

Richtig investieren mit Instagram?

GELDLANLAGE Junge Menschen finden kaum noch den Weg in die Bankfilialen, Finanz-Influencer erobern die sozialen Medien. Was hinter dem Trend steckt.

VON KATJA KIESEL

NÜRNBERG - Sie geben Tipps für passende Anlagestrategien und eine sinnvolle Finanzplanung, erklären, wie ETFs funktionieren und teilen Börsenwissen für Anfänger: „Über Geld spricht man nicht“ – diese Haltung ist zumindest auf Social Media und unter den Finanz-Influencern, kurz Finfluencern, längst überholt.

Laut der Analyse-Plattform HypeAuditor wuchs im vergangenen Jahr kein Bereich schneller auf Instagram – einem sozialen Netzwerk, das lange vor allem für das schöne Leben, perfekt inszenierte Familien- und idyllische Urlaubsbilder stand. Aber: „Das ist lange vorbei“, sagt Christian Gürtler, der sich an der Universität Erlangen-Nürnberg mit Social Media im Spannungsfeld Medien-

und das hat die Entwicklung befeuert.“

Hinzu kommt: Nie war es dank zahlreicher neuer Neobroker-Apps – also Handelsplattformen für Privatanleger – einfacher, in Aktien zu investieren oder ein Depot zu eröffnen. Mit Smartphone und passender App geht's in Minuten.

„Die Zugänglichkeit zum Finanzmarkt ist eine ganz andere als noch vor ein paar Jahren, da hat eine große Demokratisierung stattgefunden. Man kommt heute viel spielerischer, leichter und barrierefreier an die Börse“, sagt Kleinmann. Meuche zieht Parallelen zur Gaming-Szene: „Für viele – gerade junge und risikobereite Männer – spielt der Nervenkitzel eine große Rolle. Die Erfolge junger Tech-Unternehmer, die schnell sehr viel Geld gemacht haben, dienen als Vorbilder, und die sozialen Medien pushen das zusätzlich.“

Was früher der Bankberater war, sind heute oft branchenfremde Menschen, die online Wissensvermittlung bieten und dabei mit Authentizität und Nahbarkeit punkten. Das hat offensichtliche Vorteile: Das Thema erreicht die Menschen leichter und schafft Bewusstsein.

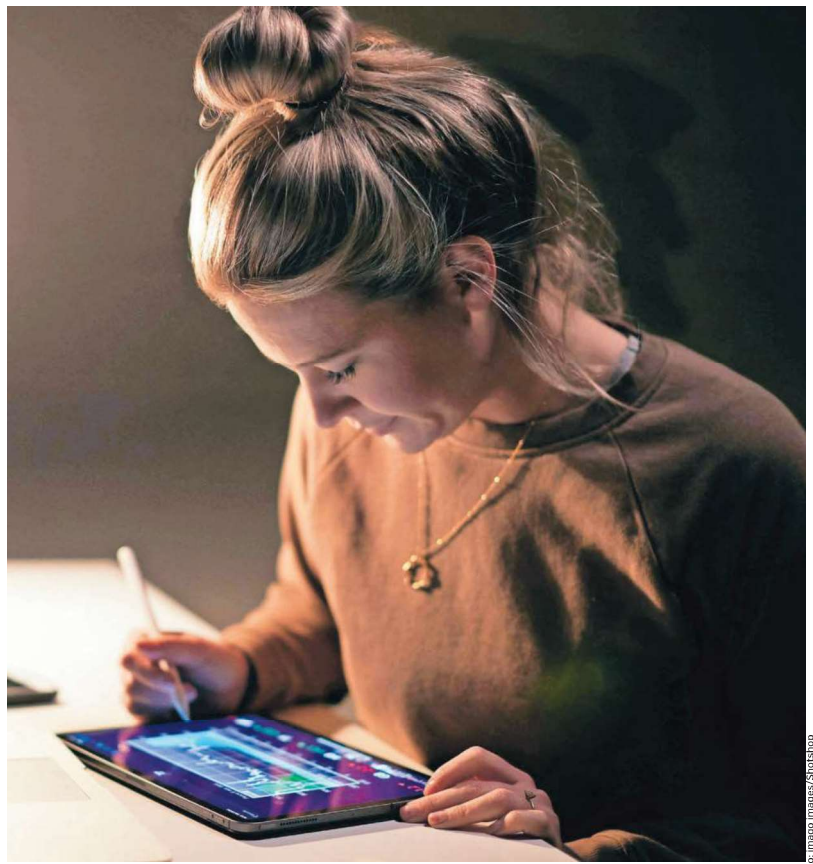
„All das, was in jungen Jahren an Finanzbildung versäumt wurde – durch das Schulsystem oder vielleicht auch das Elternhaus, kann jetzt einfach und kostenlos auf den unterschiedlichsten Kanälen aufgeholt werden“, sagt Kleinmann. Verständlich erklärt, in kurzen Videos oder Info-Grafiken aufbereitet. Auf der anderen Seite könne die Tatsache, dass viele risikoreiche Anlageprodukte wie Aktien, Fonds oder Kryptowährungen sehr leicht zu kaufen sind, zu unüberlegtem Handeln führen. „Und zwar ohne, dass man zwingend die Börse verstanden hat.“

Margarethe Honisch, Gründerin des Blogs und Instagram-Accounts „Fortunalista“, dem aktuell fast 30000 Menschen folgen und der sich speziell an Frauen richtet, ergänzt: „Es gibt natürlich viele schwarze Schafe, die irgendwelche Produkte verkaufen wollen. Man muss sich bewusst sein, dass es die ‚Get-rich-quick‘-Formel nicht gibt. Investieren ist ein Marathon, kein Sprint.“

Zu wenig Kontrolle und Regulierung dieses neuen Marktes begünstigen außerdem Betrug, fasst Christian Gürtler zusammen. Wichtig deshalb: „Quellen prüfen, sich immer selbst einlesen und nie blind den vermeintlich besten Trading-Tipps folgen.“

Trotzdem: Diese potenziellen Gefahren reichen nicht, um Banken für junge Kunden wieder attraktiver zu machen. Sie erreichen diese Zielgruppe nur noch schwer, die Notwendigkeit, eine Bankfiliale zu besuchen, fehlt – schließlich geht alles auch online. „Zudem bieten Banken nach wie vor ein sehr altbackenes Bild, sind zu unbeweglich in ihrer Entwicklung und in den Augen online-affiner Menschen ganz einfach uncool“, sagt Meuche.

Hinzu kommen schlechte Erfahrungen: „Das waren meine größten



So einfach wie nie: Ein Smartphone und die passende App, mehr braucht es nicht, um beispielsweise ein Depot zu eröffnen.

Foto: magno images/Shutterstock

Banken sind für online-affine Menschen ganz einfach uncool

ethik beschäftigt. „Mehrwert, Lernen und Wissensvermittlung werden immer wichtiger und soziale Medien längst nicht mehr nur genutzt, um sich tolle Bilder anzusehen.“

Besonders das Thema Finanzen trifft aktuell einen Nerv. Das kann auch Marisa Kleinmann bestätigen. Die Nürnbergerin hat sich vor zwei Jahren mit einem Blog und einem Instagram-Account unter dem Namen „Finanzmama“ selbstständig gemacht, denn: Die Nachfrage ist da und sie ist groß. „Ich bekomme oft Rückmeldungen wie ‚Endlich spricht es mal jemand an‘“, berichtet Kleinmann.

Thomas Meuche, Professor für Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Finanzen an der Hochschule Hof, erkennt eine veränderte Einstellung in Bezug auf Geld – „unter anderem deshalb, weil es notwendiger geworden ist, sich mit dem Thema zu beschäfti-

Frustmomente, als ich begonnen habe, meine Finanzen selbst in die Hand zu nehmen“, erzählt Kleinmann: „Das ist in den Banken meist ein ganz anderer Sprech, und ich hatte selten das Gefühl, dass die Gespräche auf Augenhöhe basieren.“

Honisch hat ähnliche Erfahrungen gemacht. „Banken fangen gerade erst an zu sehen, dass die Kundinnen mündig entscheiden wollen, und bieten auch Bildungsangebote an. Angebote wie das unsere hat eben diese Lücke und dieses ‚Nicht-Erntnehmen‘ der Kundinnen gefüllt.“

Banken entgeht das Interesse an Finanzthemen in den sozialen Medien nicht. Dass Instagram und Co. die Plattformen sind, auf der junge Menschen heute zu erreichen sind, haben auch sie erkannt. Die PSD Bank Nürnberg nutzt neben Instagram und YouTube seit April vergangenen Jahres auch TikTok, um mit der jüngeren Zielgruppe in Kontakt zu kommen. Als erstzunehmende Konkurrenz nimmt die Bank die Entwicklung nicht wahr: „Influencer Marketing gibt oft den Anstoß, sich mit einem Thema intensiver ausein-

anderzusetzen, ersetzt aber nicht die Beratung. Wir sehen den Trend also als eine Ergänzung dazu, die keineswegs in Konkurrenz zur klassischen Bankberatung steht“, sagt Hanna Kus aus der Presseabteilung.

Vergangenen Sommer ging die PSD Bank Kooperationen mit Influencern aus dem Lifestyle-Bereich ein:

wusst dazu entschieden, uns nicht auf Finanzblogger zu fokussieren, da wir ein breites Publikum erreichen möchten und Finanzen jeden etwas angehen.“

Auch bei der Sparkasse Nürnberg spielt das Thema Influencer Marketing eine Rolle, bestätigt Sprecherin Sarah Schmolli. Die Sparkassen-Finanzgruppe hatte 2021 eine deutschlandweite Kampagne mit verschiedenen Influencern – unter anderem aus der Region – gestartet.

Aber: Dieser Wandel habe bei den Banken zu spät stattgefunden, urteilt Meuche. Er hält es für unwahrscheinlich, dass es ihnen gelingt, durch solche Kooperationen ihr Image nachhaltig zu verändern. Der Experte erwartet einen weiteren Schrumpfungsprozess bei den etablierten Banken: „Ich halte es für utopisch, zu glauben, dass Banken wieder zu alter Stärke finden, und denke nicht, dass der Online-Trend ein kurzzeitiger ist. Sicherlich wird sich auch er weiterentwickeln, und es wird neue Geschäftsmodelle geben. Aber das mitzuhalten, das wird für traditionelle Filialbanken schwer.“

Bloggerinnen und Blogger präsentierten auf YouTube, Instagram und TikTok die Vorzüge eines Wechsels zum PSD Girokonto. „Wir haben uns be-



Marisa Kleinmann

Foto: Memory Name



Thomas Meuche

Foto: Hochschule Hof

gen.“ So gibt es wegen der Nullzinspolitik der Europäischen Zentralbank kaum mehr Zinsen auf Ersparnisse: „Es mussten Alternativen her – die einzig echte war das Investieren –

KURZ BERICHTET

Vitesco holt viele Aufträge in Elektrosparte

REGENSBURG - Der Autozulieferer Vitesco kommt beim Einsammeln von Aufträgen für seine Elektroantriebssparte gut voran. Im ersten Quartal machten die Bestellungen für Elektrokompenten mit knapp 3,7 Milliarden Euro den Löwenanteil der eingegangenen Orders in Höhe von 4,5 Milliarden Euro aus, wie das SDAX-Unternehmen am Freitag in Regensburg mitteilte. Die Sparte für E-Antriebe macht bei dem vom Auto-

zulieferer Continental abgespaltenen Unternehmen noch relativ geringe Umsätze und schreibt weiter rote Zahlen, soll aber in der Zukunft das Hauptstandbein sein. Vitesco geht für das laufende zweite Quartal insgesamt von einem noch schwierigeren Umfeld aus als zu Jahresbeginn, als der Konzernumsatz wie bereits bekannt um 1,9 Prozent auf 2,26 Milliarden Euro schrumpfte. Unter dem Strich reduzierte Vitesco im ersten Quartal den anfallenden Verlust von 31,7 Millionen Euro vor einem Jahr auf nun 11,3 Millionen Euro. **dpa**

Experte schlägt Enteignung von Gazprom Germania vor

BERLIN - Vor dem Hintergrund des russischen Gas-Lieferstopps gegen Gazprom Germania haben sich Energiemarktexperten für eine Verstaatlichung der Firma und seiner Tochterunternehmen wie etwa Wings ausgesprochen. „Eine Enteignung wäre das Mittel der Wahl, damit etwa die Handelspartner von Wings weiter die Sicherheit haben, bedient zu werden“, sagte Fabian Huneke vom Beratungsunternehmen Energy Brain-

pool in Berlin. Nach der Einstellung der Gas-Lieferungen bestehe bei den Handelsunternehmen der Gazprom Germania eine starke Insolvenzgefahr. Nötig seien deswegen staatliche Garantien. „Dadurch wird verhindert, dass viele andere Unternehmen durch einen Dominoeffekt ebenfalls in Schwierigkeiten geraten“, sagte Huneke. Eine Verstaatlichung ist aus seiner Sicht „die beste Methode, mehr Sicherheit in den Markt reinzubekommen“. Wings beliefert unter anderem Stadt-

Musk setzt Kauf von Twitter vorläufig aus

AUSTIN - Tech-Milliardär Elon Musk hat seinen Deal zum Kauf von Twitter am Freitag für vorläufig ausgesetzt erklärt. Er wolle erst Berechnungen dazu abwarten, dass Accounts, hinter denen keine echten Nutzer stecken, tatsächlich weniger als fünf Prozent ausmachen, schrieb Musk bei Twitter. Der Online-Dienst hatte diese Schätzung vor einigen Tagen in seinem ausführlichen Quartalsbericht veröffentlicht. **dpa**