

Podiumsdiskussion

„Neue Akteure am Kapitalmarkt: Herausforderungen und Chancen“

- ✓ **Monika Kovarova-Simecek**, Studiengangsleiterin Digital Business Communications (MA), FH St. Pölten
- ✓ **Ernst Huber**, CEO, DADAT
- ✓ **Christian Vollmuth**, Geschäftsführender Vorstand, Bundesverband für strukturierte Wertpapiere

Die GenZ dominierte auch die Podiumsdiskussion des Zertifikate Kongresses - und die Frage, wie diese Zielgruppe mit den Angeboten der Zertifikateindustrie erreicht werden kann.

DADAT-CEO Ernst Huber betonte die Bedeutung, die diese Generation künftig für die Branche haben wird: „Mit unserer Kostenstruktur verdienen wir mit dieser Generation in den nächsten Jahren kein Geld. Das ist ein Investment in die Zukunft. Es ist spannend und wichtig für uns. Wichtig ist auch, dass die Userzahlen durch die Covid-Pandemie in die Höhe gesprungen sind.“

„Es gibt bereits eine sichtbare Annäherung an diese Generation. Auch klassische Finanzdienstleister sind auf Social Media. Aber da ist Luft nach oben“, erklärte Monika Kovarova, Studiengangsleiterin an der FH St. Pölten. Der Vergleich zwischen Finfluencern und traditionellen Finanzdienstleistern sei allerdings „unfair“. Immerhin sind traditionelle Finanzdienstleister in der Art der Kommunikation angesichts der Regulatorik oft eingeschränkt. Dennoch sei es wichtig, in die „Wahrnehmung der GenZ zu rücken“. Es gelte, Ältere wie Jüngere zu erreichen. Bei den Jüngeren seien Social Media ein wichtiger Zugang zu Information.

„Hervorragende, neue Anlegerschar“

Positiv in diesem Zusammenhang sah Christian Vollmuth, geschäftsführender Vorstand des deutschen Bundesverbands für strukturierte Wertpapiere, dass die GenZ eine kritische Generation ist. „Sie liest nach wie vor Tageszeitungen, spricht mit Anlageberatern, ist auf diesen Kanälen unterwegs, interessiert sich für Podcasts.“ Da sei die komplette Reihe von Kommunikationsmedien interessant, die Vertreter der GenZ würden nicht zu reinen Followern mutieren. „Da wächst für uns eine hervorragende, neue Anlegerschar heran“, auch wenn man mit dieser aktuell noch nicht viel Geld verdienen könne.

Das sah auch Ernst Huber so. Für ihn ist es „superpositiv“, dass jetzt Bewegung in das Thema Partizipation am Kapitalmarkt und Finanzbildung kommt. Auch wenn es viel zu tun gibt. In der Schule

jedenfalls werde Finanzbildung „zwar mitgefahren, aber überschaubar“. In diesem Zusammenhang nahm er auch die Medien in die Pflicht. „Das Kryptothema wurde vor ein paar Jahren gehypt. Warum passiert das nicht auch im Aktien- und Wertpapierbereich?“

Er verwies auf die Möglichkeiten wie jener eines Juniordepots, das bereits Jugendliche unter 18 Jahren in Deutschland eröffnen dürfen. „Dann bliebe auch das hängen, das sie in der Schule lernen.“

„Wir müssen gnadenlos vereinfachen“

Für Vollmuth ist klar, dass die Zertifikateindustrie in der Vergangenheit „viel zu technisch“ in der Kommunikation unterwegs war. „Wir müssen gnadenlos vereinfachen. Nicht, weil wir etwas zu verstecken haben, sondern um Informationen zu transportieren.“

Dass es dabei auch eine verstärkte Zusammenarbeit mit Influencern geben soll, ist für Vollmuth eine logische Konsequenz. „Es gibt wirklich gute Influencer. Die schauen wir uns an. Ich glaube, daran führt kein Weg vorbei.“ Medienpartnerschaften als solche mit Influencern seien aber möglicherweise den Mitgliedern zu überlassen.

Einen Appell in Sachen Einfachheit und klarere Kommunikation richtete Ernst Huber an die Finanzinstitute. Es wäre notwendig, die Produkte nach einem einheitlichen Schema zu benennen. Die Fülle an verschiedenen Namen für dieselben Produkte sei verwirrend.

Christian Vollmuth erklärte bei dieser Gelegenheit auch die Beweggründe für die Umbenennung des Deutschen Derivate Verbands in Bundesverband für strukturierte Wertpapiere. Dieser zeige auch, dass „wir als Branche transparent sein wollen“. Im Zentrum des Namens steht jetzt nämlich das, „was wir repräsentieren - Wertpapiere“.