

PANEL 7

Die Evolution der Investoren: Altes Geld vs. Neues Geld



Referent:innen

Eloy Barrantes, Paradots

Klaus della Torre, Raiffeisenbank International AG

Philipp Genduth, finanzenverstehen.at

Monika Kovarova-Simecek, FH St. Pölten

Larissa Kravitz, Investorella

Moderation

Christoph Rainer, UBM AG / CIRA

**Der Broker ist der
Türöffner für Corporates**

**Die Telefone läuten nicht
mehr.**

**„Influencer sind männliche
YouTube-Clowns“**



Finfluencer – neue Intermediäre mit starker Wirkung?

FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek

CIRA Jahreskonferenz 11. Oktober 2023

Das Finfluencer-Projekt



I. Marktanalyse
Überblick über
den Finfluencer-
Markt

II. Qualitäts- ranking

Entwicklung und
Anwendung
eines Rating-
Modells

III. Ethikkodex

Entwicklung eines
Ethikkodex für die
Selbstver-
pflichtung der
Finfluencer

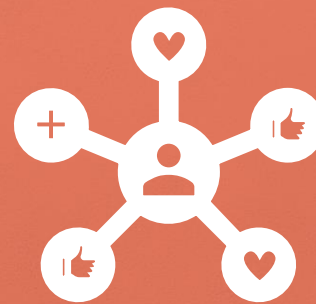
Frühjahr
2024

In Kooperation mit:





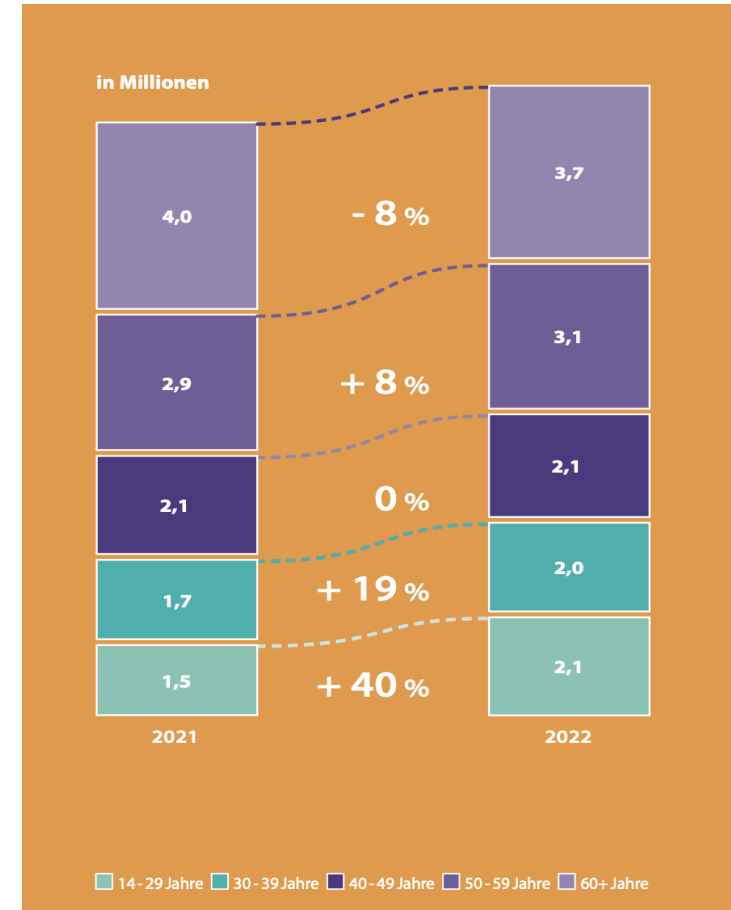
27
⇓



Jugendboom am Kapitalmarkt

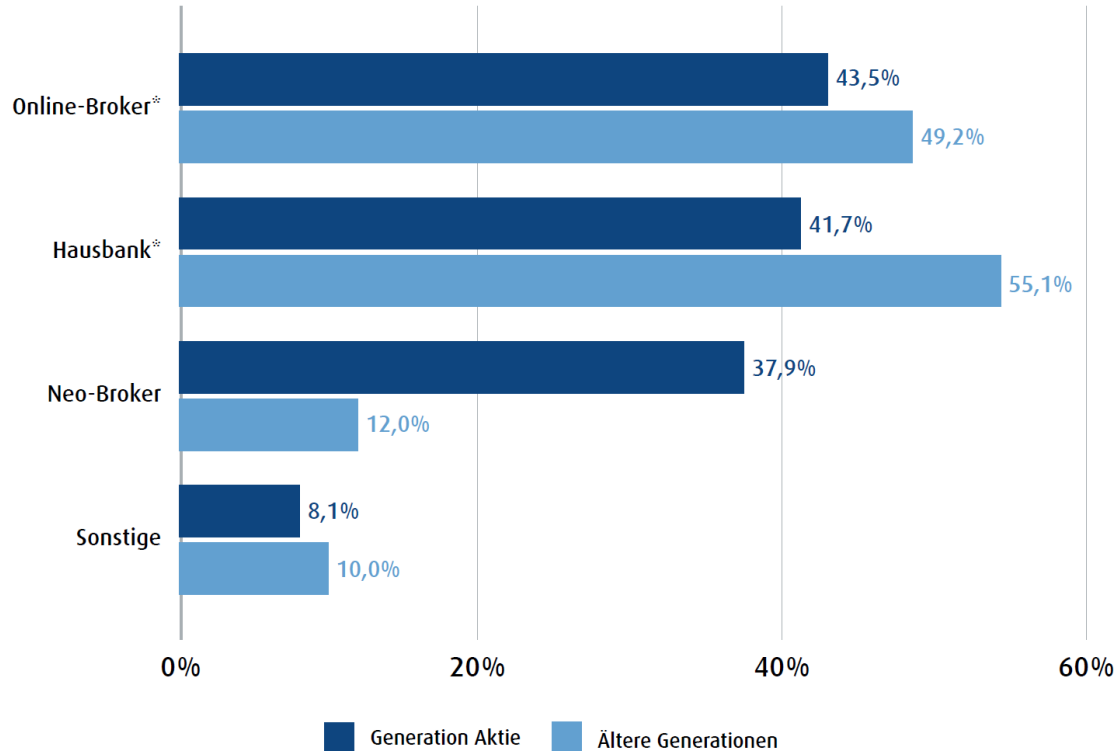
- Verfünffachung des Vermögens der GenZn bis 2031
- Zukünftig ein Viertel des weltweiten Gesamtvermögens
- Großer Refinanzierungsbedarf von Unternehmen
- Hohe Innovationsleistung und Digitalisierungsanforderungen vor dem Hintergrund des Klimawandels

Vergleich 21/22
Aktionärszahlen
und prozentuelle
Veränderungen
(DAI 2023: 10)

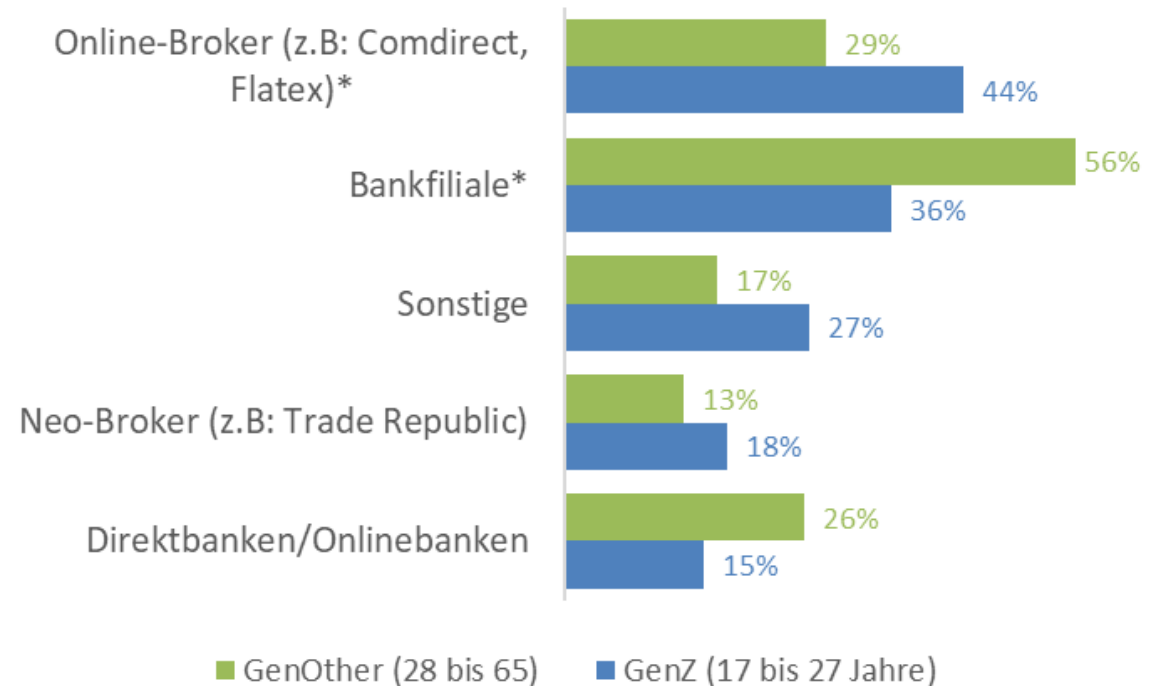


Finanzdienstleister

Über welche Finanzdienstleister haben Sie bisher in Aktien oder ETFs/Fonds investiert? $n_{\text{jung}} = 705$, $n_{\text{alt}} = 951$; * $p < .05$

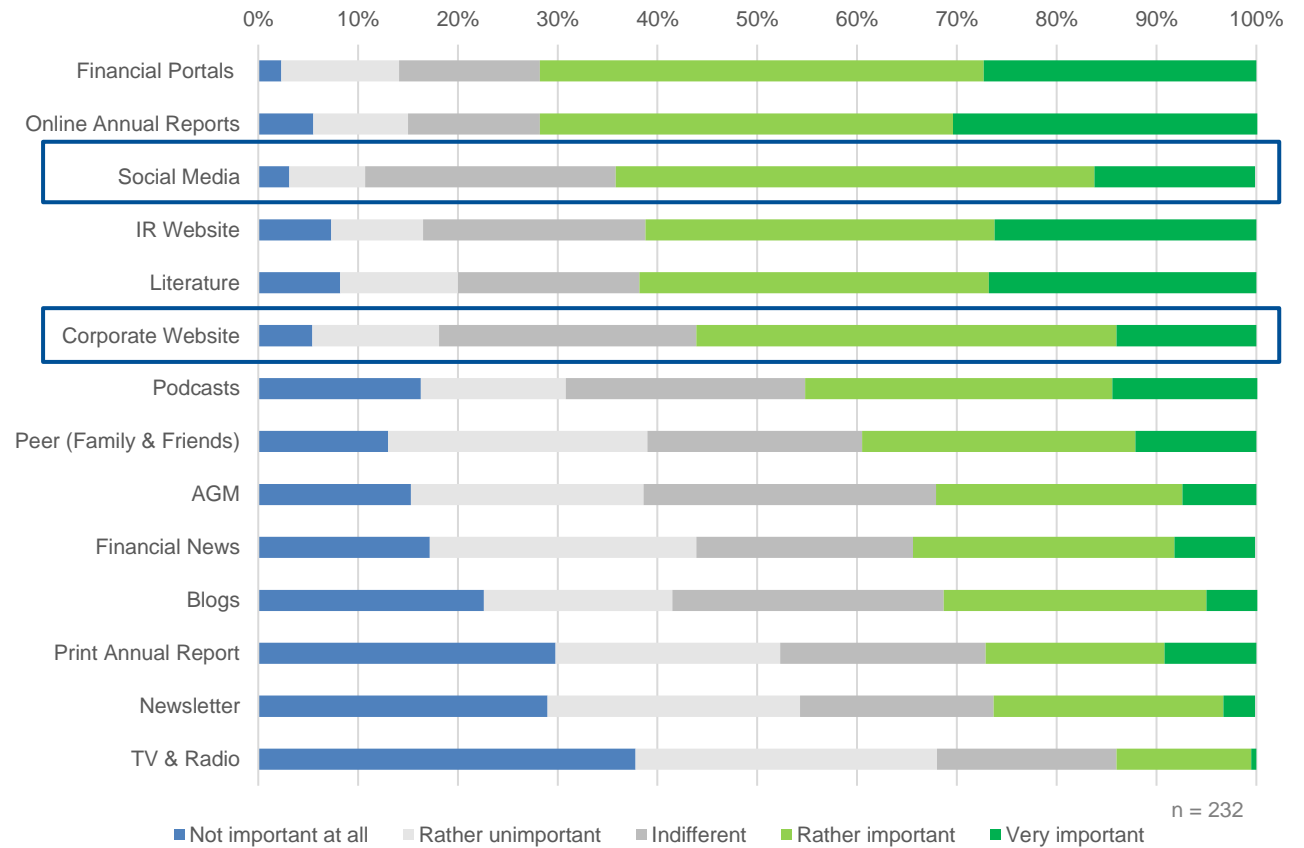
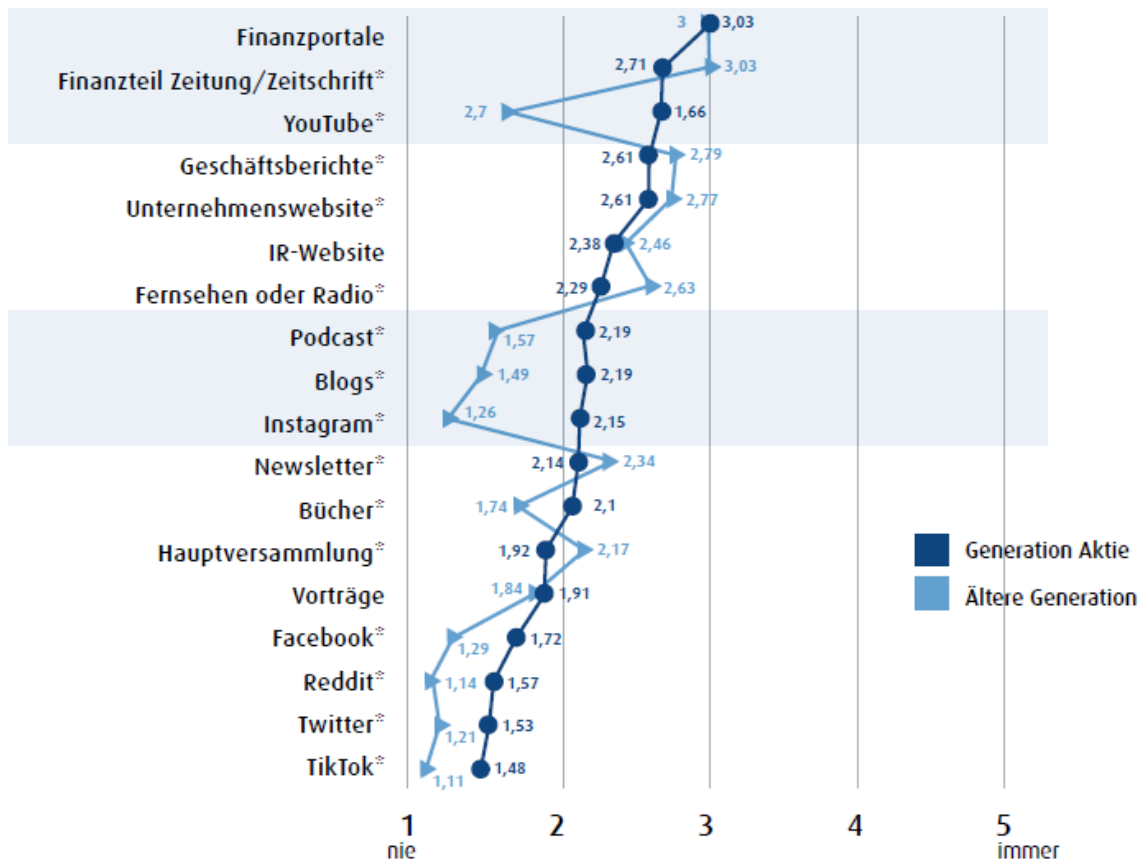


Über welche Finanzdienstleister haben Sie bereits in Aktien und/oder Fonds/ETFs investiert?
 $n_{\text{GenZ}}=112$, $n_{\text{GenOther}}=84$, * $p < .05$



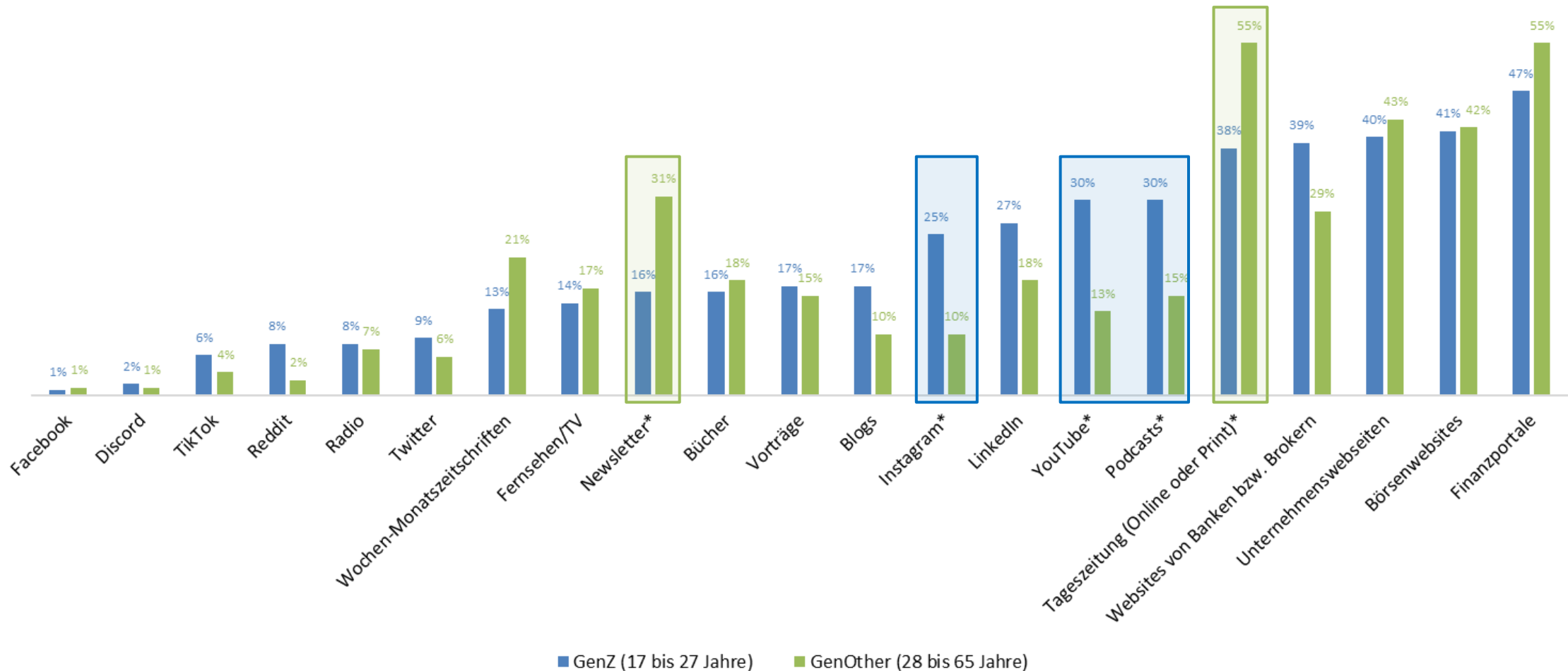
Informationsverhalten der GenZ

Wie oft nutzen Sie die folgenden Kanäle, um sich über den Kapitalmarkt zu informieren? $n_{\text{jung}} = 705, n_{\text{alt}} = 951; * p < .05$



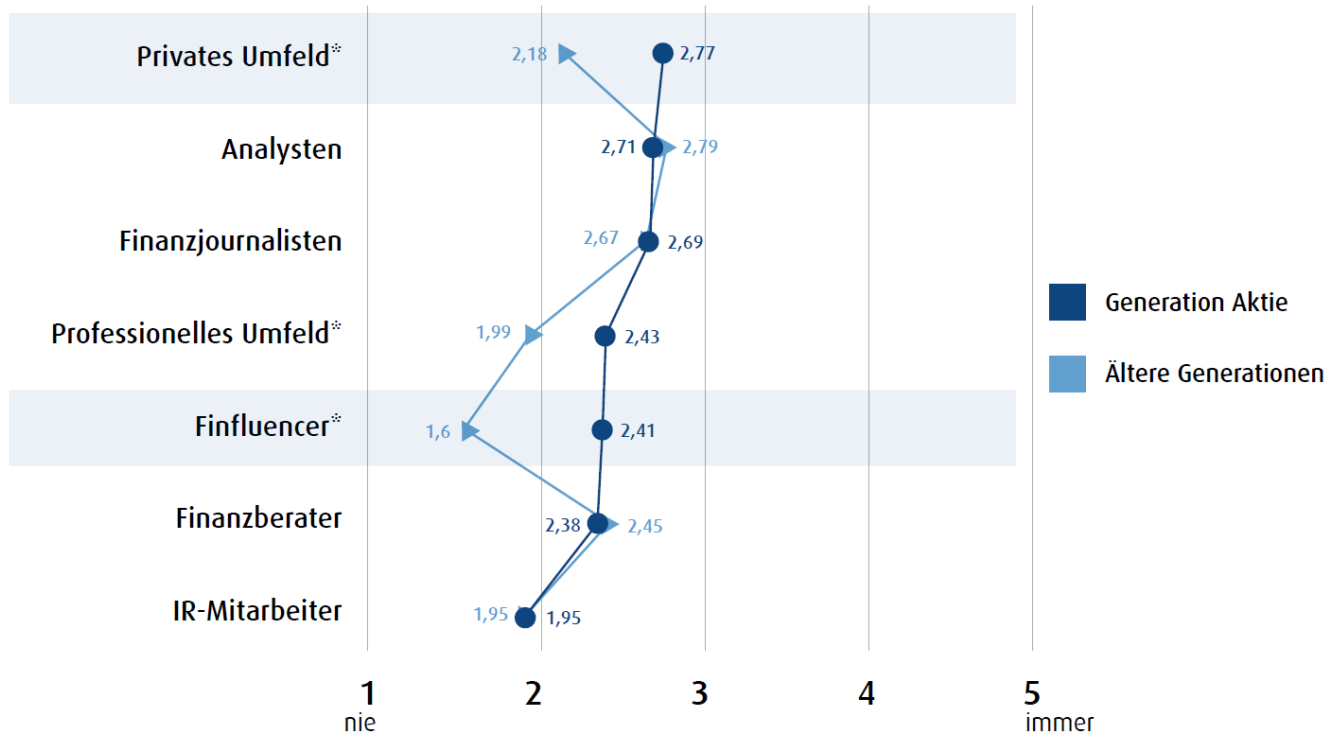
Informationsverhalten der GenZ_{AUT}

Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um sich über den Kapitalmarkt zu informieren?
nGenZ=112, nGenOther=84, p < .05

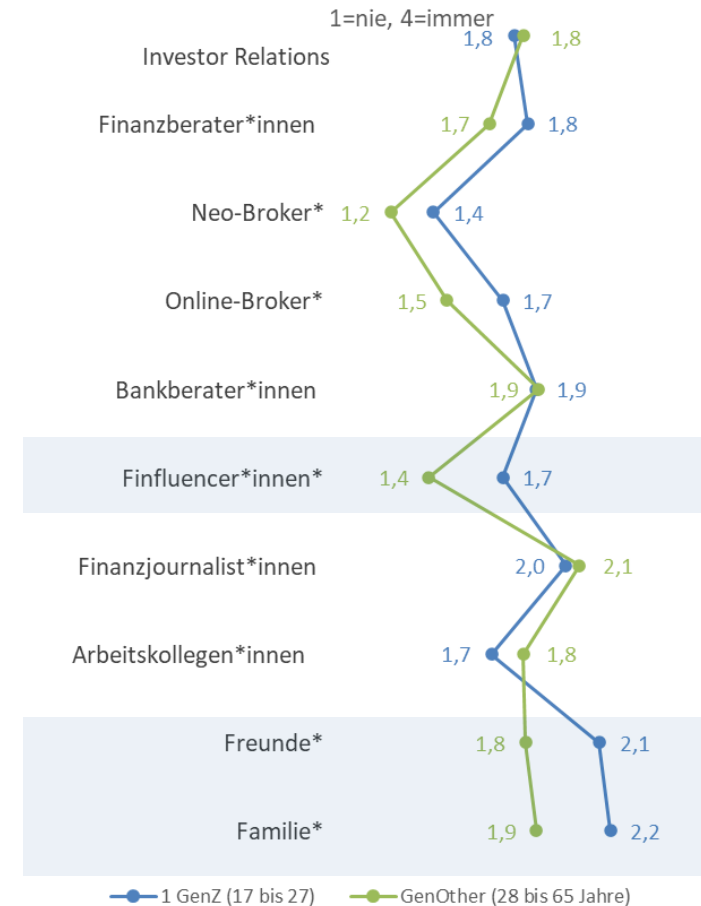


Wem vertraut die GenZ?

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Personen/Akteure als Informationsquelle, um sich über den Kapitalmarkt auf dem Laufenden zu halten? $n_{\text{jung}} = 705, n_{\text{alt}} = 951; * p < .05$



Wie häufig nutzen Sie die folgenden Personen/Akteur*innen als Informationsquelle, um sich über den Kapitalmarkt zu informieren? $n_{\text{GenZ}}=112, n_{\text{GenOther}}=84; * p < .05$



Was ist ein *Finfluencer*?



NASAA 2022

„A Finfluencer is a person who, by virtue of their popular or cultural status, has the ability to influence the financial decision-making process of others through promotions or recommendations on social media”

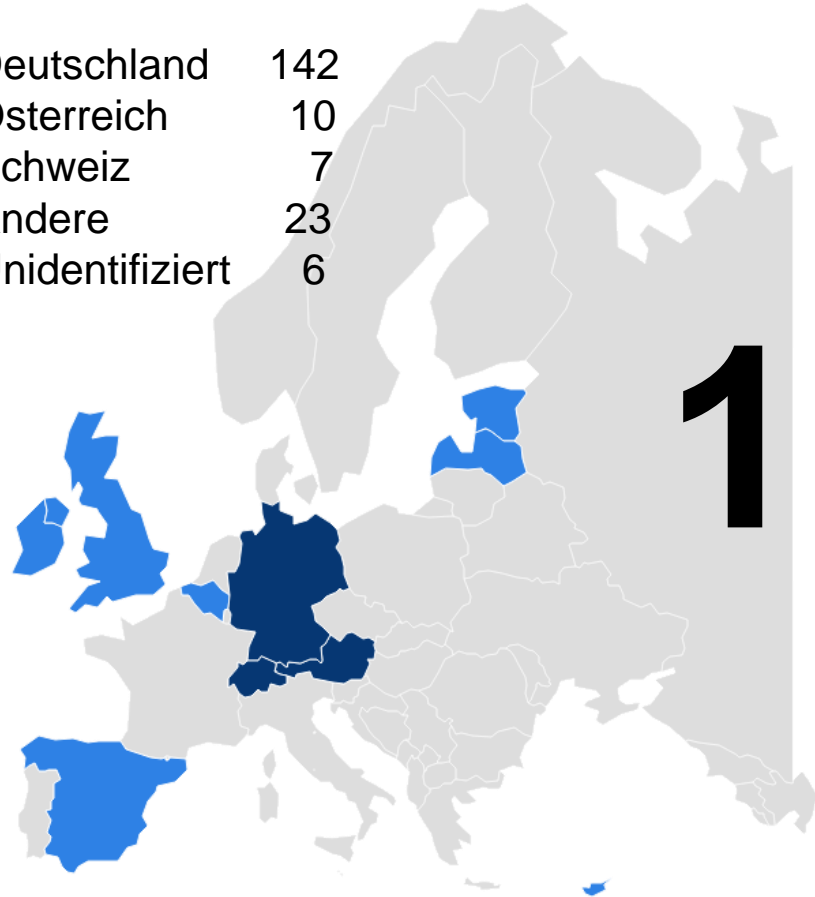


Schach 2018

„Ein Influencer ist sowohl Meinungsführer, der im digitalen Bereich die Einstellungs- und Verhaltensabsicht seiner Follower beeinflussen kann, als auch zugleich eine mediale Person, die für seine Follower eine Vorlage für Empathie, sozialen Vergleich und parasoziale Beziehungen bietet.“

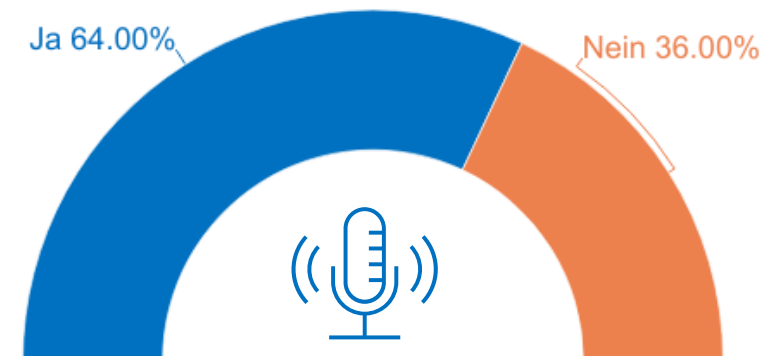
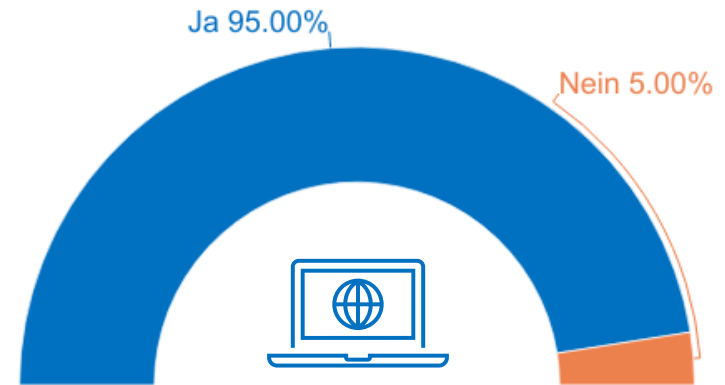
Finfluencer im DACH-Raum

Deutschland	142
Österreich	10
Schweiz	7
Andere	23
Unidentifiziert	6

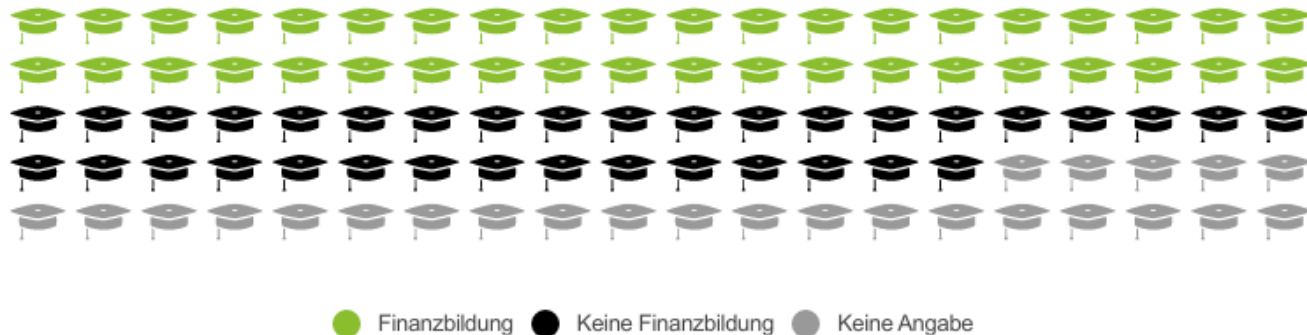
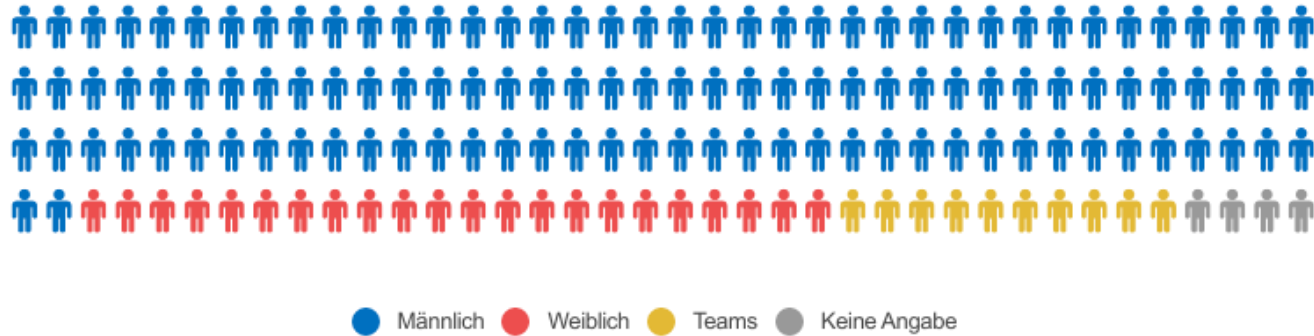


188

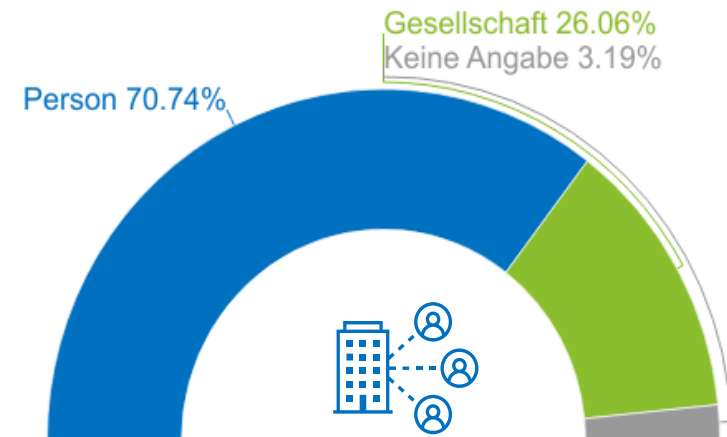
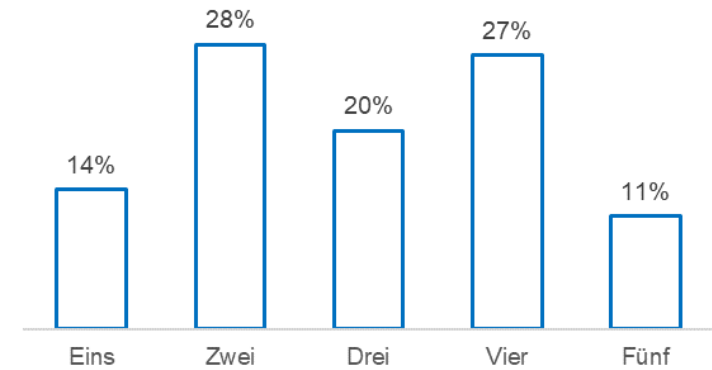
Laut Impressum



Finfluencer im DACH-Raum



Wie viele Social Media Accounts bespielen Finfluencer?

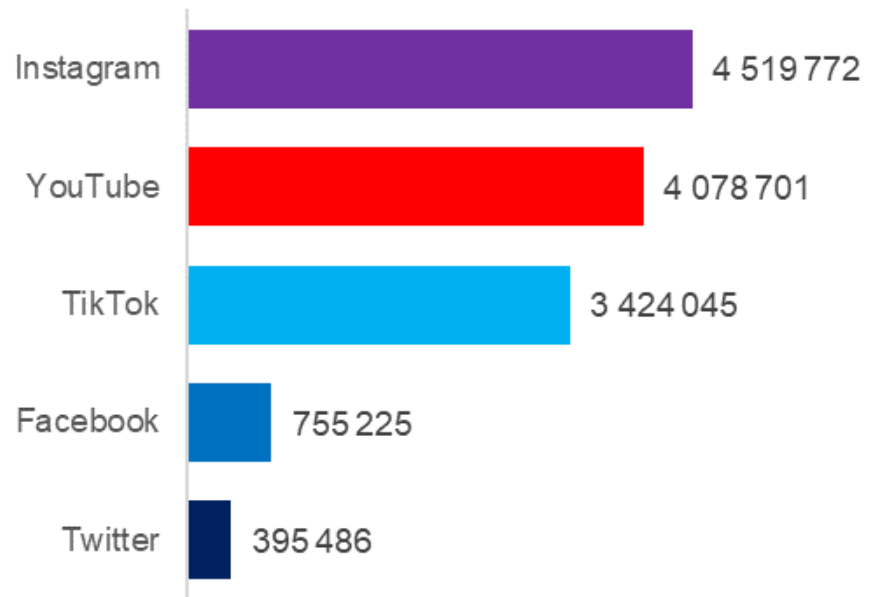


+ 13 Mio. Follower

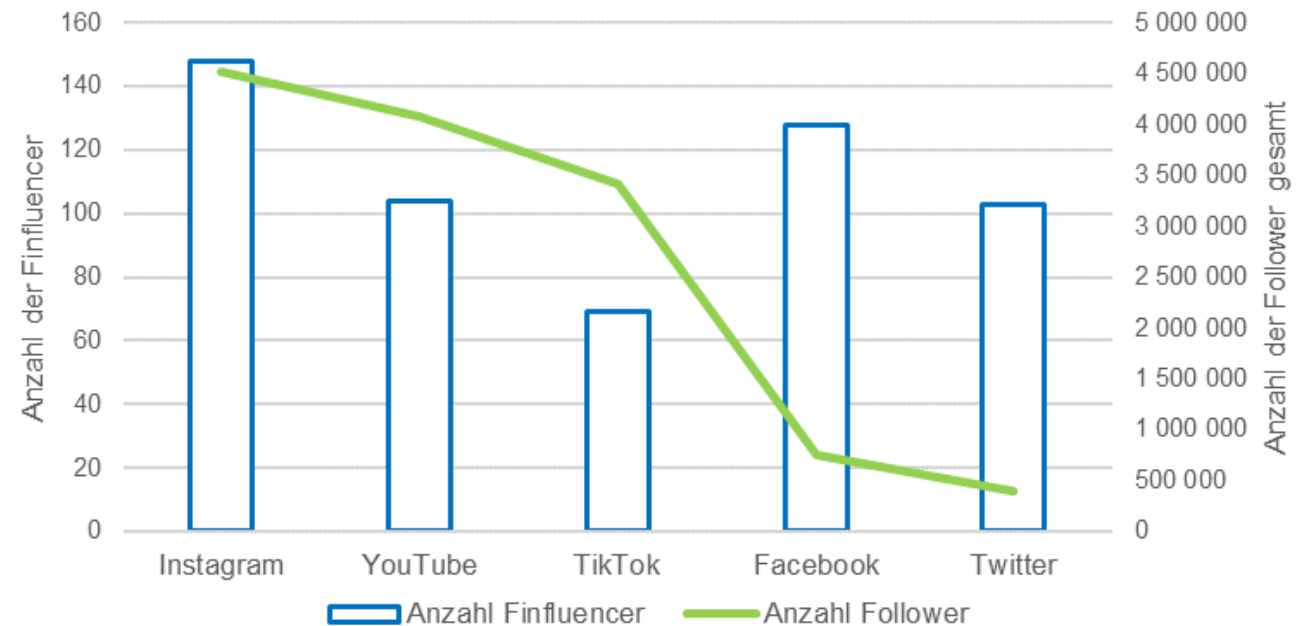


The Big Three

Followerzahlen pro Channel
n=188

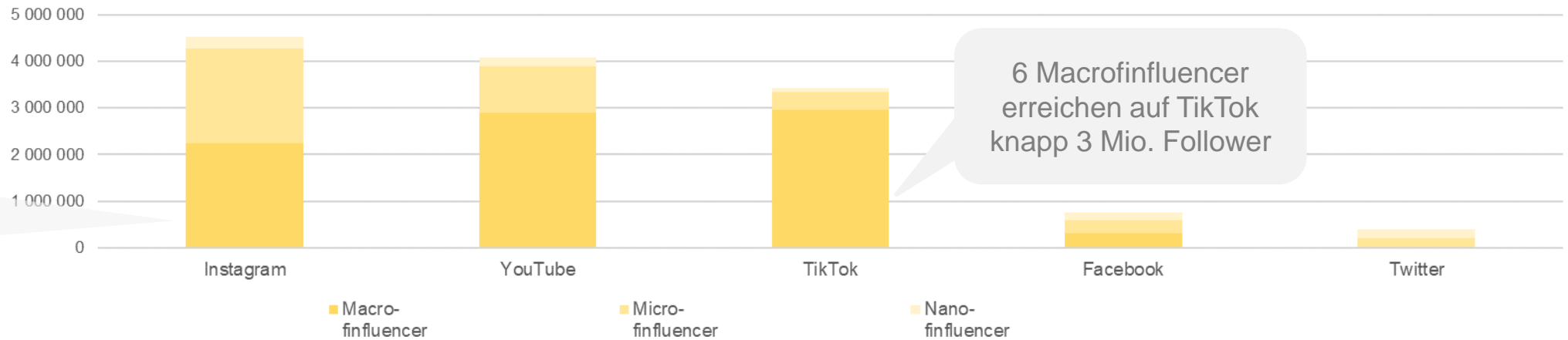


Accounts und Follower



Macro Micro Nano

Wie viele Follower erreichen die einzelnen Finfluencer-Typen auf diversen Kanälen?



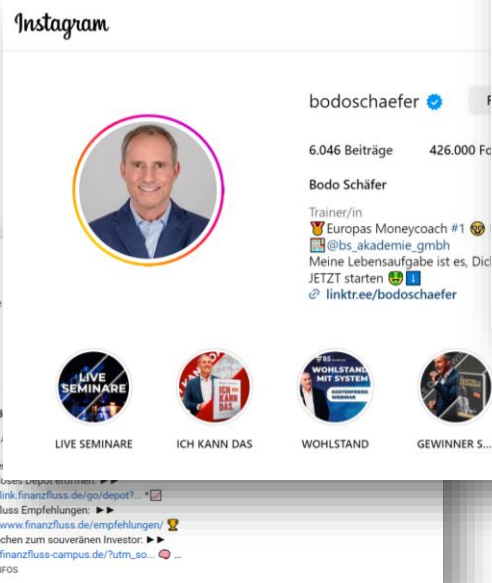
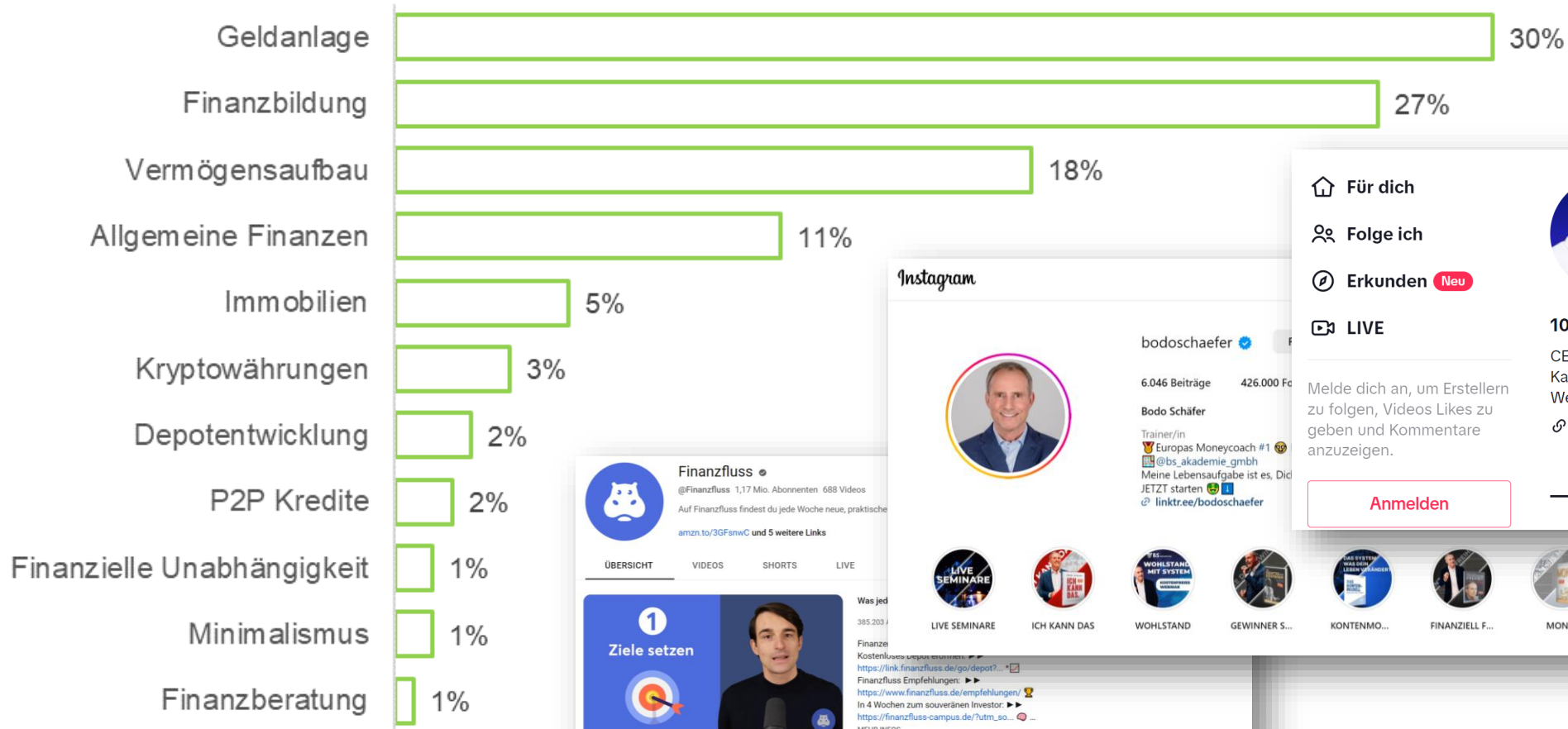
11 Macroinfluencer erreichen auf Instagram 2,3 Mio. Follower

6 Macroinfluencer erreichen auf TikTok knapp 3 Mio. Follower

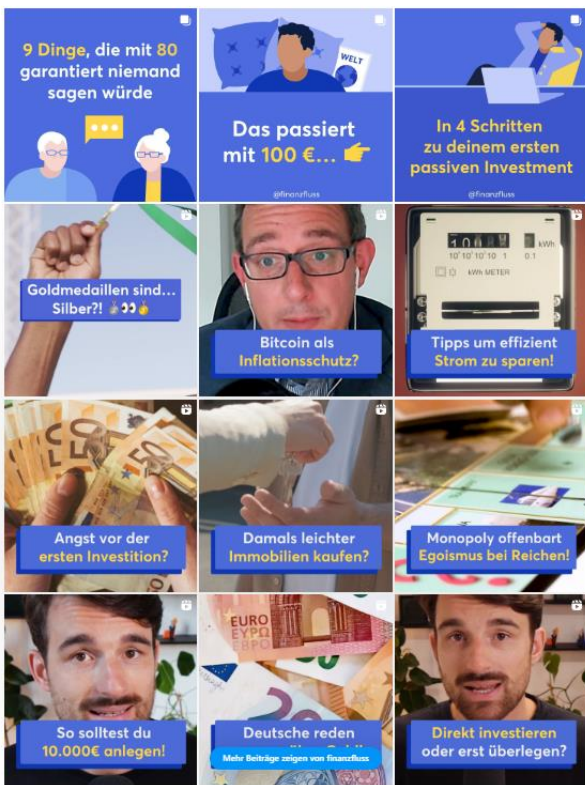
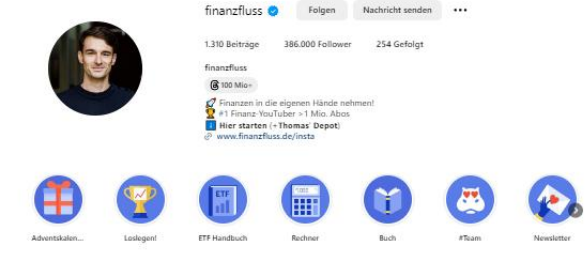
Cluster (Finfluencer-Typen nach Reichweite)

F-Typ	Follower	Instagram		YouTube		TikTok		Facebook		Twitter	
		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Macroinfluencer	>100.000	11	7%	8	8%	6	9%	2	2%	0	0%
Microinfluencer	100.000-10.000	52	35%	30	29%	16	23%	12	9%	10	10%
Nanofinfluencer	<10.000	85	57%	66	63%	47	68%	114	89%	93	90%
		148	100%	104	100%	69	100%	128	100%	103	100%

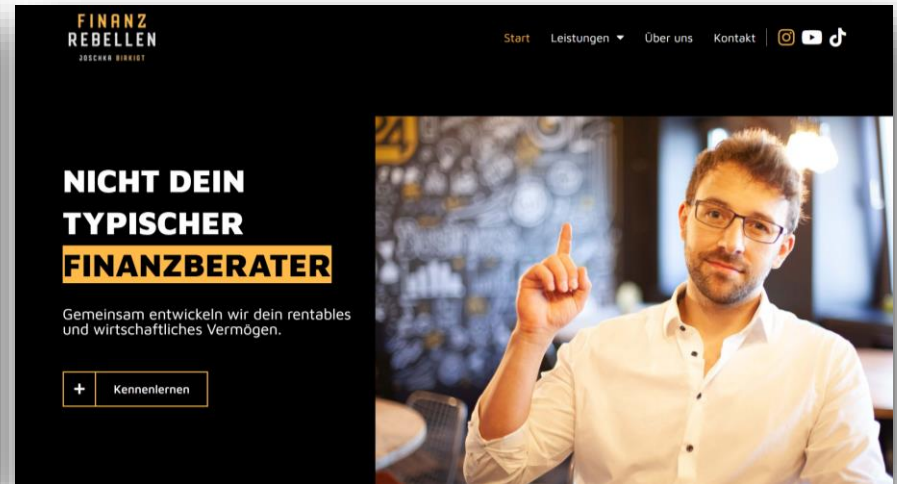
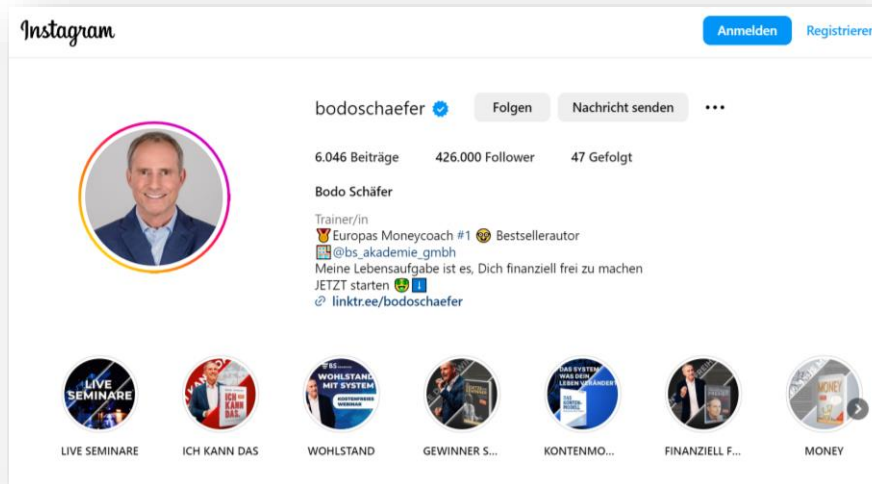
Thematischer Fokus



Instagram



#	Finfluencer	Kategorie	Follower
1	bodoschaefer	Allgemeine Finanzen	407 000
2	finanzfluss	Finanzbildung	348 000
3	finanztip	Allgemeine Finanzen	222 000
4	madamemoneypenny	Finanzbildung	196 000
5	frank_thelen	Geldanlage	180 000
6	Finanz-Kroko	Geldanlage	149 000
7	finanzheldinnen	Geldanlage	148 000
8	Investment Punk	Geldanlage	134 000
9	dividente	Vermögensaufbau	121 000
10	florian.homm.official	Geldanlage	102 000



YouTube



#	Name	Kategorie	Follower
1	finanzfluss	Finanzbildung	1 130 000
2	finanztip	Allgemeine Finanzen	406 000
3	bodoschaefer	Allgemeine Finanzen	326 000
4	florian.homm.official	Geldanlage	315 000
5	Finanznerd	Geldanlage	220 000
6	Talerbox	Vermögensaufbau	177 000
7	Vermietertagebuch	Immobilien	167 000
8	Teaching Finance	Finanzbildung	154 000
9	Investment Punk	Geldanlage	97 300
10	Homo Oeconomicus	Allgemeine Finanzen	87 700

Finanzfluss •
@Finanzfluss 1,17 Mio. Abonnenten 688 Videos Abonnieren

Auf Finanzfluss findest du jede Woche neue, praktische Videos, rund um d... >
amzn.to/3GFsnwC und 5 weitere Links

ÜBERSICHT VIDEOS SHORTS LIVE PLAYLISTS COMMUNITY KANÄLE KANALINFO >

1 Ziele setzen

Was jeder über Finanzen wissen sollte, in nur 25 Min. (!)
385.203 Aufrufe • vor 7 Monaten

Finanzen und Investieren verstehen - in unter 25 Minuten!
Kostenloses Depot eröffnen: ▶▶
<https://link.finanzfluss.de/go/depot?...> *
Finanzfluss Empfehlungen: ▶▶
<https://www.finanzfluss.de/empfehlungen/> *
In 4 Wochen zum souveränen Investor: ▶▶
https://finanzfluss-campus.de/?utm_so... *
MEHR INFOS

Finanztip •
@finanztip 417.000 Abonnenten 547 Videos Abonnieren

Saidi erklärt Dir alles, was Du zu Finanzen wissen musst. >
finanztip.de/unterstuetzer-youtube/?utm_source=youtube und 6 weitere Links

ÜBERSICHT VIDEOS SHORTS LIVE PLAYLISTS COMMUNITY KANÄLE KANALINFO >

Finanzen kannst Du selbst - wir zeigen Dir wie

50.192 Aufrufe • vor 2 Jahren

Mehr Geld in der Tasche haben, Deine Geldanlage selbst managen, Deine Steuererklärung easy selbst hinkriegen - Saidi von Finanztip zeigt Dir, wie Du Deine Finanzen einfach selbst organisiert kriegst.

Saidis Podcast "Geld ganz einfach":
<https://www.finanztip.de/podcast/geld...>
MEHR INFOS

BODO SCHÄFER
Lebe Deinen Traum

Bodo Schäfer
@BodoSchaefer 332.000 Abonnenten 1025 Videos Abonnieren

Money-Coach, Bestseller-Autor und Unternehmer >
bodoschaefer.de und 3 weitere Links

ÜBERSICHT VIDEOS SHORTS LIVE PLAYLISTS COMMUNITY KANÄLE KANALINFO >

Von Vorbildern Lernen | Ich habe Arnold Schwarzenegger getr...

44.099 Aufrufe • vor 8 Monaten

▶▶ Zum Konten-Modell <https://eu1.hubs.ly/H0286vV0>

▶▶ Schreib mir eine SMS! +49 15735980580

Von Vorbildern Lernen | Ich habe Arnold Schwarzenegger getroffen
...
MEHR INFOS

TikTok



Für dich
 Folge ich
 Erkunden **Neu**
 LIVE

teaching.finance ✓
 teaching finance
 Folgen

102 Folge ich 1.2M Follower 22.2M Likes
 CEOs of Finanz TikTok 🤝
 Kamiar & Maurice 🗨️
 Werde zum Investor 1
 teachingfinance.de/links/

Videos **Gefällt**

Anmelden

#	Name	Kategorie	Follower
1	Teaching Finance	Finanzbildung	1 100 000
2	Finanznerd	Geldanlage	646 200
3	finanztip	Allgemeine Finanzen	384 500
4	bodoschaefer	Allgemeine Finanzen	367 100
5	frank_thelen	Geldanlage	319 300
6	Aktienfreunde	Geldanlage	140 200
7	Ricardo Tunnissen	Finanzbildung	71 600
8	finanzfluss	Finanzbildung	49 600
9	Investment Punk	Geldanlage	41 600
10	cryptory_de	Kryptowährungen	30 400

F

Innovation is the
 core of my DNA

#Technology #Europe

AktienFreunde Finanzwissen Steuertipps Empfehlungen **Empfehlungen** AktienFreunde

Finanz-Tipps wie unter Freunden

Du bist auf der Suche nach Möglichkeiten, dein Kapital sinnvoll zu investieren? Du brauchst Unterstützung bei deinen ersten Schritten am Aktienmarkt, oder bei der Wahl des richtigen Brokers? Dann bist du hier genau richtig!

Mehr Finanzwissen

Facebook & Twitter (X)



#	Name	Kategorie	Follower
1	bodoschaefer	Allgemeine Finanzen	209 167
2	Investment Punk	Geldanlage	104 031
3	madamemoneypenny	Finanzbildung	65 896
4	Traderfox	Geldanlage	33 873
5	Immobilien Tycoon Paul Misar	Immobilien	29 047
6	Aktienfinder Blog	Geldanlage	28 701
7	florian.homm.official	Geldanlage	23 807
8	finanzfluss	Finanzbildung	23 298
9	finanztip	Allgemeine Finanzen	19 742
10	DividendenAdel	Geldanlage	14 866




#	Name	Kategorie	Follower
1	frank_thelen	Geldanlage	64 185
2	DividendenAdel	Geldanlage	39 528
3	bitcoin2go.de	Kryptowährungen	20 664
4	finanzfluss	Finanzbildung	15 720
5	Hauskauf Blog	Immobilien	15 387
6	Der wikifolio Manager	Geldanlage	15 257
7	Coin Hero	Kryptowährungen	13 045
8	finanztip	Allgemeine Finanzen	11 143
9	Intelligent Investieren	Geldanlage	10 670
10	High-Growth-Investing	Geldanlage	10 611

Finfluencerinnen

MADAME MONEYPENNY Mentoring Podcast Blog About Erfolgsgeschichten Money Tools

Finanziell unabhängige Frauen sind starke Frauen. Und die Welt braucht starke Frauen.



Dein persönlicher Money Fahrplan

Du willst finanzielle Sicherheit und Unabhängigkeit, aber weißt nicht, wo du anfangen sollst?

STARTE HIER

291k

finanz held innen Magazin Fokusthema Podcast



SO HAST DU DEIN GELD NOCH NIE GESEHEN.

finanz held innen

155k

Herzlich willkommen bei den finanz-heldinnen

BLOG DEPOTS DIVIDENDEN KONTEN INVESTIEREN PODCAST BÜCHER TOOLS ÜBER MICH


Aktiengram.de

MEIN BUCH VORBESTELLEN! ONLINE-SIGNIERAKTION

101k

Two Companies with Greater Focus

Kellanova WK Kellogg Co



4. Oktober 2023 1 Gedanke

Spin-off bei Kellogg (Kellanova)

Heute dreht sich alles um den Spin-off bei Kellogg (Kellanova). Ein Spin-off wird auch Unternehmensabsplattung oder Kapitalentflechtung genannt. Im Juli 2022 wurde von Kellogg zunächst die Aufspaltung in drei unabhängige Unternehmen angekündigt. Das Plant-based-Geschäft wird nun aber nicht wie geplant ...

ZUM ARTIKEL

Sneak Peek Die ersten Einblicke

„Das Thema Finanzen soll nicht dein ganzes Leben bestimmen und zum Zweitjob mutieren, vielmehr ist es ein Baustein in unserem Leben, dem wir ebenso Beachtung schenken dürfen wie einer ausgewogenen Ernährung oder dem Ausgleich von einem stressigen Job.“

Aktiengram & Eloyquent

2. Oktober 2023 1 Gedanke

Ein Buch schreiben – Zwischenfazit

Im Mai hatte ich euch bereits davon berichtet, dass ich ein Buch mit dem Titel Aktien-Life-Balance schreibe. Heute wird es Zeit für ein kleines Zwischenfazit. Es ist viel passiert und unendlich viel Zeit ist in das Projekt geflossen – Zeit, ...

ZUM ARTIKEL

Hi, ich bin Lisa.



Seit Anfang 2020 bin ich als Finanzbloggerin (Aktiengram) aktiv und berichte hier rund um die Themen Aktien, Dividenden, ETFs & Finanzen.

Selbst investiere ich seit 12 Jahren regelmäßig einen Teil meines Gehalts an der Börse. Wie es dazu kam, erfährst du im Artikel "über mich".

Instagram LinkedIn Email

Depot des Monats Scalable-Capital

Depot eröffnen

Mit Sparplänen schon ab 1 € investieren

Extra-Magazin Jahresabo im 1. Jahr 30% Rabatt



An illustration of a hand holding a smartphone. The phone screen displays the title 'The Influence of Finfluencers on young investors'. The background features a diverse group of stylized people and a red line graph at the bottom.

The Influence of **Finfluencers** on young **investors**

„Finfluencer sind für mich...“

	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Stimme eher nicht zu (2)	Stimme teilweise zu (3)	Stimme eher zu (4)	Stimme voll und ganz zu (5)	Mittelwert (M)
Finfluencer sind ein einfacher Weg, um Finanz-Themen in meinen Medienkonsum einzubauen	1,3%	0,9%	16,6%	43,2%	38,0%	4,16
Finfluencer sind für mich in Bezug auf Aktien und andere Investments vertrauensvoller als andere Personen (Bankberater, Freunde, Journalisten, ...)	11,0%	28,5%	38,6%	18,4%	3,5%	2,75
Finfluencer ersetzen für mich klassische Finanzmedien (Zeitungen, Finanzportale, Unternehmenswebsites, ...)	18,8%	25,3%	32,8%	17,9%	5,2%	2,66
Social Media ist für mich der wichtigste Informationskanal über Aktien von Unternehmen	20,6%	29,8%	28,1%	14,9%	6,6%	2,57

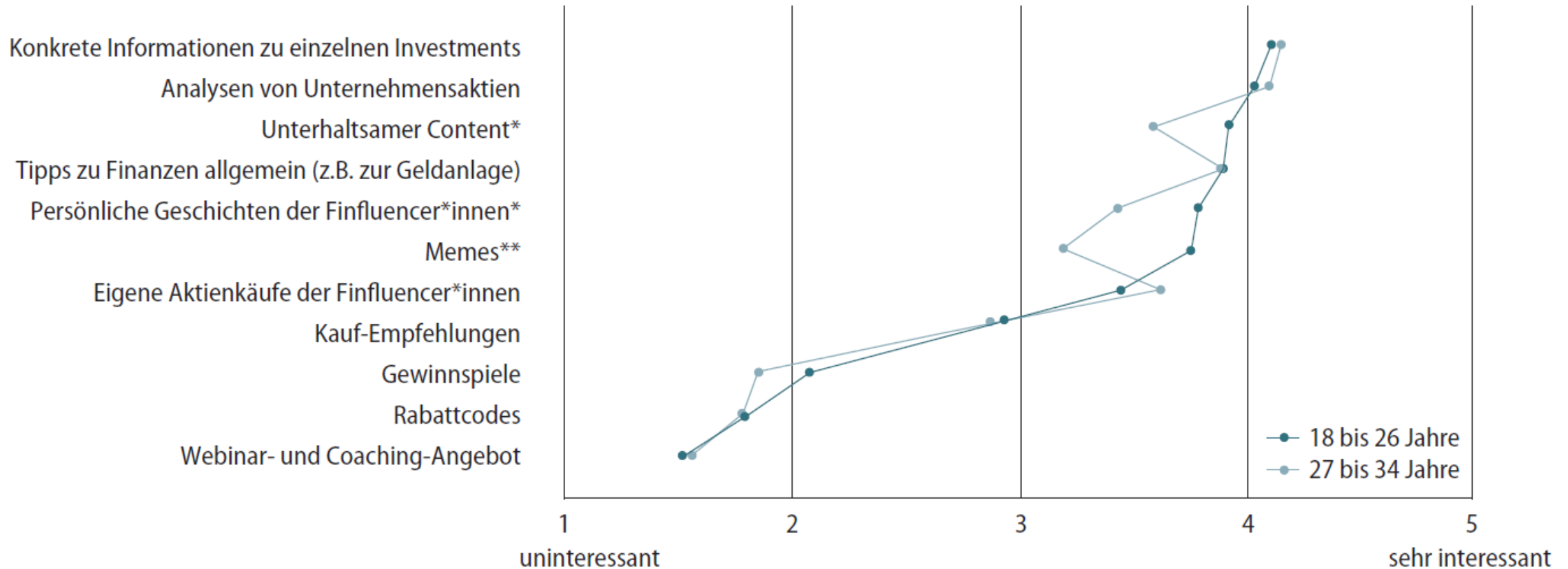
Frage: „Inwiefern stimmst du diesen Aussagen zu?“, Basis: Gültige Werte, n = 228-229

Motive fürs Following

	Trifft überhaupt nicht zu (1)	Trifft eher nicht zu (2)	Trifft teilweise zu (3)	Trifft eher zu (4)	Trifft voll und ganz zu (5)	Mittelwert (M)
Finfluencer sind für mich eine Informationsquelle über aktuelle Themen und Entwicklungen am Kapitalmarkt	1,3%	6,1%	16,9%	41,6%	34,2%	4,01
Weil ich von ihnen Neues über Finanzen und Investments lernen kann	1,3%	6,5%	19,8%	38,8%	33,6%	3,97
Ich finde den Content von Finfluencern unterhaltsam	1,3%	7,0%	25,7%	45,7%	20,4%	3,77
Die Meinung von Finfluencern zu gewissen Aktien und Investments interessiert mich	3,4%	14,7%	28,4%	37,5%	15,9%	3,48
Über Finfluencer werde ich auf spannende Unternehmen und potenzielle Investments aufmerksam gemacht	5,2%	17,7%	26,3%	31,0%	19,8%	3,43
Weil ich die Person hinter dem Account persönlich spannend/interessant finde	6,1%	15,6%	27,3%	32,5%	18,6%	3,42
Weil ich konkrete Empfehlungen für neue Aktien und Investments suche	25,9%	35,3%	20,3%	13,4%	5,2%	2,37

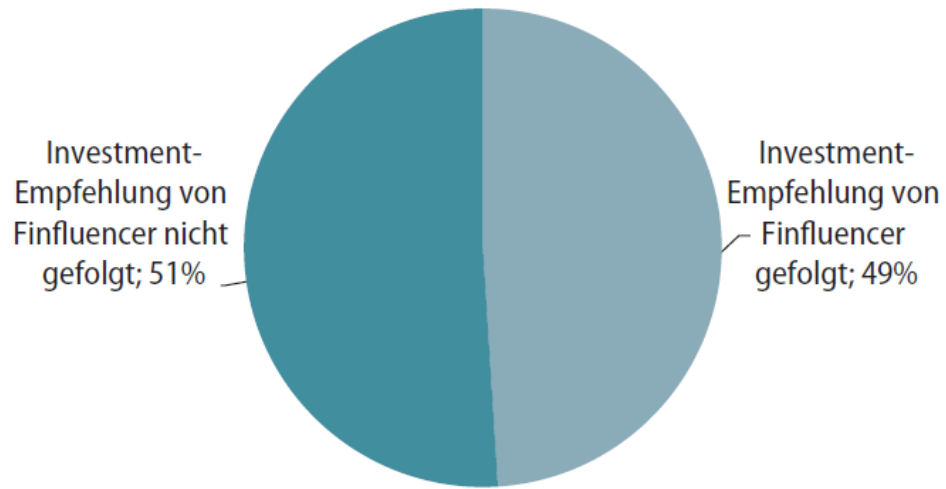
Frage: „Warum folgst du Finfluencern auf Instagram?“, Basis: Gültige Werte, n = 230-232

Themeninteressen der Follower

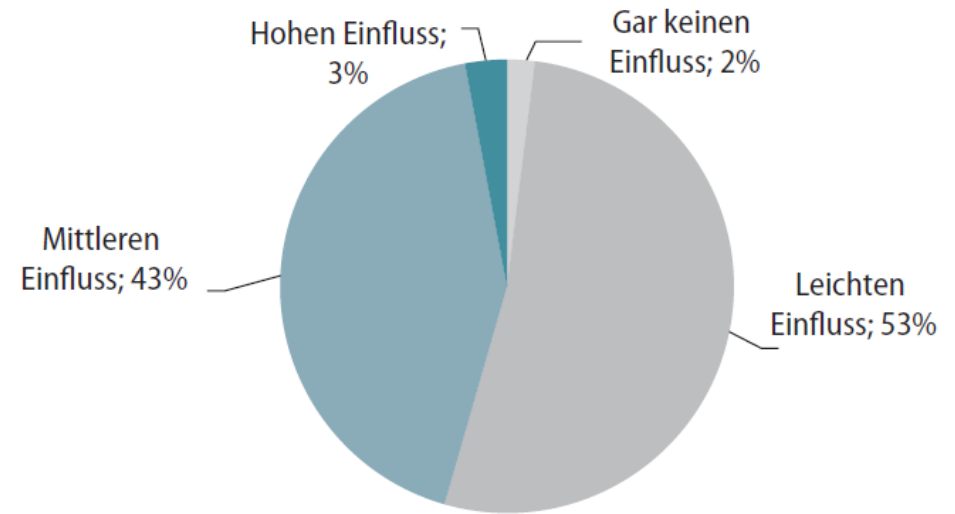


Frage: „Wie interessant findest du Beiträge zu folgenden Themen bei Finfluencern?“, Basis: Gültige Werte, n (18-26) = 110, n (27-34) = 120, *p<0,05, **p<0,01

Einfluss auf Investmententscheidungen



Frage: „Hast du schon mal ein Investment getätigt (Aktienkauf, etc.), weil ein*e Finfluencer*in dieses getätigt oder empfohlen hat?“, Basis: Gültige Werte, n = 232



Frage: „Hast du schon mal ein Investment getätigt (Aktienkauf etc.), weil ein*e Finfluencer*in dieses getätigt oder empfohlen hat?“, Basis: Gültige Werte, n = 232

Einfluss auf Aktienkurse

- Manipulation von Aktienkursen durch Finfluencer ist [möglich](#), aber kein Regelfall
- Manipulation ist im Kontext mit Trading und dem Ziel kurzfristige Gewinne zu generieren zu sehen
- Diese Communities finden sich vorwiegend auf Twitter, Discord und Reddit
- Für den DACH-Raum können wir diese Gefahr relativieren:
 - Die Mehrheit der Follower*innen verfolgt mittel- und langfristigen Vermögensaufbau (88%)
 - Nur wenige sehen den Kapitalmarkt als Nervenkitzen (5%) oder sind auf kurzfristige Gewinne aus (12%)
 - Die Trading-bezogenen Social Media Plattformen sind im Vergleich zu anderen [wenig relevant](#)
 - Die [meisten folgen](#) Finfluencern auf Infogram, YouTube und TikTok
 - Den Einfluss der Finfluencer auf die Investmententscheidungen ihrer Follower ist trotz des Followings [nicht stark](#) ausgeprägt.

SEC Charges Eight Social Media Influencers in \$100 Million Stock Manipulation Scheme Promoted on Discord and Twitter

FOR IMMEDIATE RELEASE
2022-221

Washington D.C., Dec. 14, 2022 — The Securities and Exchange Commission today announced charges against eight individuals in a \$100 million securities fraud scheme in which they used the social media platforms Twitter and Discord to manipulate exchange-traded stocks.

According to the SEC, since at least January 2020, seven of the defendants promoted themselves as successful traders and cultivated hundreds of thousands of followers on Twitter and in stock trading chatrooms on Discord. These seven defendants allegedly purchased certain stocks and then encouraged their substantial social media following to buy those selected stocks by posting price targets or indicating they were buying, holding, or adding to their stock positions. However, as the complaint alleges, when share prices and/or trading volumes rose in the promoted securities, the individuals regularly sold their shares without ever having disclosed their plans to dump the securities while they were promoting them.

"As our complaint states, the defendants used social media to amass a large following of novice investors and then took advantage of their followers by repeatedly feeding them a steady diet of misinformation, which resulted in fraudulent profits of approximately \$100 million," said Joseph Sansone, Chief of the SEC Enforcement Division's Market Abuse Unit. "Today's action exposes the true motivation of these alleged fraudsters and serves as another warning that investors should be wary of unsolicited advice they encounter online."

The following seven individuals were charged with securities fraud:

Name	State of Residence	Twitter Handle
Perry Matlock	Texas	@PJ_Matlock
Edward Constantin	Texas	@MrZackMorris
Thomas Cooperman	California	@ohheytommy
Gary Deel	California	@notoriousalerts
Mitchell Hennessey	New Jersey	@Hugh_Henne
Stefan Hrvatin	Florida	@LadeBackk
John Rybarczyk	Texas	@Ultra_Calls

Social Media and Investment Fraud – Investor Alert

Aug. 29, 2022

Fraudsters often use social media to scam investors. The SEC's Office of Investor Education and Advocacy encourages you to be skeptical and never make investment decisions based solely on information from social media platforms or apps.

Investors increasingly rely on social media for information about investing. While social media can provide many benefits to investors, it also creates opportunities for fraudsters. Social media allows fraudsters to contact many people quickly, cheaply, and without much effort – and it is easy for fraudsters to post information on social media that looks real and credible.

Fraudsters may disseminate false information anonymously or while pretending to be someone else. They may make up credentials, create entirely fake profiles, or impersonate legitimate sources. It can be difficult to track down who is behind a social media account, and anonymity can make it harder for fraudsters to be held accountable.

Testimonials and Celebrity Endorsements. Do not be swayed by testimonials or celebrity endorsements when making an investment decision. Fraudsters sometimes pay people – for example, actors to pose as ordinary people turned millionaires, social media influencers, and celebrities – to tout an investment on social media.

Investment information found in social media also may be inaccurate, incomplete, or misleading. Social media may convey false impressions of consensus or legitimacy, making it look like large numbers of people are buying an investment when this is not the case. Fraudsters may use social media to lure investors into a variety of schemes, including impersonation schemes, "crypto" investment scams, romance scams, market manipulation schemes, and community-based investment fraud. Here are a few scams you should be aware of:

Impersonation Schemes

Fraudsters may impersonate legitimate brokers or investment advisers or other sources of market information on social media. For example, fraudsters may set up an account name, profile, or handle designed to mimic a particular individual or firm. They may go so far as to create a webpage that uses the real firm's logo, links to the firm's actual website, or references the name of an actual person who works for the firm. Fraudsters also may direct investors to an imposter website by posting comments in the social media account of brokers, investment advisers, or other sources of market information.

When you receive investment information through social media, verify the identity of the underlying source. Look for slight variations or typos in the sender's account name, profile, email address, screen name, or handle, or other signs that the sender may be an imposter. When contacting a company or attempting to access its website, be sure to use contact information or the website address provided by the company itself, such as in the company's SEC filings. Similarly, only contact a broker or investment adviser using contact information you verify independently – for example, by using a phone number or website listed in the firm's Client Relationship Summary (Form CRS). Carefully type the website's url into the address bar of your web browser.

Ist nun Skepsis angebracht?

Adele Spitzeder,

Erzschwinderin mit ihrer Dachauerbank.

Zum Fange
habfüchtiger Gimpel, zuerst in Saus und
Braus, und zuletzt in Criminalhaft.

Eine verzweiflungsvolle Scandalgeschichte.



Adele Spitzeder.

Altötting,

Verlag der J. Luzenberger'schen Buchhandlung.

In Amerika bei Pfeiffer & Co., 311 West 12th Street, Chicago.

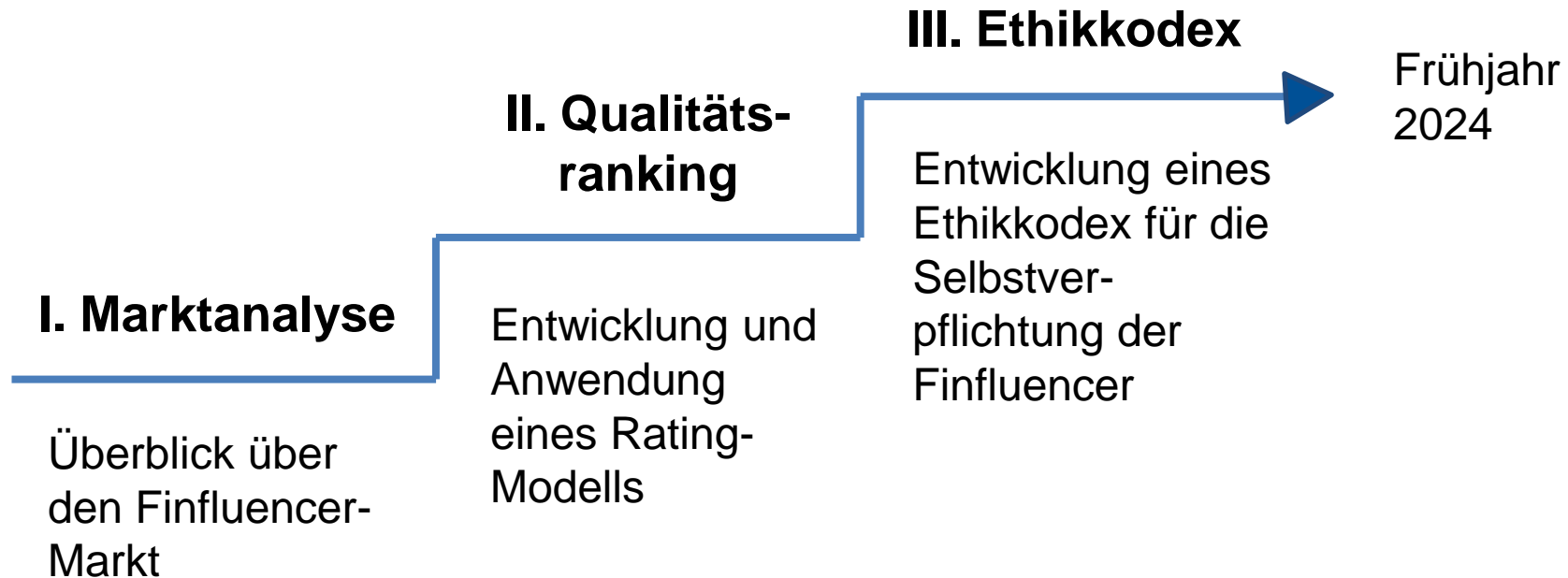
- Influencer bewegen sich derzeit in einer rechtlichen Grauzone
- Mehrere rechtliche Bereiche, die tangiert werden:
 - **Finanzberatung:** [Market Abuse Regulation 596/2014](#), the [Markets in Financial Instruments Directive 2014/65](#) (MiFID II), [Commission Delegated Regulation 2016/958](#).
 - **Social Media Plattformen** und ihre Nutzungsbedingungen: [e-Commerce Directive 2000/31](#) und [Digital Service Act 2022/2065](#)
- Überwachung seitens der Finanzmarktaufsicht und mehr Transparenz gefordert
- Ganzheitliche Regulierung wäre sinnvoll
- Verbot provisionsbasierter und versteckter Werbung könnte in diesem speziellen Influencer-Feld angedacht werden

<https://verfassungsblog.de/finfluencers/>

Das Finfluencer-Projekt: Next Steps



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



Finfluencer Quality (FinQ) Rating System and Ranking

Teaser: Rating System Framework and Ranking by the FinQ-Score

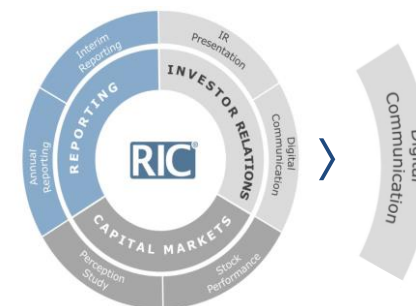
	Compliance	Content & Communication	Credibility	Profile Structure	Engagement
Weight	35%	25%	20%	10%	10%
No. of KPIs	5	8	7	7	8
Max. score	25	40	35	35	40
KPI score	KPI ₁ X ... KPI ₅ X	KPI ₁ X ... KPI ₈ X	KPI ₁ X ... KPI ₇ X	KPI ₁ X ... KPI ₇ X	KPI ₁ X ... KPI ₈ X
Score per dimension	Y (sum of KPIs)	Y (sum of KPIs)	Y (sum of KPIs)	Y (sum of KPIs)	Y (sum of KPIs)
Weighted score per dimension	(Y/25) * 35% +	(Y/40) * 25% +	(Y/35) * 20% +	(Y/35) * 10% +	(Y/40) * 10%
Final score	Z (sum of WS)				

Finfluencer Ranking		
Rank	Finfluencers	FinQ-Score
1	Finfluencer 1	0,XXX
2	Finfluencer 2	0,XXX
3	Finfluencer 3	0,XXX
...

Why? Contribution to effective stakeholder communication

Improve content strategy

Content inspiration	Gain insights into trends, popular topics, and communication styles to understand the target audience's demand.
Content benchmarking	Benchmark against highly rated finfluencers , identify improvement areas, and provide valuable content for stakeholders.
Increase stakeholder intelligence	
Market intelligence	Gather audience demographics and engagement metrics for better understanding and improved communication.
Digital Interactivity	Social media allows interactive engagement with stakeholders, promoting a two-way communication channel.
Enable collaboration	
Trust and influence	Enhance credibility by collaborating with highly rated finfluencers and attracting a wider audience .
Expertise & relevance	Utilize finfluencers' expertise , align messaging with their audience, and improve brand reputation.



Corporations can **comprehensively measure** the **impact** of finfluencers in digital investor relations

Ethik-Kodex für Finfluencer



Deutscher Rat für Public Relations

DRPR

The German Communication Code

General Section

Opinion-forming and democratic decision-making in the twenty-first century are based on public dialogue, negotiations and concepts. Public relations (PR) professionals are often in controversial positions.

PR and communication professionals act as representatives. Like other occupational groups, though, they do not but are subject to specific guidelines. Some of them are forced with relevant mechanisms of sanction. Behavioral norms are necessary and useful, and the professional voluntary commitment to observe these.

To be successful, public relations relies on the trust of its clients. To consistently take the side of their employer or client's credibility and reputation, on their work must be transparent and eschew self-interest.

The members of the public relations profession are constantly conveying information from the media, and communicating with groups with whom they are associated with this task, it is in the interests of all PR professionals to adhere to the limits of responsible advocacy, to monitor adherence to these norms, and to report any violations of these norms.

This code has been established by the German Public Relations Association (DRPR), the institution of various important industry associations, as a mandatory code of conduct for the PR industry.

The code thematizes and reflects on the work of public relations and the norms arising from this reflection. It provides a framework for activities within the industry as well as towards clients. It is based on existing European and global codes such as the ethical protocol of the Global Alliance. It also refers to the 'Seven Voluntary Agreements' of the DRPR (German Public Relations Association). The Guidelines, which are subject to ongoing development, are part of the communication code. The German Communication Code provides the most important basis for the work of the Council.

1 LEITFADEN ZUM WERBEKODEX

Die Zuständigkeit des Werberats ist medienübergreifend und gilt für sämtliche Formen der kommerziellen Kommunikation – online und offline. Erfasst ist Werbung zum Beispiel im Fernsehen, auf Plakaten, in Zeitungen oder Zeitschriften, im Radio, im Kino sowie Internet-/ Mobile-Werbung, Werbung in Sozialen Netzwerken, Sponsoring-Maßnahmen oder Werbung am Verkaufsort.

Um werbenden Unternehmen und Agenturen eine Orientierungshilfe zu geben, wo die Wirtschaft selbst die Grenzen bei der inhaltlichen Gestaltung von Werbung zieht, hat der Deutsche Werberat einen Leitfaden zu den zentralen Bestimmungen der verschiedenen Verhaltensregeln veröffentlicht.

Der komplette Leitfaden ist abrufbar unter:
www.werberat.de/werbekodex

1 LEITFADEN ZUM WERBEKODEX 5

- Was sind die normativen Anforderungen an Finfluencer – aus Sicht der Rezipienten, der IR, der Aufsicht, der Betroffenen...?
- Wie lassen sich normative Anforderungen an Finfluencer beschreiben (Kodex)?
- Aufforderung zur Selbstverpflichtung an die Finfluencer-Community!

Für einen tieferen Einblick

Hanna Jonas | Christian P. Hoffmann | Sandra Binder-Tietz

Kapitalmarktkommunikation für die neue „Generation Aktie“

Eine empirische Untersuchung der Anforderungen junger Privatanleger:innen
an die Kommunikation von Aktiengesellschaften und Finanzdienstleistern

DIRK-Forschungsreihe, Band 29



Monika Kovarova-Simecek | Celine Spitzer | Nikolas Kiener |
Florian Maier | Alexander Reitler

GenZ und der Kapitalmarkt

Investitions- und Informationsverhalten der Generation Z
im Vergleich zu anderen Generationen in Österreich

Eine Studie des Masterstudiengangs Digital Business Communications der
Fachhochschule St. Pölten in Kooperation mit der Wiener Börse und CIRA

15. Mai 2023

KoR IFRS

6

Seite 245 – 288
Juni 2023
23. Jahrgang

www.kor-ifrs.de

» Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Fachbeirat: Prof. Dr. Andrea Barckow • Prof. Dr. Axel Haller • Prof. Dr. Sven Hayn • Prof. Dr. Peter Kajüter • Dr. Harald Köster • Prof. Dr. Peter Leithfried • Prof. Dr. Martin Schmidt • Prof. Dr. Bernd Stöckl • Prof. Dr. Isabel von Keltz • Prof. Dr. Patrick Velle • Prof. Dr. Johannes Wirth • Prof. Dr. Dr. h. c. Jochem Zimmermann • Prof. Dr. Henning Zülch

RECHNUNGSLEGUNG & INVESTOR RELATIONS

Jan Müllner/Eloy Barrantes/Monika Kovarova-Simecek/Henning Zülch Einfluss von Finfluencern	245
Christian Pieter Hoffmann/Sandra Binder-Tietz Digitale Kommunikation für die Generation Aktie	254
Interview mit Annette Heinz Social Media Investor Relations bei Fresenius SE	259
Christina Schilling/Eloy Barrantes/Henning Zülch Digital Reporting	261
Henning Zülch/Benedikt T. Retsch Die Rolle des Aufsichtsrats in der Kapitalmarktkommunikation	268
Interview mit Christian Stöhr/Julian Müller Digital First – Darum setzt HUGO BOSS auf einen digitalen Geschäftsbericht	271
Frederick Busch/Claudio Barrantes Video-Storytelling	273
Richard Bössen Evolution of digital reporting with XBRL	276
Celine Spitzer/Monika Kovarova-Simecek Virtuelle Hauptversammlung	279

Im Abonnement enthalten:

Für einen tieferen Einblick

BLOGBEITRAG

Finfluencer – Welche Bedeutung haben Financial Influencer für die neue Generation von Investoren?

10. März 2023

Ein Beitrag von Jan Müllner, Monika Kovarova-Simecek und Eloy Barrantes

Sie gelten als die neuen Geldflüsterer am Kapitalmarkt. Finfluencer haben sich auf Instagram & Co mittlerweile etabliert. Die größten Accounts im deutschsprachigen Raum kommen auf über 100.000 Follower. Die Bandbreite reicht dabei von prominenten Unternehmerpersönlichkeiten über Special-Interest-Formate bis hin zu zahlreichen Micro-Finfluencern. Die [FH St. Pölten](#) hat zusammen mit der Wiener Social Media Agentur [Paradots](#) die Rolle von Finfluencern auf Instagram nun erstmals untersucht. Dabei wurden 247 Follower nach ihren Motiven, Finfluencern zu folgen, befragt. Aber auch, welche Themen Finfluencer-Follower interessieren, wie sie den Einfluss der Finfluencer auf ihre Anlageentscheidungen einschätzen oder wie sie sich sonst über Investments informieren, waren Gegenstand der Erhebung. Die Teilnehmenden waren zwischen 18 und 34 Jahren alt, überwiegend männlich und stark investmentaffin: Fast alle (92%) investierten in mindesten zwei Anlageklassen, wobei Aktienfonds/ETFs (93%) und Einzelaktien (91%) für die jüngere Generation an Investoren am attraktivsten sind, gefolgt von Kryptowährungen (71%).

Warum folgen jüngere Investoren Finfluencern auf Instagram?

Finfluencer sind für die Befragten eine wichtige Informationsquelle über Finanzen (76% Zustimmung) und gelten auch als Quelle für neues Wissen (72% Zustimmung). Die Mehrheit der Befragten folgt Finfluencern aber auch deshalb, weil sie ihren Content unterhaltsam findet (66% Zustimmung). Die Suche nach Empfehlungen für neue Aktien ist dagegen selten ein Motiv für das Folgen (19% Zustimmung). Über 85% der befragten Follower folgen übrigens nicht nur einem, sondern mehr als drei Finfluencer – allein auf Instagram.

FINFLUENCER: neue Intermediäre mit starker Wirkung



MONIKA KOVAROVA-SIMECEK
Ist ein Master-Studengang
Digital Business Communication
an der Universität der FH St. Pölten.
Sie ist Lehrbeauftragte für
Financial Communication und
Financial Communication und
Digital Business Communication
und Corporate Reporting.

Finfluencer erreichen auf Social Media Millionen Follower. Sie prägen den Diskurs zum Kapitalmarkt und beeinflussen die Haltung und das Verhalten vor allem jüngerer Generationen. Damit werden sie auch für Unternehmen zu relevanten Stakeholdern. Die FH St. Pölten untersuchte mit der Agentur Paradots den Einfluss von Finfluencern auf ihre Follower. Zusammen mit der Universität Leipzig und der HHL Leipzig beleuchtet die FH St. Pölten nun den Finfluencer-Markt.

Von Monika Kovarova-Simecek

Spätestens seit 2020 ist die GenZ auch als Investorengruppe ein Thema. Der rasante Anstieg der unter 20-jährigen unter den Aktionären im ersten Pandemiejahr (+67%) und die geschätzte Verflüchtigung ihres Vermögens bis 2031 machen sie zu relevanten Stakeholdern. Mit ihrer digitalen Sozialisation hat die GenZ aber auch das Potenzial, die Finanzkommunikation massiv zu verändern. Dabei spielen Finfluencer eine beachtenswerte Rolle. Sie prägen den kapitalmarktbezogenen Diskurs und erreichen beeindruckende Reichweiten wie beispielsweise Finanzfluencer mit 277.000 Followern auf Instagram und 1,16 Mio. auf YouTube.

Heterogenes Feld mit etablierten Playern

Das deutschsprachige Finfluencer-Feld ist gross und mitunter schwer zu überblicken. Im Mai 2022 gab es rund 100 aktive Finfluencer mit 1000+ Followern auf mindestens einem sozialen Netzwerk (berücksichtigt wurden Instagram, YouTube, Facebook und Twitter). Die meisten (67%) sind auf Instagram präsent, wo sie 4,5 Mio. Follower erreichen. Ähnlich hohe Reichweite (4 Mio. Follower) erzielen auch Finfluencer auf YouTube. Facebook und Twitter liegen mit ca. 700.000 bzw. 400.000 Followern deutlich darunter, sind aber bei Spezialthemen nicht zu unterschätzen. Die meisten (85%) Follower folgen aber mehreren, ein Drittel sogar zehn oder mehr Finfluencern.

Der kapitalmarktbezogene Meinungsmarkt ist alles andere als homogen. Bei den Reichweiten wie auch bei der thematischen Positionierung offenbart sich eine grosse Vielfalt. Auf Instagram und YouTube dominieren einige wenige Player (>100.000 Follower). Insgesamt generieren die sogenannten Macro-Finfluencer – II Instagram- und 8 YouTube-Accounts – ein Publikum von 5,2 Mio. Followern. Auch Micro-Finfluencer (50.000 bis 100.000 Follower) sind verstärkt auf Instagram und YouTube vertreten. Die grösste Gruppe bilden die Nano-Finfluencer (< 10.000 Follower), die sich hingegen vor allem auf Twitter und Facebook positionieren.

Finfluencer als Promoter von Finanzkompetenz

Wenn auch die thematischen Grenzen nicht trennscharf sind, lassen sich klare Schwerpunkte erkennen: 31% der Finfluencer konzentrieren sich auf Geldanlage, während Finanzbildung (26%) das zweitgrösste

thematische Cluster bildet. Langfristiger Vermögensaufbau ist für junge Generationen ein wichtiger Grund, sich mit Finanzthemen zu beschäftigen. Diesem Thema widmen sich 18% der Finfluencer. Die Top 25 Finfluencer, darunter bodenschäcker, Finanzfluencer, Frank, Thelvin, Finanzrat, Finanzrat, Investment Punk oder madamemoney Penny setzen auf dieses breite Themenspektrum. Micro- und Nano-Finfluencer fokussieren eher spezifische Bereiche wie Immobilien, Kryptowährungen, P2P-Kredite, finanzielle Unabhängigkeit oder Minimalismus und adressieren bewusst kleinere Communities.

(Un)berechtigte Skepsis

Paradoxerweise werden Finfluencer ausgerechnet wegen Social Media vielfach noch immer nicht ernst genommen. Vor allem aufgrund der unterhaltenden Art, mit der sie Kapitalmarktinformationen vermitteln, werden sie als unseriös oder desinformativ abgelehnt. Tatsächlich geht ihre Rolle deutlich über Unterhaltung hinaus, obwohl ihre Bedeutung nicht zu leugnen ist. 69% der Follower (n=212) sagen, dass sie Finfluencern auch deshalb folgen, weil sie ihren Content unterhaltsam finden. In erster Linie folgen sie Finfluencern allerdings, um sich über aktuelle Entwicklungen am Kapitalmarkt zu informieren (76%) und Neues über Finanzen und Investments zu lernen (72%). Sie wollen Informationen zu Aktien (84%), Analysen (79%) und allgemeine Finanztipps (77%). Konkrete Kaufempfehlungen – wie sie auch aus klassischen Medien bekannt und keinesfalls ein reines Phänomen von Social Media sind – stehen dabei weder für Finfluencer noch für Follower im Fokus. Finfluencer sorgen vor allem durch ihre Fähigkeit, komplexe Themen verständlich zu erklären, für Orientierung und Inspiration. Für die Financial Literacy ist diese Entwicklung durchaus ein Vorteil. Ein weiterer ist, dass dank weiblicher Finfluencer wie madamemoney, Finanzheldinnen, aktiengram oder investorella Finanzen als reines Männerthema entzaubert wird.

Generelle Skepsis gegenüber Finfluencern ist aber auch deshalb unberechtigt, weil gerade jüngere Generationen Wert auf Vielfalt, Qualität und Seriosität der Informationen legen. Finfluencer stellen für die meisten eine zusätzliche und nicht die einzige Informationsquelle dar. Im Ranking der wichtigsten Quellen für Finanzperspektive und Online-Anschlüsse über die ersten Plattformen der Social Media. Zudem erwarten gut informierte Personen auch bei Finfluencern Transparenz und Professionalität.

In Anbetracht dessen ist die Auseinandersetzung mit Finfluencern aus unternehmerischer Sicht mehr als geboten. Unternehmen, insbesondere solche mit vielen Privatkund:innen wie die Deutsche Telekom, erkennen bereits ihre Bedeutung und treten mit Finfluencern gezielt in einen Dialog. Auch die diesjährige Stuttgarter Invest bestärkte mit einer starken Präsenz von Finfluencern ihre Relevanz. Den Meinungsmarkt im Auge zu behalten, wird zu einer zentralen Aufgabe der Kommunikation und von Investor Relations. Ein frühzeitiges Verständnis für das Feld der Finfluencer kann ein Startvorteil sein.

WEITERFÜHRENDE LINKS

Forschungsprojekt Paradots:
<https://www.ifh-stp.at/en/Institut/digital-business-communication/digital-business-communication/projects/online-reflexions-amer>



Forschungsprojekt Finfluencer – eine Kooperation der Uni Leipzig, FH St. Pölten und HHL Leipzig mit dem IR Club Schweiz, DHRK – Deutsche Investor Relations Network und Carita Investor Relations Austria (CIRA).



FACTS AND FIGURES ABOUT THE IR CLUB SCHWEIZ

- Founded in 1992
- 83 member companies
- 80% of companies based in S&P 500 members
- 100+ events per year
- Regular knowledge updates via newsletter and LinkedIn

For further investor relations advice on topics, please check out the knowledge hub on [irclub.ch](https://www.irclub.ch)



Kontakt

Studiengangsleiterin [Digital Business Communications](#) (MA)
stv. Studiengangsleiterin Management Digital Business (BA)
Mitglied des Kollegiums der FH St. Pölten



monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at

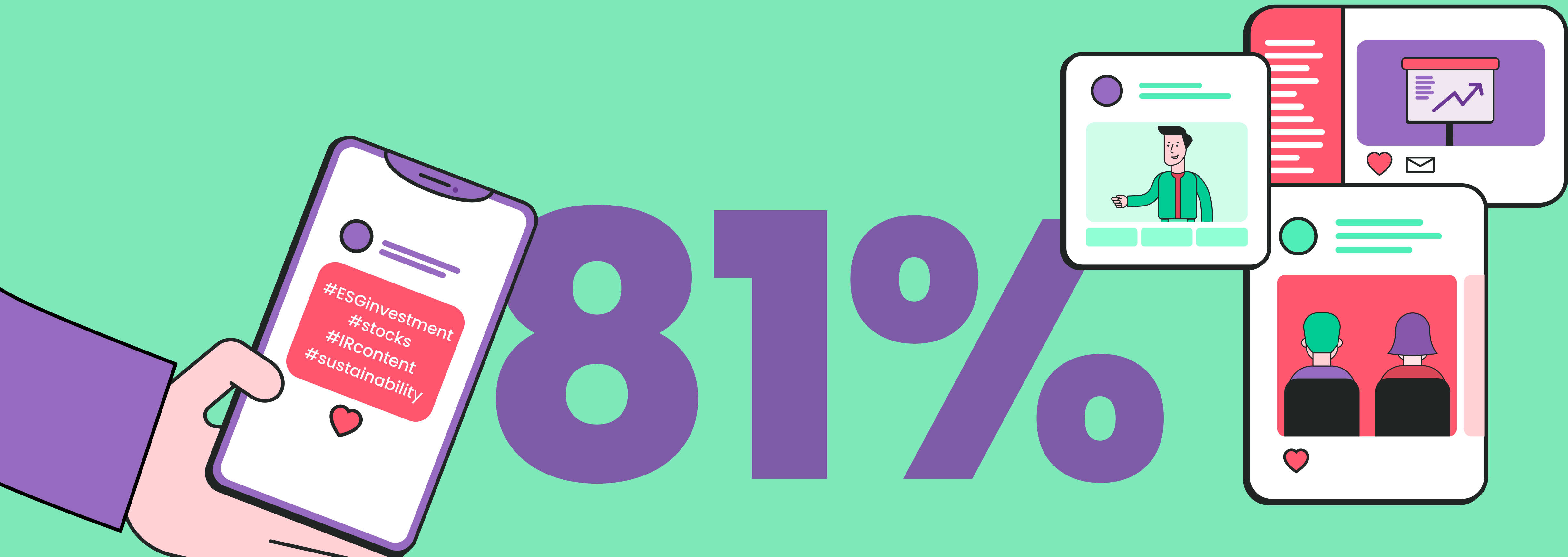
Short Bio: Since 2005 involved in Corporate Reporting on corporate and scientific level ■ Research and publication focus on (Digital) Corporate Reporting/XBRL, Investor Relations, Financial Literacy and Information Behaviour, History of Financial News (PhD) ■ worked for Ketchum Publico (Finance Director), FH Wien (Head of Controlling & Reporting, Senior Lecturer), Horváth & Partners (Consultant) ■ Senior Lecturer @FH St. Pölten since 2013



Jede Generation hat ihre Medien



**Social Media IR wird ein fester
Bestandteil der
Finanzkommunikation in
börsennotierten Unternehmen**



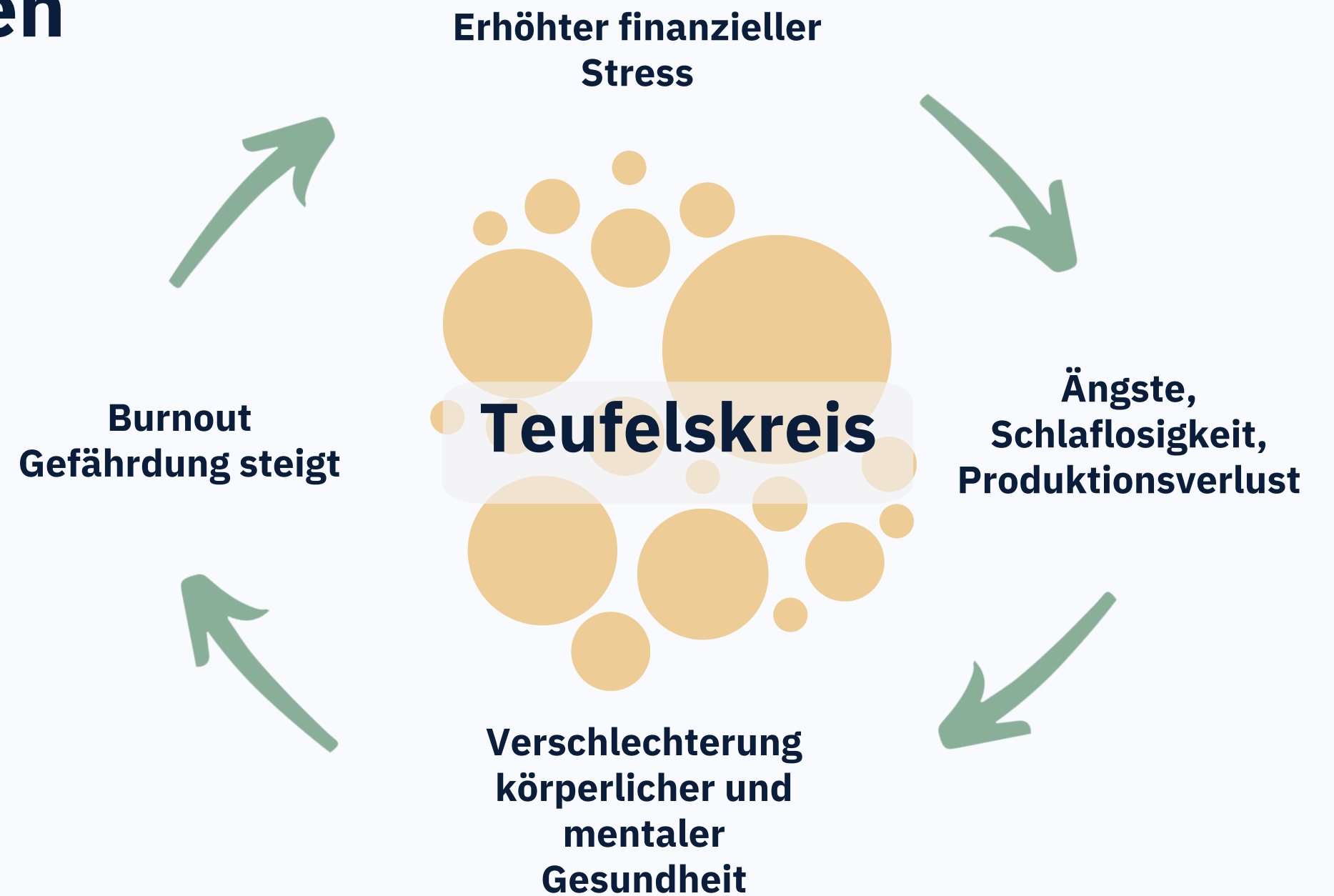
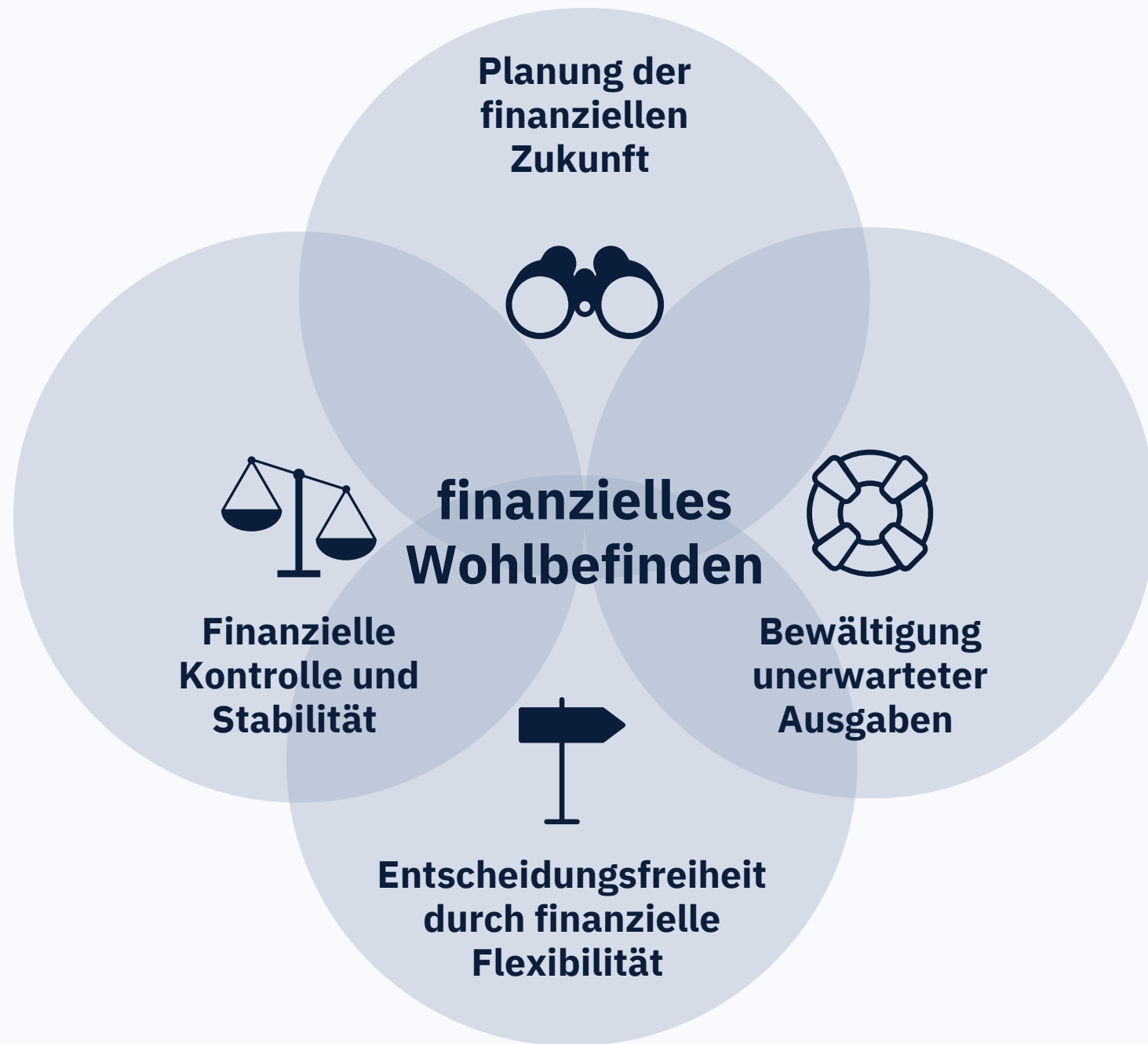
81%
of highly-interested young investors
would follow company accounts on social media
if they published more investor content



**Finanzielle Probleme sind
nicht psychisch relevant!**

Faktor #1 für Stress = Geldsorgen

Noch vor Gesundheit, Karriere und Familie



“Neben anderer Faktoren sind finanziellen Sorgen einer der größten Stressauslöser” - SVS Burnout Prävention

“Fakt ist Schulden oder finanzielle Not können krank machen!” - Gesundheitsministerium

**Anlagebetrug lässt sich
nicht verhindern!**

Finanzbetrug mit Finanzbildung verhindern!

Jährlicher Schaden zweistelliger Millionenbetrag - Tendenz steigend

Ablauf gängiger Betrugsfälle

1

Kontakt/Versprechen



Fake Werbung/Beiträge,
direkter Kontakt

2

Vertrauen aufbauen

Sie können mir vertrauen ich bin Finanzexperte!

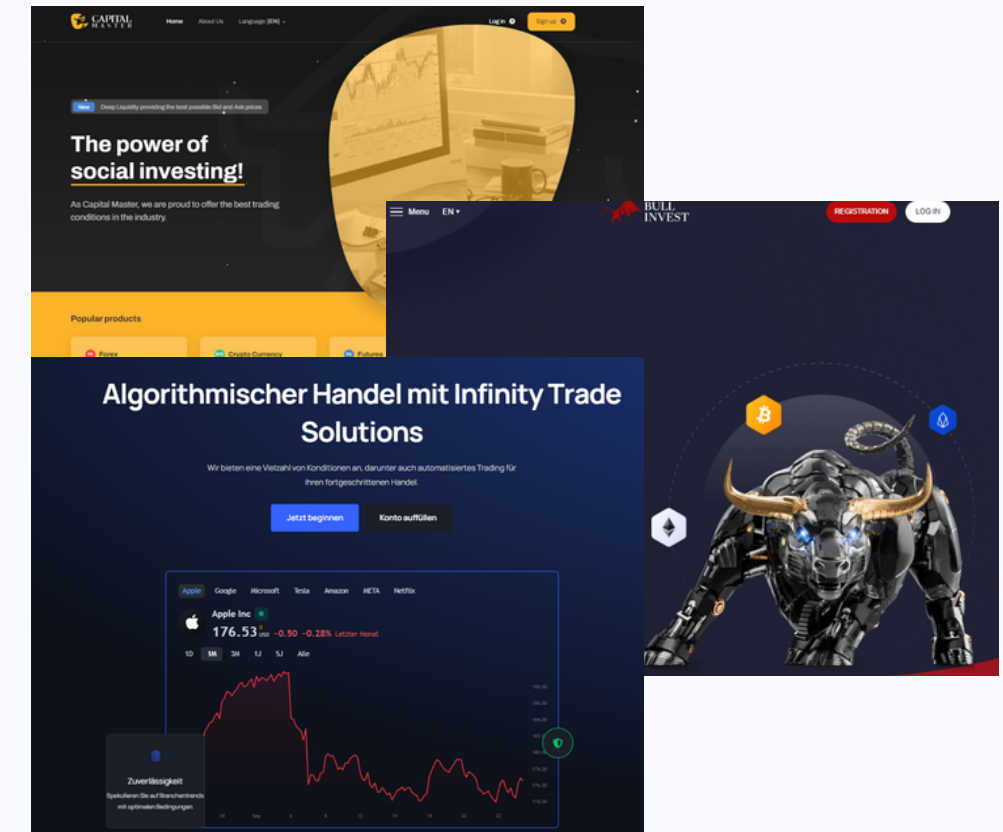
Okey, ich bin immer sehr vorsichtig bei sowas.

Mit 250 € in unseren neuen Coin mit garantiert 2.000 € Gewinn!

Super! 250 € für diesen Gewinn finde ich in Ordnung.

3

Scam-Broker/Fake Renditen



Die meisten privaten Finanzbetrügereien sind durch finanzielle Bildung vermeidbar!

Fehlende Finanzbildung:

“Hoffnung auf schnellen Reichtum”, “Fixe Renditeversprechen”