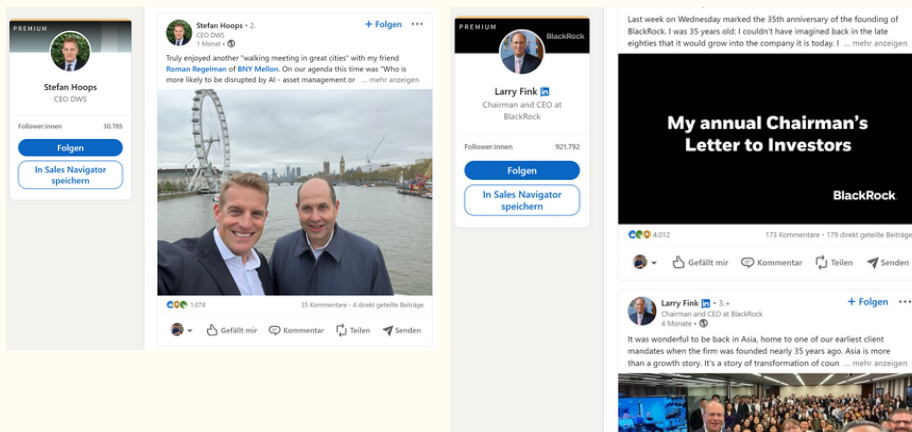
- Übergreifende Konzeption und Konkretisierung individueller Kanalstrategien
- Hier: Talent (Instagram), PR/CSR (Facebook, LinkedIn), Insights (Twitter)
- Entwicklung eines Mission-Statements je Kanal

Relevante & regelmäßige Inhalte: Union Investment



- Regelmäßigkeit im Posting
- Inhalte, die zur Zielgruppe passen und wirklichen Mehrwert liefern
- Hier: Aktuelle und relevante News mit täglichem Posting (Twitter)
- Durchdachter, harmonischer Feed mit sehr hochwertigem Gesamteindruck

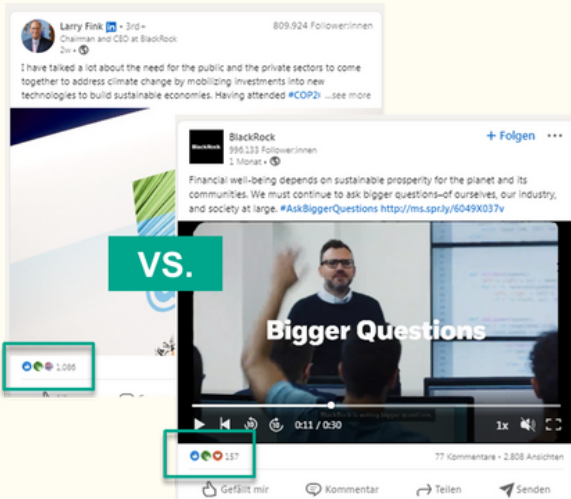
Leadership Involvement: DWS, Blackrock



- Vermenschlichung der Marke: Menschen folgen Menschen
- Wichtiger Multiplikator (Reichweite, Know-How)
- Hier: Stefan Hoops (DWS), Larry Fink (Blackrock)

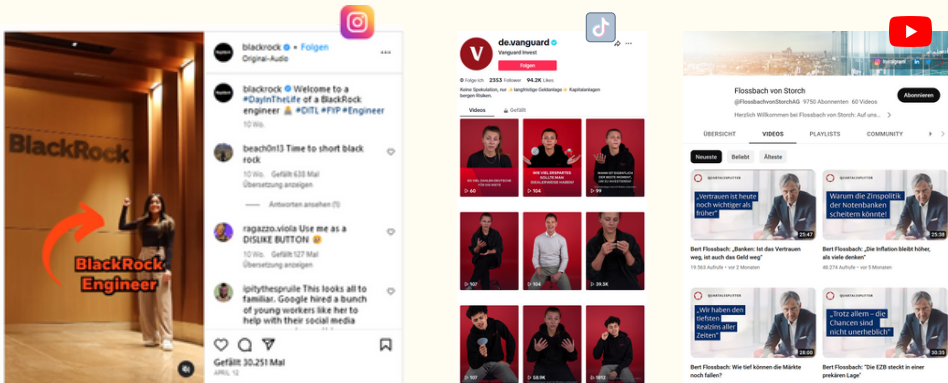
BEST PRACTICE WEITERE

Leadership Involvement Teil 2: x10 Potenzial



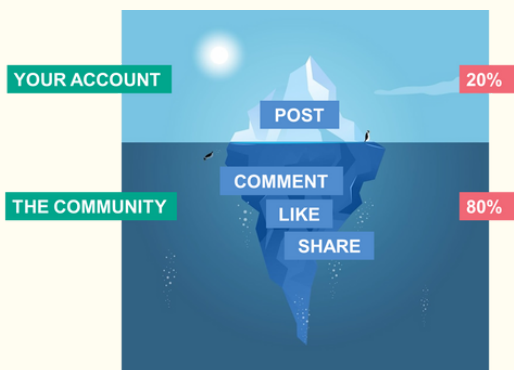
- Social Media-Multiplikator: Personen erreichen auf Social Media signifikant mehr Reichweite als Firmen-Accounts.
- x10+ Likes
- x10+ Kommentare
- x10+ Reichweite (organisch)

Videoformate: Blackrock, Vanguard



- Kurzvideos geben authentische Einblicke; längere Videos für (Branchen-) Insights und Tipps
- Hier: "A Day as..."-Reihe von Blackrock auf Instagram und TikTok; Infotainment-Content von Vanguard (DE) auf TikTok; Flossbach v. Storch auf Youtube

Interaktion mit der Community



- Nicht nur an die eigenen Posts denken
- Interaktion mit anderen (Liken, Kommentieren, Teilen) ebenfalls effektive Möglichkeit, um Reichweite zu gewinnen und Botschaften zu platzieren

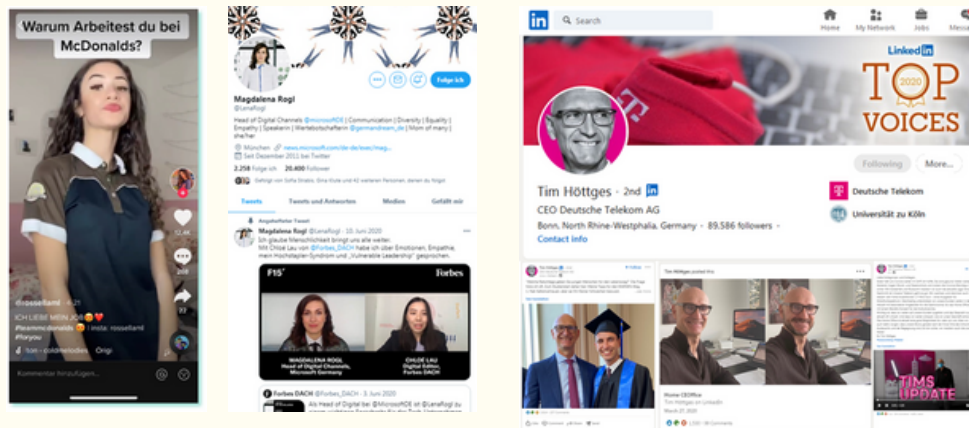
BEST PRACTICE WEITERE

Interaktion (Engagement): N26



- Interaktion (Engagement) als Kern von Social Media verstehen
- Hier: N26, hohe Engagement Rates mit relevanten Interaktionen (entspr. Zielgruppe)
- Stärkt Verbindung zu Marke & Produkt, schafft Glaubwürdigkeit und ermöglicht direktes Feedback

Corporate Influencer: Telekom, Microsoft, McDonald's



- Schafft Vertrauen und Authentizität
- Multiplikator (Reichweite, Know-How)
- Hier: Magdalena Rogl (Microsoft), Rosella (McDonald's), Tim Höttges (Telekom)

User-Generated-Content (UGC): Revolut



- UGC als „Social Proof“, die Social Media-Königsdisziplin
- Schafft Vertrauen und Authentizität
- Turbo für die organische Reichweite
- Sehr kosteneffektiv



**YOU CAN WATCH IT HAPPEN,
OR BE A PART OF IT.
ELON MUSK**

KONTAKT

GERNE STELLEN WIR DIE STUDIE UND WEITERE INSIGHTS PERSÖNLICH VOR.
SPRECHEN SIE UNS AN! MAIL: HELLO@DIGITAL8.AI

DIGITAL8.AI
FRIEDRICH-EBERT-ANLAGE 36
60325 FRANKFURT AM MAIN
WWW.DIGITAL8.AI