

### ***Monika Kovarova-Simecek, Studiengangsleiterin Digital Business Communications (MA), FH St. Pölten: „Gen Z und Finfluencer - neue Strukturen der Information und der Vertrauensbildung für Anlageprodukte“***

***Monika Kovarova-Simecek gab einen Überblick zu Erkenntnissen hinsichtlich der GenZ und des erheblichen Potenzials, das diese Generation für den Kapitalmarkt darstellt.***

#### **Die Ausgangslage: Definition**

Die GenZ ist aktuell 27 Jahre oder jünger, das sind all jene, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurden. Sie sind zu einem großen Teil bereits in das Erwerbsleben eingetreten. Die GenZ macht ein Drittel der Weltbevölkerung aus. In Österreich gehören dieser Generation rund 940.000 Menschen an. Was diese Generation eint, ist zum einen die mediale Sozialisation. Die Mitglieder der GenZ sind digital and social media natives. Der zweite Aspekt: Diese Generation nimmt den Klimawandel als realistisches Bedrohungsszenario wahr. „Nachhaltigkeit ist für sie eine Haltung und eine klare und berechtigte Forderung.“

Außerdem interessiert sich die GenZ in „einem bemerkenswerten Ausmaß“ für den Kapitalmarkt, erklärte Kovarova.

#### **Jugendboom am Aktienmarkt**

Durch pandemiebedingt günstige Einstiegskurse im Frühjahr 2020, entsprechend viel Zeit im Lockdown und einen einfachen Zugang zum Aktienhandel wegen Apps von Neo-Brokern ist dieser Jugendboom am Kapitalmarkt zu erklären. Außerdem tat die Zinspolitik der vergangenen Jahre, die tradierte Anlageprodukte unattraktiv machte, ihr übriges. Aktuell sind die Volumina, die diese Generation am Kapitalmarkt bewegt, kraft der noch geringen Einkommen überschaubar. Allerdings soll sich „das Vermögen der GenZ bis 2031 nach aktuellen Einschätzungen verfünffachen“ - nicht zuletzt aufgrund von Erbe. „Zukünftig wird ein Viertel des weltweiten Gesamtvermögens jenen gehören, die heute der GenZ angehören“, so Kovarova.

#### **Wofür interessiert sich die GenZ am Kapitalmarkt?**

Der GenZ eilt der Ruf voraus, dass es sich um eine Zocker-Generation handelt. Das allerdings ist ein Trugschluss, die GenZ unterscheidet sich bei den Investitionszielen kaum von älteren Generationen: Denn auch die jüngeren Generationen „veranlagen langfristig“, erklärte die Expertin. Vermögensaufbau, Pensionsvorsorge und finanzielle Unabhängigkeit sind zentrale Ziele. „Der Anteil jener, die auf schnellen Reichtum schielen, ist vernachlässigbar klein.“ Wo sich die GenZ klar von vorhergehenden Generationen unterscheidet, ist das Verhalten bei Tagesgeld und Kryptowährungen. Während Jüngere

gegenüber Älteren eher in Kryptowährungen investieren, sind Fest- und Tagesgeld tendenziell eher bei Älteren eine Option.

### **Informationsquellen**

Eine wichtige Erkenntnis ist für Kovarova: „Die GenZ ist nicht in der Social Media-Bubble gefangen. Sie nutzt eine ganze breite Palette an Informationskanälen.“ Social Media spielen dabei jedoch eine wesentliche Rolle. Sie sind wichtiger als Investor Relations- bzw. Unternehmenswebsites oder Geschäftsberichte. Dass die GenZ dazu übergehen wird, klassische Zeitungen zu lesen, bezweifelt Kovarova. „Die GenZ liest Zeitung, sie tut es nur online und nein, sie werden nicht auf Print und TV umsteigen, dessen kann ich sie versichern.“ Mediales Verhalten ist nämlich eine Frage der Sozialisation. Interessant ist außerdem: Finanzen und Kapitalmarkt als Themen sind in Familien und unter jungen Menschen keine Tabus mehr. Neue Intermediäre wie Finfluencer sind für die jüngeren Generationen nicht unbedeutend.

### **Definition Finfluencer**

Im DACH-Raum sind Finfluencer überwiegend Personen, nur ein Viertel ist als Gesellschaft aufgestellt. Der Markt ist männlich dominiert, wiewohl es einige sehr präzente weibliche Finfluencerinnen gibt. Etwa 40 Prozent der 188 Finfluencer im DACH-Raum, die im Rahmen eines Forschungsprojekts untersucht wurden, haben Finanzbildung. Diese Finfluencer haben mehr als 13 Millionen Follower. Die wichtigsten Plattformen, auf denen sie aktiv sind, sind Instagram, YouTube und zunehmend auch TikTok, „wobei die meisten Finfluencer mehrere Kanäle bespielen“. Die überwiegende Mehrheit der Finfluencer adressiert allgemeine Themen wie Geldanlage, Finanzbildung und Vermögensaufbau, auch wenn Finfluencer gerne mit Kryptowährungen assoziiert werden. Diese sind zwar Thema, allerdings nur ein kleines.

### **Gründe, warum Follower Finfluencern folgen**

„Für die meisten sind Finfluencer Menschen, die es schaffen, Finanzthemen verständlich und einfach zu vermitteln.“ Sie sind aber für die GenZ nicht unbedingt vertrauensvoller als andere Finanzmarktakteure und ersetzen auch nicht die klassischen Finanzmedien. Junge Menschen folgen Finfluencern vor allem, um sich über aktuelle Themen des Kapitalmarkts zu informieren, beispielsweise Trends und Branchenentwicklungen. Außerdem um sich neues Finanzwissen anzueignen und weil sie den Content unterhaltsam finden. Der Einfluss von Finfluencern auf die Wahrnehmung von Kapitalmärkten, Finanzprodukten etc. ist also gegeben. Allerdings bestimmen sie das Finanzverhalten der jungen Menschen nicht. Die Hälfte der untersuchten Personen hat noch nie eine auf der Meinung von Finfluencern basierende Investitionsentscheidung getätigt.

Die von Monika Kovarova-Simecek präsentierten Erkenntnisse basieren auf verschiedenen Studien, die [hier](#) nachgelesen werden können.