psychonomics AG
Marktforschung Organisationsforschung Beratung

PRESSEMITTEILUNG

Deutsche Bank in Second Life

Mehrheit der User lobt erste Dependance eines deutschen Finanzdienstleisters

Köln, 30. Juli 2007. Die Idee einer virtuellen Bank in Second Life, der „Q110 – Der Deutschen Bank der Zukunft" kommt bei den Second-Life-Usern gut an. Dies fand das Kölner Marktforschungs-, Organisationsforschungs- und Beratungs-Instituts psychonomics im Rahmen der Längsschnitt-Studie „Web 2.0 Oberserver" heraus.

Die Mehrheit der in Second Life befragten User begrüßte das Engagement der Bank, die ihre reale „Q110"-Filiale in Berlin Eins zu Eins in der 3-D-Welt nachbauen ließ und dort über Dienstleistungen und Angebote informiert. Der Aufbau einer virtuellen Filiale wurde von den Usern überwiegend als innovative Idee gelobt und der Bank ein dadurch entstehender Imagegewinn attestiert. Besonders die Möglichkeit, den vor Ort vertretenen „Q110"-Mitarbeitern Fragen stellen zu können, wurde als Pluspunkt bewertet.

Im Mittelpunkt der Erhebung stand die Frage nach der Wahrnehmung von Unternehmen in Second Life. Dabei beurteilten die Interviewten die Attraktivität bestehender Firmen-Angebote und die Bedeutung von Information, Interaktion und Beratung im Umgang mit potenziellen Second-Life-Kunden. Dabei kam unter anderem ans Licht, dass die virtuellen Filialen für alle Unternehmen positive Wirkung entfalten. Die Mehrzahl der Befragten gab an, Second-Life-Niederlassungen von Firmen zu kennen und regelmäßig zu besuchen. Einen realen Einkauf in Second Life hielten viele für realistisch.

Es wurde aber auch Kritik geäußert. Den derzeitigen Umgang mit potenziellen Kunden in Second-Life bemängelte die Mehrzahl der Interviewten. Im Mittelpunkt der Kritik standen dabei - neben anderen Faktoren - vor allem die ungenügende Information und die fehlende persönliche Beratung vor Ort. Der Bestand an Angeboten, Produktinformationen und Möglichkeiten, sich mit selbigem auseinanderzusetzen, sei meist ungenügend. Meist fehle es an innovativen Ideen, um das bestehende Interesse der User dauerhaft für sich zu nutzen.

Die psychonomics AG (führte in der 29. und 30. Kalenderwoche 2007) 15 halbstündige Tiefen-Interviews durch. Dabei wurde ein allgemeines Nutzerprofil erstellt und Suchkriterien und Motive für den Aufenthalt an bestimmten Orten eruiert. Die vollständigen Untersuchungsergebnisse können Sie im Web 2.0 Observer nachlesen, den Sie unter www.psychonomics.de/web2.0-observer für 550 Euro im Halbjahres-Abonnement beziehen können.

Weitere Informationen: www.psychonomics.de/web2.0-observer – E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de

PRESSEKONTAKT

Simon Wolf

psychonomics AG

Tel. +49 (0) 221 42061-596

E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de