



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



CENTER FOR RESEARCH IN
FINANCIAL COMMUNICATION

Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung



DIRK-Konferenz, 01.07.2024

Finfluencer-Relations

Aktueller Marktüberblick & Anforderungen an Kooperationen zwischen
Finfluencern und börsennotierten Unternehmen

Projekt „Finfluencer“



In Kooperation mit:



Was ist ein Finfluencer?



Finanzfluss ^o

@Finanzfluss · 1,31 Mio. Abonnenten · 938 Videos

Auf Finanzfluss findest du jede Woche neue, praktische Videos, rund um das Thema persö... >

[finanzfluss.de/copilot](https://www.finanzfluss.de/copilot) und 7 weitere Links

Abonnieren

Übersicht Videos Shorts Live Playlists Community



Was jeder über Finanzen wissen sollte, in nur 25 Min. (!)

559.220 Aufrufe · vor 1 Jahr

Finanzen und Investieren verstehen · in unter 25 Minuten!

Unser Depot-Testsieger: ▶▶

[https://link.finanzfluss.de/go/depot?... *🔗](https://link.finanzfluss.de/go/depot?...)

Finanzfluss Empfehlungen: ▶▶

[https://www.finanzfluss.de/empfehlungen/ 🏆](https://www.finanzfluss.de/empfehlungen/)

Tracke dein Vermögen mit dem Finanzfluss Copilot: ▶▶

[https://www.finanzfluss.de/copilot/?u... 📄](https://www.finanzfluss.de/copilot/?u...) ...

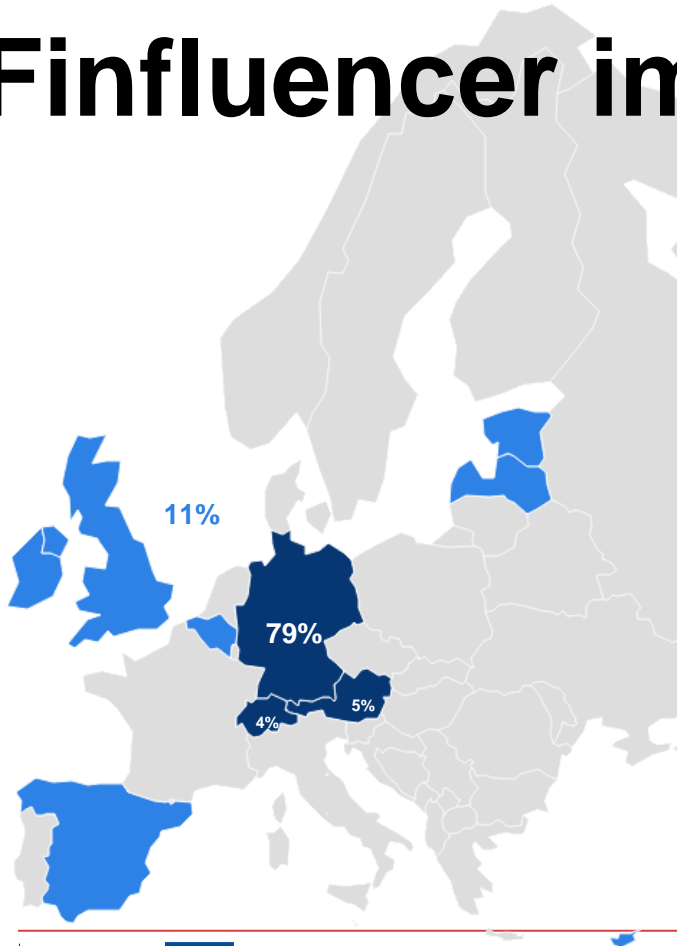
MEHR INFOS

- Person oder Teams, die Inhalte zu Finanzthemen erarbeiten und über Social Media veröffentlichen
- Durch ihre Kommunikation können sie Einfluss auf die Entscheidungen von Anlegenden nehmen
- Sie kommunizieren und interagieren zeitnah und regelmäßig mit ihren Followern – und können so auch zu Multiplikatoren werden

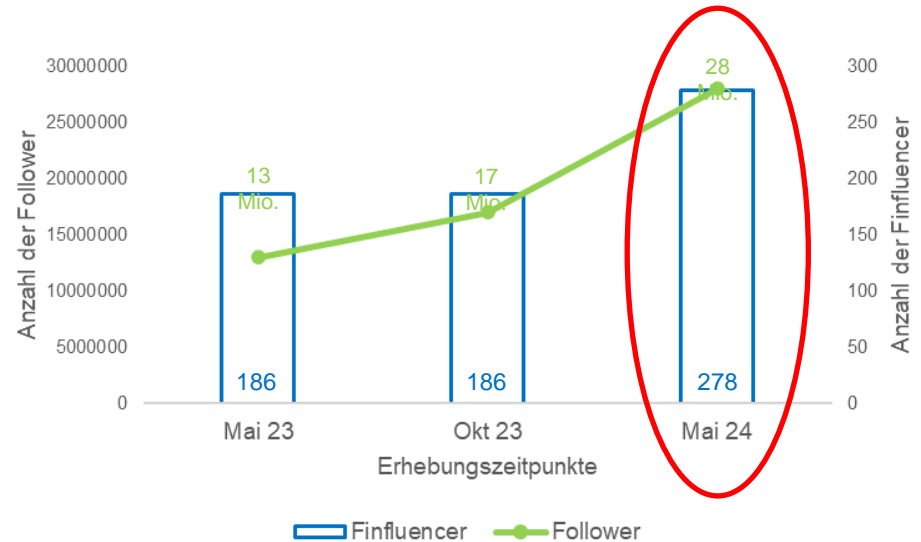
Marktüberblick



Finfluencer im DACH-Raum

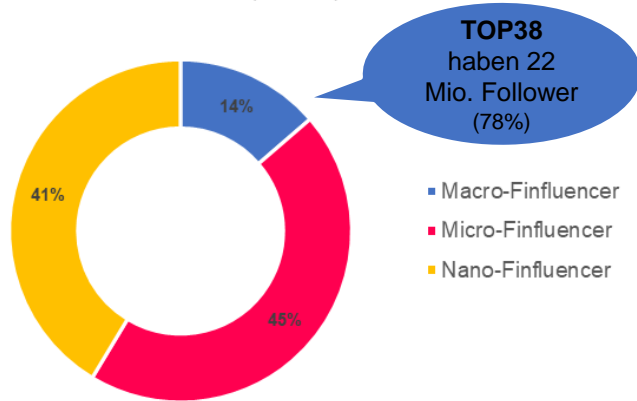


Finfluencer-Marktentwicklung im DACH-Raum

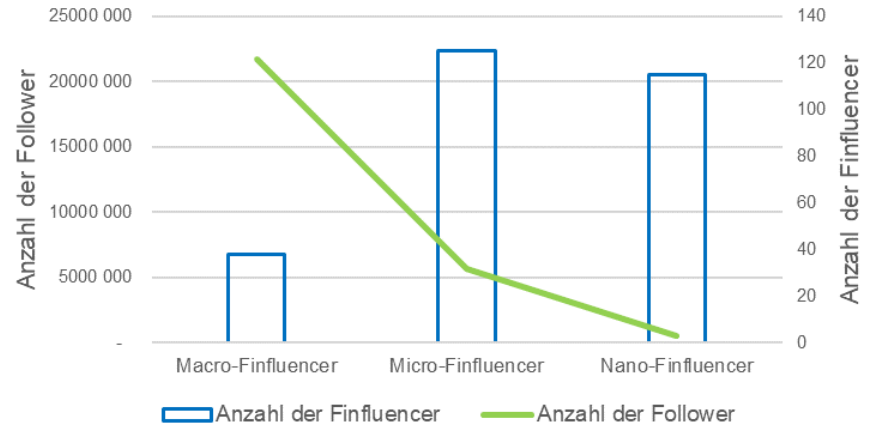


Breites Reichweitenpektrum

Verteilung der Finfluencer nach Typen
(n=278)



Finfluencer-Typen und ihre Reichweite (n=278)



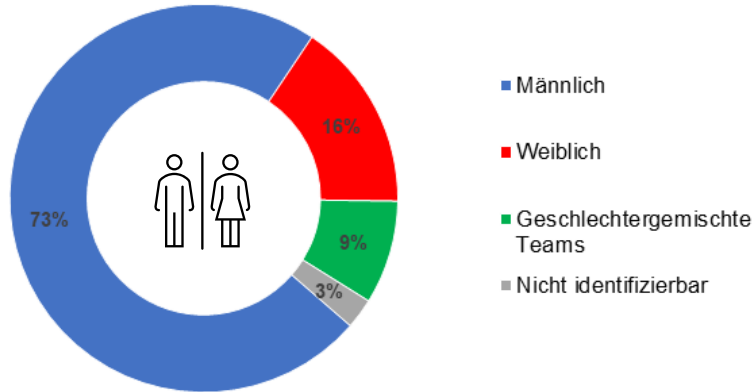
TOP38 Finfluencer (Macro-F)

Nr.	Name	Follower	Website
1	Immo Tommy	2 452 752	https://immo-tommy.de/
2	professorfinanzen	2 276 538	https://www.profinanz-akademie.de/
3	finanzfluss	1 845 964	https://www.finanzfluss.de
4	Teaching Finance	1 592 842	https://teachingfinance.de
5	bodoschaefer	1 403 809	https://www.bodoschaefer.de
6	Finanzhacks	1 223 136	https://finanzhacks.de/
7	Finanznerd	1 110 150	https://linktr.ee/finanznerd
8	frank_thelen	1 090 444	https://frank.io/de/
9	finanztip	1 088 462	https://www.finanztip.de
10	finanzenmitercan	684 056	https://www.dream-realize.de/
11	aktienmitkopf	661 721	https://www.aktienmitkopf.de/
12	florian.homm.official	460 201	https://www.florian-homm.com/
13	Investment Punk	415 682	https://www.investmentpunk.com/
14	Investscience	406 479	https://www.investscience.de/
15	etf.elias	377 600	https://etf-elias.de/
16	madamemoneypenny	352 857	https://madamemoneypenny.de
17	kochwallstreet	316 675	http://markuskoch.de/
18	Vermieterstagebuch	315 376	https://vermieterstagebuch.com
19	diefinanzdenker	307 174	https://finanzdenker.de/

Nr.	Name	Follower	Website
20	finanzasiate	258 365	https://finanzasiate.de/
21	caminvesta	237 320	https://caminvesta.de/
22	erichsenlars	221 850	https://www.lars-erichsen.de/
23	flo.pharell	220 622	https://www.flopharell.com/
24	flame.finance	216 723	
25	steuernmitkopf_official	203 588	https://www.steuernmitkopf.de
26	Talerbox	193 001	https://talerbox.com
27	finanzheldinnen	181 652	https://finanz-heldinnen.de/
28	techaktien	174 970	https://cliqe.bio/Techaktien
29	finanzen.einfach.verstehen	170 691	https://finanzeneinfachverstehen.de/
30	Finanz-Kroko	168 804	https://www.finanz-kroko.de
31	dividente	153 086	https://dividente.de
32	finanzbaer	152 278	https://linktr.ee/Finanzbaer
33	Aktienfreunde	151 977	https://www.aktienfreunde.com
34	jensrabe_official	134 078	https://www.jensrabe.de/
35	Aktiengram	123 174	https://aktiengram.de/
36	Aktien 4 Future	122 750	https://aktien4future.de
37	kapitalkoalas	120 281	https://kapital-koala.de/
38	Die Aktionaere	119 906	https://biography-root.com/die.aktionaere/

Dominanz alter Strukturen

Geschlechterverteilung von Finfluencern
(n=278)



23 911 794 86%



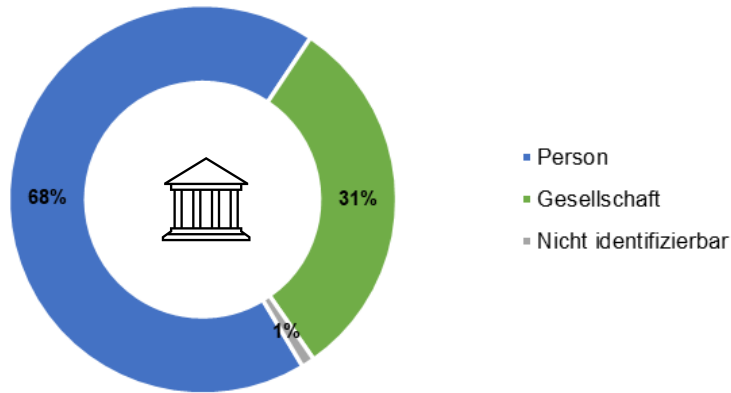
1 665 374 6%



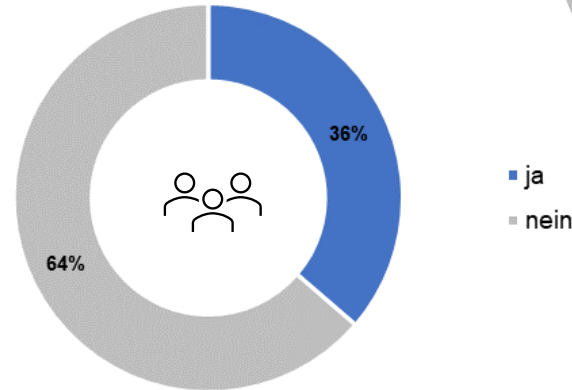
2 227 337 8%

Fortschreitende Institutionalisierung

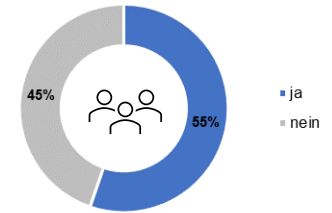
Grad der Institutionalisierung von Finfluencern
(n=278)



Arbeit in Teams
(n=278)



Arbeit in Team
TOP 38



Finanzbildung im Fokus der Kritik

Wer ich bin

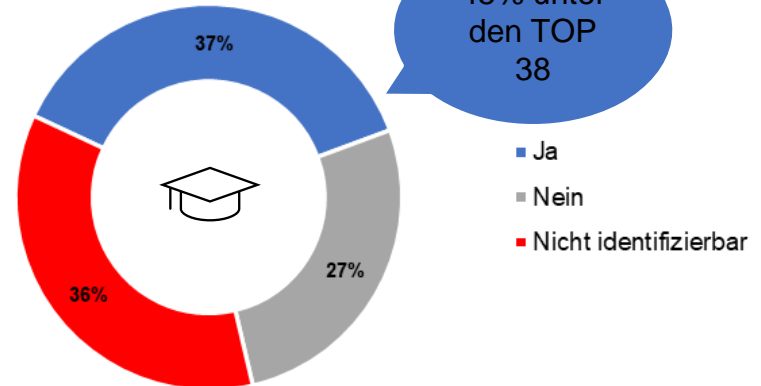
Ich bin Natascha Wegelin, Gründerin und Geschäftsführerin der Madame Moneypenny GmbH, Bestseller-Autorin und deine Mentorin.

Vor einigen Jahren habe ich aufgrund meiner eigenen Unwissenheit, Naivität und Bequemlichkeit bei einer schlechten Finanzberatung fast **18.000 Euro verloren**. Damals habe ich mir geschworen, dass mir so etwas nie wieder passiert. Ich wusste: Niemandem sind meine Finanzen so wichtig, wie mir selbst. Ich muss meine Finanzen selbst regeln, es ist alternativlos.

Durch über 1.000 Stunden Selbststudium, ca. 200 Bücher und Seminare habe ich mir das notwendige Wissen angeeignet, um mir ein sicheres Vermögen in Eigenregie aufzubauen. Dabei habe ich ein System entwickelt, mit dem du das auch kannst.



Finanzbildung der Finfluencer (n=278)

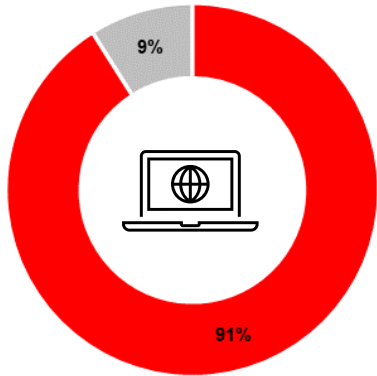


<https://madamemoneypenny.de/wer-ist-madame-moneypenny/>

Medien der Finfluencer

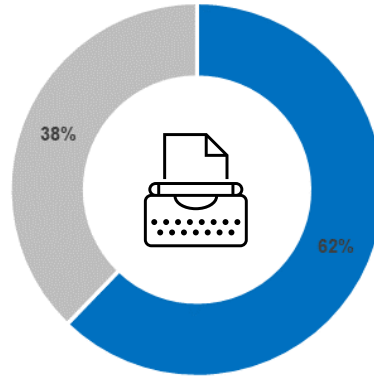
Website

■ Ja ■ Nein



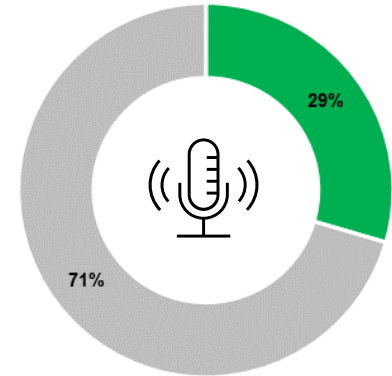
Blog

■ Ja ■ Nein



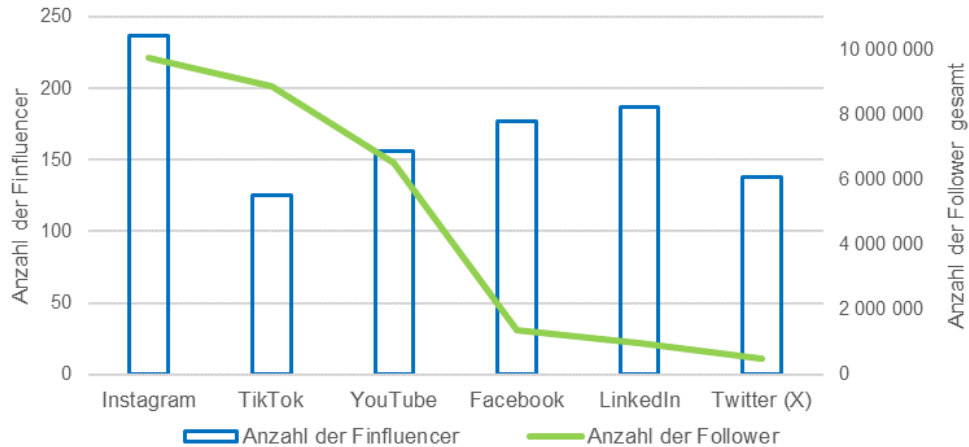
Podcast

■ Ja ■ Nein

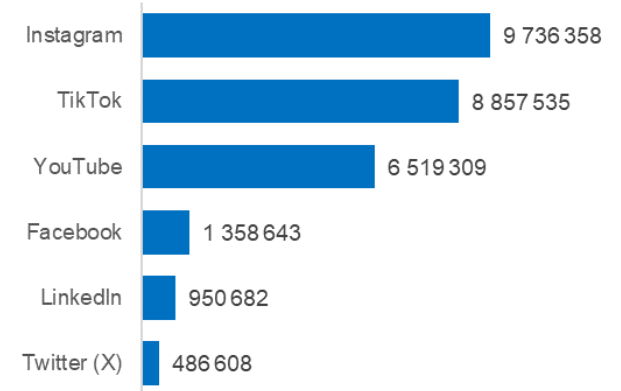


The Big Three

Social Media Kanäle der Finfluencer
und ihre Reichweiten (n=278)

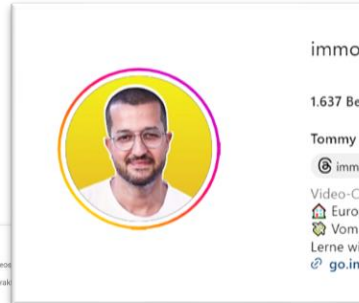
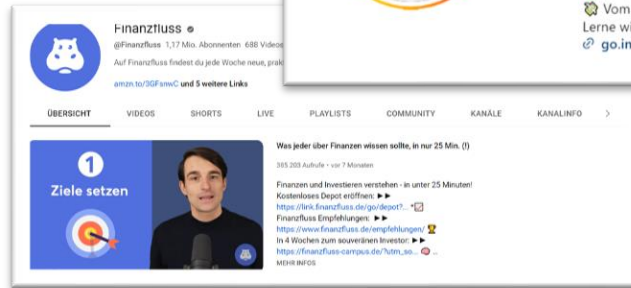


Followerzahlen pro Social Media Kanal
n=278



Thematischer Fokus

Themenschwerpunkte deutschsprachiger Finfluencer (n=278)



Geschäftsmodell der Finfluencer

Leistungsspektrum von Finfluencern (TOP 38)

Basis: Website und Social Media



FINANZEN VERSTEHEN Wissen Steuern Investieren Banken Blog Für Unternehmen

Neukundenaktion!

Eröffne bis zum 30.04.2024 ein Flatex Depot und erhalte 100€ Tradeguthaben. Profitiere von kostenloser Konto- und Depotführung und über 200 kostenlosen ETFs im Sparplan!

Jetzt 100 EUR sichern

Mehr erfahren →

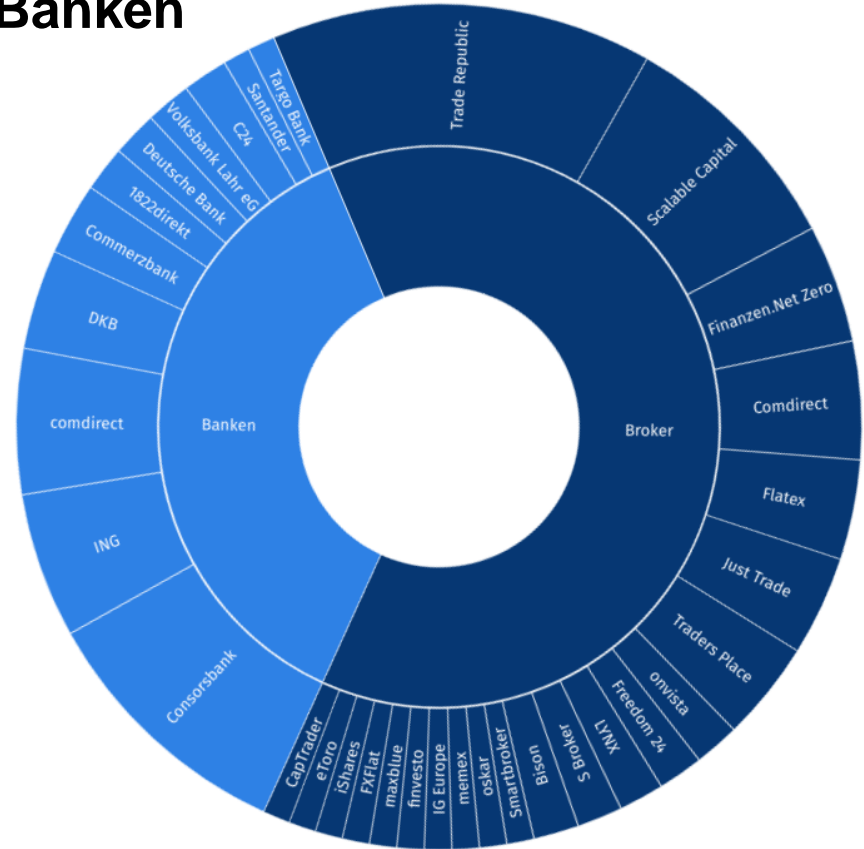
<https://finanzenverstehen.at/> (5.4.2024)

Kooperationen mit Brokern und Banken

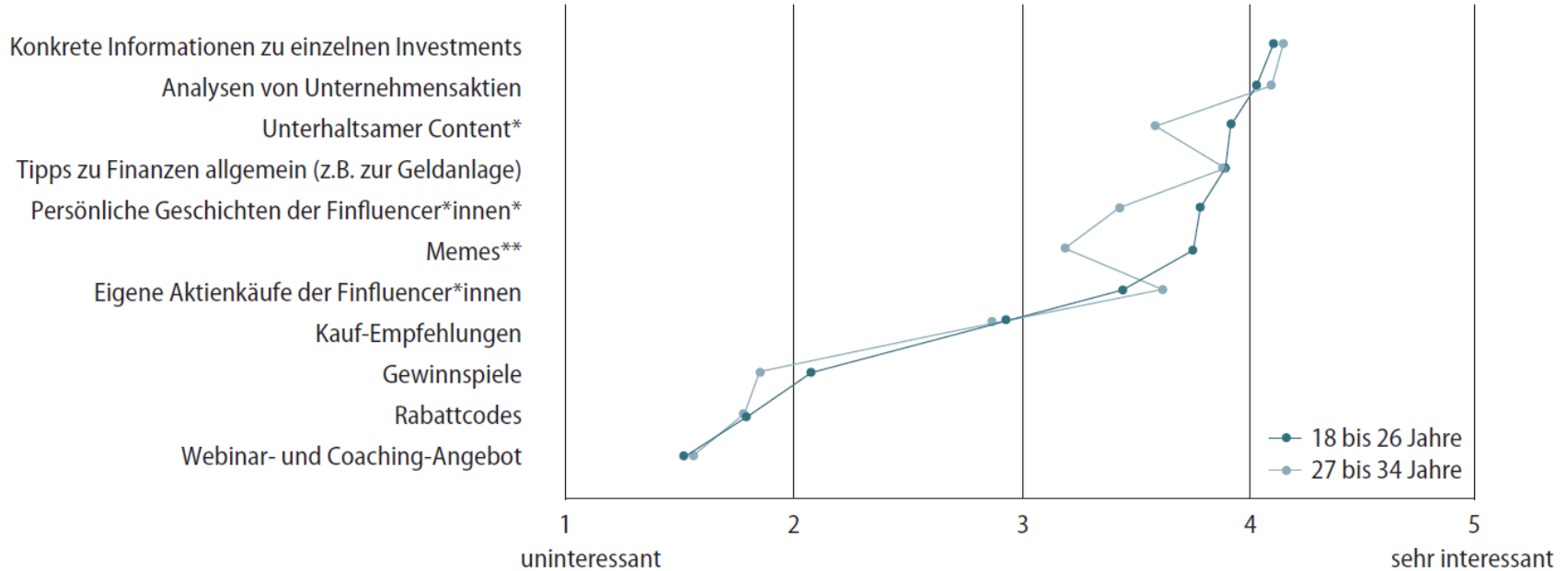
Finfluencer arbeiten mit Finanzdienstleistern in Form von Affiliate Marketing zusammen.

Diese gehen proaktiv auf Finfluencer zu, um ihre Reichweite zu nutzen. In ihrem Fokus: die TOP Macroinfluencer.

- Mehr als die Hälfte (55%) der TOP 38 Finfluencer arbeiten mit **Online-/Neo-Brokern** zusammen. Dabei sind die Neo-Broker Trade Republic (42%) und Scalable Capital (26%) die relevantesten Partner.
- Weniger als die Hälfte (47%) der TOP 38 Finfluencer kooperieren (auch) mit **Banken**. Hier dominiert die Consorsbank (29%), an zweiter Stelle rangieren gleichwertig ING und comdirect (je 16%).



Themeninteressen der Follower



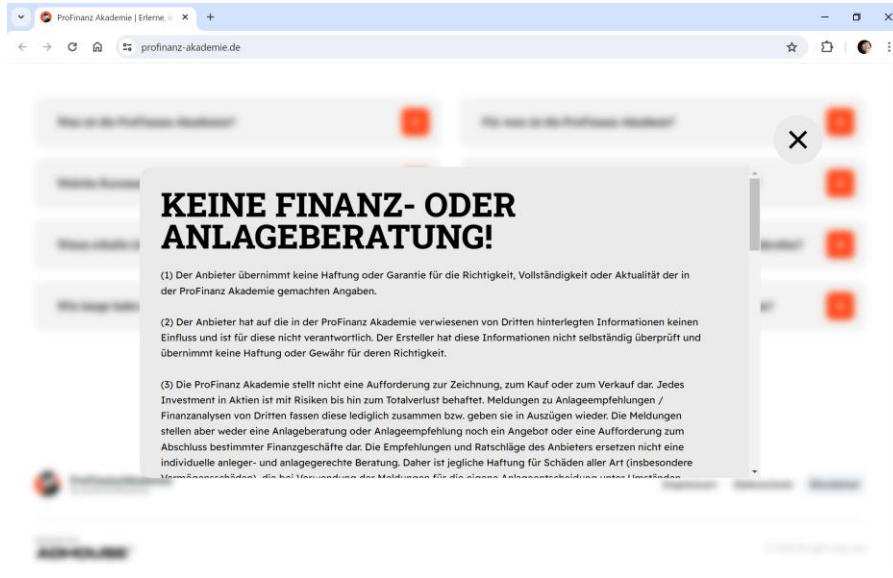
Frage: „Wie interessant findest du Beiträge zu folgenden Themen bei Finfluencern?“, Basis: Gültige Werte, n (18-26) = 110, n (27-34) = 120, *p<0,05, **p<0,01

Unabhängigkeit statt Partnerschaft

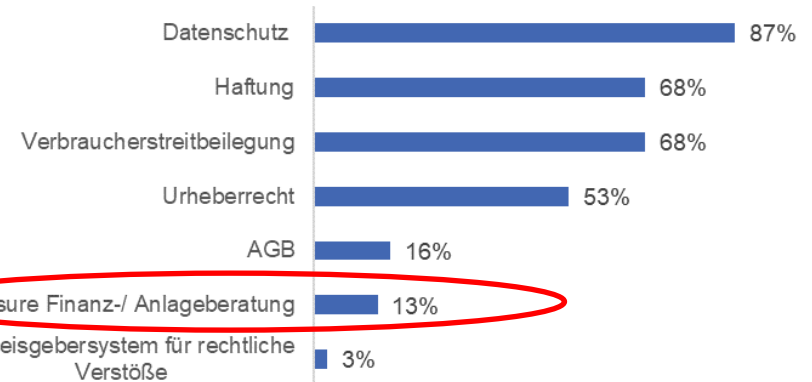
The screenshot shows the website 'Finanztip' with a dark navigation bar containing 'Finanztip', 'Vergleiche & Rechner', 'Newsletter', 'Über uns', and a search icon. Below the navigation bar are menu items: 'Finanzen', 'Versicherung', 'Energie & Klima', 'Recht', 'Steuern', and 'Sparen im Alltag'. A modal window titled 'Unterstütze uns' is open, featuring a heart icon and a close button. The modal text reads: 'Fördere die finanzielle Bildung in Deutschland. Mit Deinem Beitrag hilfst Du uns, noch mehr Menschen zu erreichen.' It offers a 'Monatlicher Beitrag (jederzeit kündbar)' with buttons for '5 €', '7 €', '10 €' (selected), and '25 €', plus an 'individueller Betrag' option. Below this is 'Unser Abbuchungsintervall' with a 'Monatlich' button. The modal also asks to 'Bitte Zahlungsart wählen'. At the bottom of the modal, there is a note: 'Zusätzlich kann in unserem Festgeld-Rechner bei jeder Bank angegeben, ob sie Steuern abführt oder nicht. Das geht auch aus dem jeweiligen Produktinformationsblatt der Bank hervor.' A small orange 'Feedback' button is visible on the right side of the modal.

The screenshot shows the website 'caminvesta' with a light blue header containing 'caminvesta', 'Dein erstes Investment', 'Empfehlungen' (underlined), 'Finanztipps', 'Buchtipps', and 'Kontakt'. The main content area features the heading 'Meine Empfehlungen für deinen Start in die Finanzwelt' and a sub-heading 'Start in die Finanzwelt'. Below this is a paragraph: 'Es handelt sich hierbei um Affiliate-Links, mit denen du mich unterstützen würdest. Schalte ggf. deinen AdBlocker aus, um diese zu sehen.' There are two call-to-action buttons: 'Newsletter' and 'Du möchtest mich direkt unterstützen?'. Below these are two sections: 'caminvesta Insights' with a sub-heading 'Du erhältst regelmäßig die neusten Finanztipps, Anleitungen, Checklisten, Inspirationen & Buchtipps direkt in dein Postfach' and a button 'Insights erhalten'; and 'Kaffee spendieren!' with a sub-heading 'Hier kannst du mir einen virtuellen Kaffee ausgeben und caminvesta damit unterstützen. Danke' and a button 'Kaffee ausgeben'.

Rechtlich nicht irrelevant



Rechtliche Aspekte, die von Finfluencern berücksichtigt werden (TOP 38)



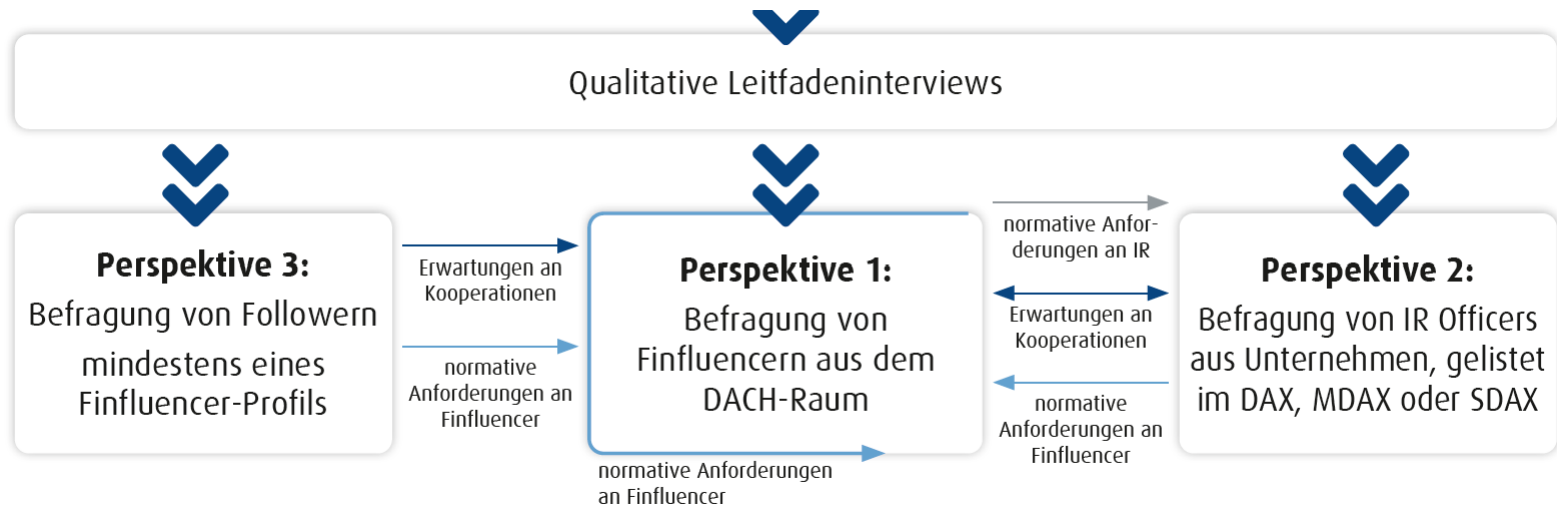
<https://www.profinanz-akademie.de/>

Methodik Studie Finfluencer-Relations



Eine Frage der Perspektive...

Was sind Anforderungen der Investor Relations, Finfluencer und ihrer Follower an Kooperationen zwischen Finfluencern und börsennotierten Unternehmen?



Experteninterviews mit drei Gruppen

12 IRO's

Logos of 12 IROs (Investment Research Organizations) are displayed within a red cylinder. The logos include K+S, DHL Group, BASF, DEUTZ, JUNGHEINRICH, T. GREKE, ABOUT YOU, BECHTLE, SAP, freenet, and BAYER.

15 Finfluencer

Screenshots of three Instagram profiles are shown within a red cylinder. The profiles are investmentpunk (1,581 Beiträge, 159 Tsd. Follower), finanzfluss (1,419 Beiträge, 408 Tsd. Follower, 190 Gefolgt), and cwroehl (219 Beiträge, 64,4 Tsd. Follower). The finanzfluss profile shows a post about 'Finanzen in die eigenen Hände nehmen!' and 'Aktien Buddies by MVI'.

20 Follower

20 stylized human figures holding hands are arranged in a grid within a red cylinder. To the right of the figures are icons for Instagram, TikTok, X, and YouTube.

Ergebnisse



Welche Arten von Kooperationen mit Finfluencern gibt es?

Vergütete Kooperationen

- Affiliate Links
- Werbung oder Sponsoring auf den Kanälen der Finfluencer

Teilweise vergütete Kooperationen

- Podcasts mit CEOs
- Community Events

Nicht vergütete Kooperationen

- Interviews
- Austausch von Informationen

Welche Ziele werden bei Kooperationen verfolgt?

Finfluencer

1. Reputationsgewinn
2. Finanzbildung fördern
3. Steigerung der Reichweite
4. Finanzieller Profit

IRO

1. Kontakt zu Privataktionären
2. Jüngeres Publikum erreichen
3. Bekanntheit steigern
4. Finfluencer als Multiplikatoren zur Informationsvermittlung nutzen
5. Image verbessern

 WIN-WIN-WIN-KOOPERATIONEN

Wie sieht es mit einer Bezahlung aus?

Finfluencer

„Mir hat ernsthaft mal ein TecDAX-Unternehmen vor zwei Jahren vorgeschlagen, wir machen eine gemeinsame Veranstaltung, ich soll dahin kommen und den Abend moderieren, soll meine Follower motivieren und sie sorgen fürs Catering. Und dann habe ich gefragt, was mit meinem Honorar ist? Und sie meinten, das sei doch ein Service, den ich meinen Followern bieten kann.“

IRO

„Geld in die Hand nehmen, dass jemand über uns berichtet? Das ist schwierig. Das machen wir auch nicht im institutionellen Bereich.“

Welche inhaltlichen Anforderungen gibt es?

Finfluencer

- Keine Inhaltsvorgaben
- Kategorischer Ausschluss von inhaltlicher Beeinflussung
- Kritik muss erlaubt sein
- Wahrung der kreativen Freiheiten

IRO

- Finfluencer als Analysten
 - Informationsvermittlung im Vordergrund
- Unabhängigkeit wichtig
 - subjektive Einschätzungen des Investment

Ausnahme: Bei gemeinsamen Podcasts wird eine **Möglichkeit zur besseren Vor- und Nachbereitung** gefordert ➢ Absprache von Themenblöcken

„Keine starren Rahmenbedingungen, also Kreativität und spannendes Storytelling. Ein witziges Videoformat kann nur dann funktionieren, wenn das Unternehmen auch entsprechende kreative Freiheiten gibt.“
(Finfluencer:in)

Welche Anforderungen haben Finfluencern an Kooperationen (1/4)

Fairness

Transparenz

Respekt vor Unabhängigkeit

Verantwortung gegenüber Followern

„Und nur weil jemand potenziell sehr viel Reichweite hat, macht man da vielleicht andere Zugeständnisse als bei kleineren Finfluencern, die dann nicht so eine Verhandlungsmacht haben.“
(Finfluencer:in)

Welche Anforderungen haben Finfluencern an Kooperationen (2/4)

Fairness

„Diese Transparenz ist zwar unangenehm, weil man nicht so viel feilschen kann, aber immer fair und für eine lang andauernde Kooperation hilfreich.“
(Finfluencer:in)

Transparenz

Respekt vor Unabhängigkeit

Verantwortung gegenüber Followern

Welche Anforderungen haben Finfluencern an Kooperationen (3/4)

Fairness

Transparenz

Respekt vor Unabhängigkeit

Verantwortung gegenüber Follower:innen

„Viele Werbepartner wollen auch, dass ich sage, dass ich das nutze und wenn das nicht der Fall ist, dann sage ich auch nicht, dass ich ein Produkt nutze.“
(Finfluencer:in)

Welche Anforderungen haben Finfluencern an Kooperationen (4/4)

Fairness

Transparenz

Respekt vor Unabhängigkeit

Verantwortung gegenüber Followern

„Ich muss ja keine Firma schützen, die mir selbst nicht transparent alles übermittelt, sondern da muss ich sagen, ich stell mich halt vor die Community.“
(Finfluencer:in)



**THINGS
TO
DO**

**Ethikkodex für Finfluencer
&
Handlungsempfehlungen
für die IR**

Ergebnis unserer aktuellen Studie: Ethikkodex für Finfluencer & Handlungsempfehlungen

5.1 Ethikkodex für Finfluencer

Transparenz und Offenheit

1. Finfluencer unterscheiden klar zwischen Fakten und persönlicher Meinung. Sie machen deutlich, wann sie sachliche Informationen oder subjektive Einschätzungen wiedergeben.
2. Finfluencer geben transparent ihre Informationsquellen an.
3. Finfluencer veröffentlichen ihre Qualifikationen und ihr Vorwissen im Finanzbereich, um die Basis ihrer Expertise zu verdeutlichen.
4. Finfluencer begründen ihre Empfehlungen. Sie sind in der Lage, ihre Aussagen zu Finanzprodukten durch die Darstellung von Vor- und Nachteilen sowie Risiken substanziiell zu untermauern.
5. Finfluencer legen Kooperationen mit Unternehmen und die daraus erlangten Vorteile transparent offen. Bspw. wird offen kommuniziert, wenn ein Finfluencer im Rahmen der Zusammenarbeit mit einem Unternehmen eine monetäre Vergütung erhält.

Konsistenz und Respekt

6. Finfluencer fokussieren sich auf Finanzthemen. Sie konzentrieren sich inhaltlich auf ihre Fachexpertise. Sie nutzen ihre Reichweite nicht für sachfremde Aussagen.
7. Finfluencer nutzen ihre Plattform nicht für die Verbreitung von menschenfeindlichem oder extremistischem Gedankengut. Sie respektieren die Werte einer freiheitlichen Demokratie.

8. Finfluencer halten sich an geltendes Recht. Sie beachten rechtliche Vorgaben, einschließlich bspw. der Marktmissbrauchsverordnung und des Medienstaatsvertrags.

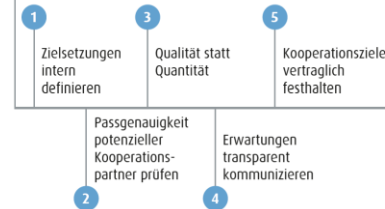
Wahrhaftigkeit und Unabhängigkeit

9. Finfluencer streben nach Wahrhaftigkeit. Sie gewährleisten die Richtigkeit ihrer Informationen und vermeiden Übertreibungen oder Falschdarstellungen.
10. Finfluencer bewahren in Kooperationen ihre Unabhängigkeit. Auch in bezahlten Kooperationen informieren sie objektiv über Produkte, unabhängig von der erhaltenen Vergütung.
11. Finfluencer bewahren ihre Unabhängigkeit innerhalb einer Kooperation, indem sie nicht nur vorgegebene Meinungen und Informationen weitergeben, sondern eigene Recherchen und Analysen durchführen. Sie geben Analysen und Informationen anderer nicht als die eigenen aus.

Verantwortung und Zuverlässigkeit

12. Finfluencer sind sich ihres Einflusses bewusst. Sie verstehen die Auswirkungen ihrer Kommunikation auf Follower und Kooperationspartner.
13. Finfluencer zeigen Vertrauenswürdigkeit, indem sie in der Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern Absprachen einhalten.
14. Finfluencer reflektieren ihre Inhalte und üben Selbstkontrolle aus. Sie verpflichten sich zur Einhaltung dieses Ethikkodex durch ständige Selbstprüfung und Anpassung ihrer Inhalte.

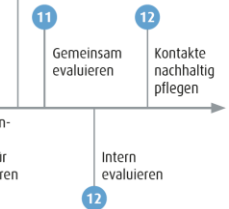
Von einer Kooperation



Während einer Kooperation



Nach einer Kooperation



Handlungsempfehlungen bei Kooperationen mit Influencern

Von einer Kooperation

1

Zielsetzungen intern definieren

3

Qualität statt Quantität

5

Kooperationsziele vertraglich festhalten

2

Passgenauigkeit potenzieller Kooperationspartner prüfen

4

Erwartungen transparent kommunizieren

6

Umfassendes Informationsangebot bereit stellen

8

Gespräche auf Augenhöhe führen

10

Win-Win-Win-Situationen: Mehrwert für alle generieren

Nach einer Kooperation

11

Gemeinsam evaluieren

12

Kontakte nachhaltig pflegen

12

Intern evaluieren

Alle Infos in der neuen DIRK-Publikation



VIELEN DANK!

–3. Reihe (v.l.n.r.):

**Kim Brückner,
Tammo Heinemann,
Emily Korsch**

–2. Reihe (v.l.n.r.):

**Emma Starke,
Sophie Sieghardt
Valentin Hausmann
Elena Weiß**

–1. Reihe (v.l.n.r.):

**Vanessa Huster,
Julia Gulbin,
Franziska Wehr,
Prof. Hoffmann**

