

GenZ und Finfluencer

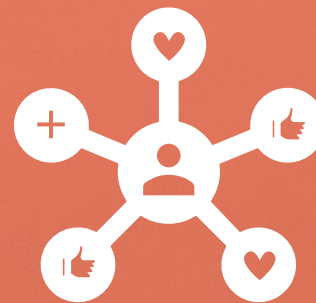
Neue Strukturen der Information und der Vertrauensbildung für Anlageprodukte

FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek

Zertifikate Kongress & Award Austria 2023

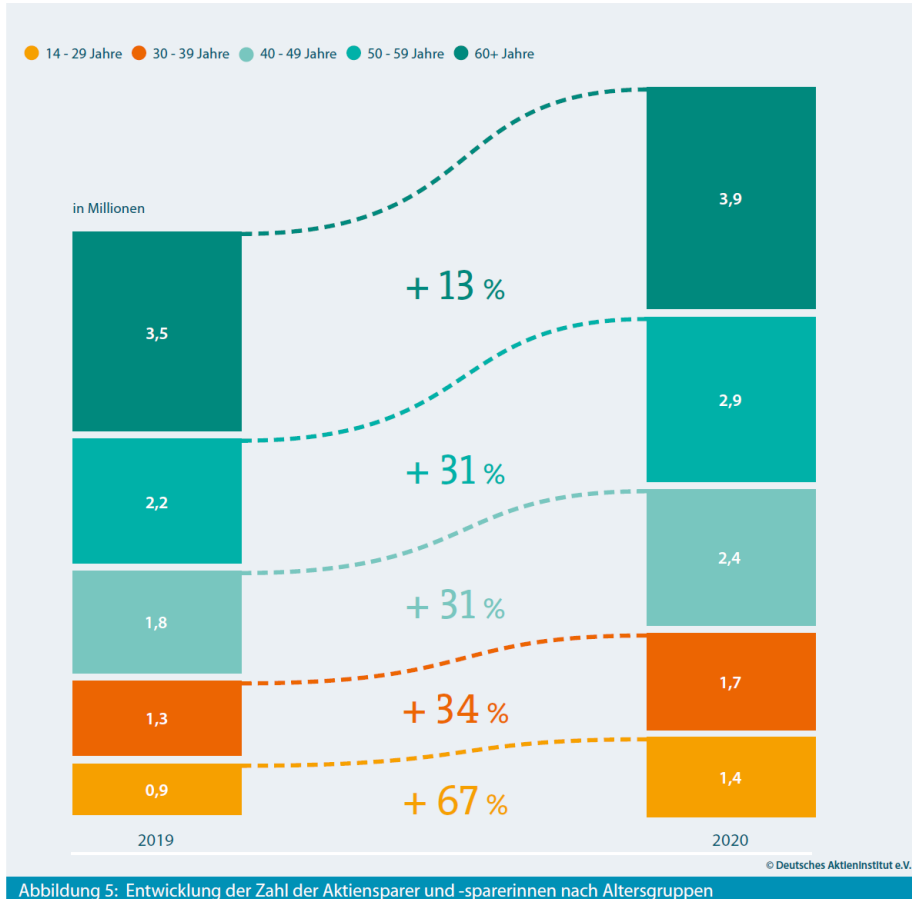


27
↓



GenZ als Aktionäre

Alle Generationen entwickeln eine Liebe zur Aktie

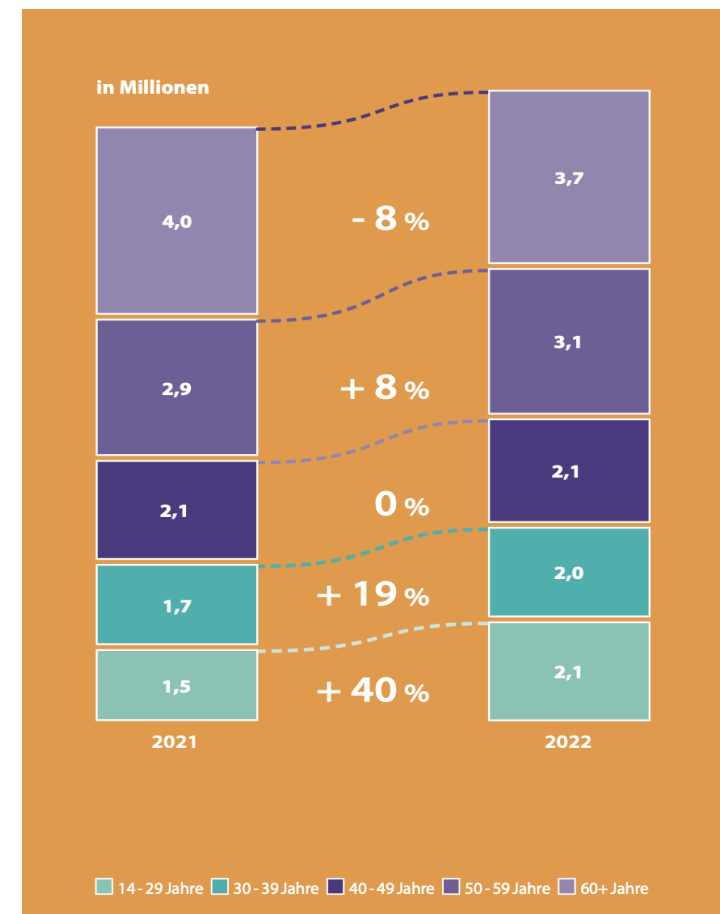


- Pandemiebedingt günstige Einstiegskurse im Frühjahr 2020
 - Zeit im Lockdown, um sich mit dem Kapitalmarkt auseinanderzusetzen
 - Einfacher Zugang zum Aktienhandel durch die Apps von Online- und Neo-Brokern
- Der Neo-Broker Trade Republic beziffert den Anteil der unter 35-jährigen Nutzer mit rund 70% (Kritikos et al. 2022:1)*
- Die Zinspolitik der letzten Jahre, die klassische Anlageprodukte unattraktiv machte

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)



Investitionsmotive der GenZ

Was sind aktuell Ihre persönlichen Beweggründe,
in Wertanlagen zu investieren? $n_{\text{jung}} = 705$, $n_{\text{alt}} = 951$; * $p < .05$

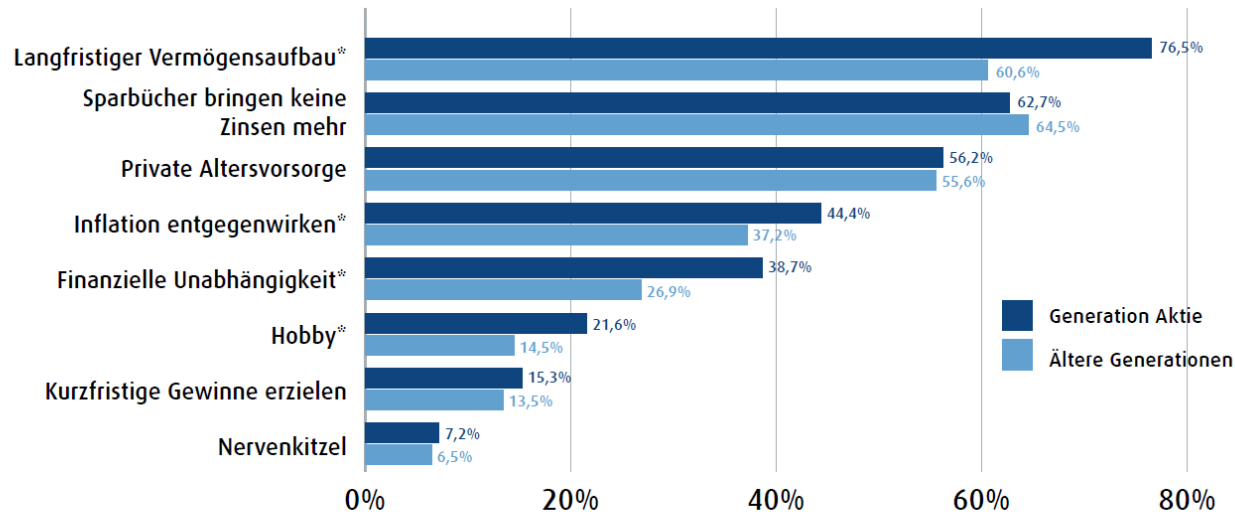
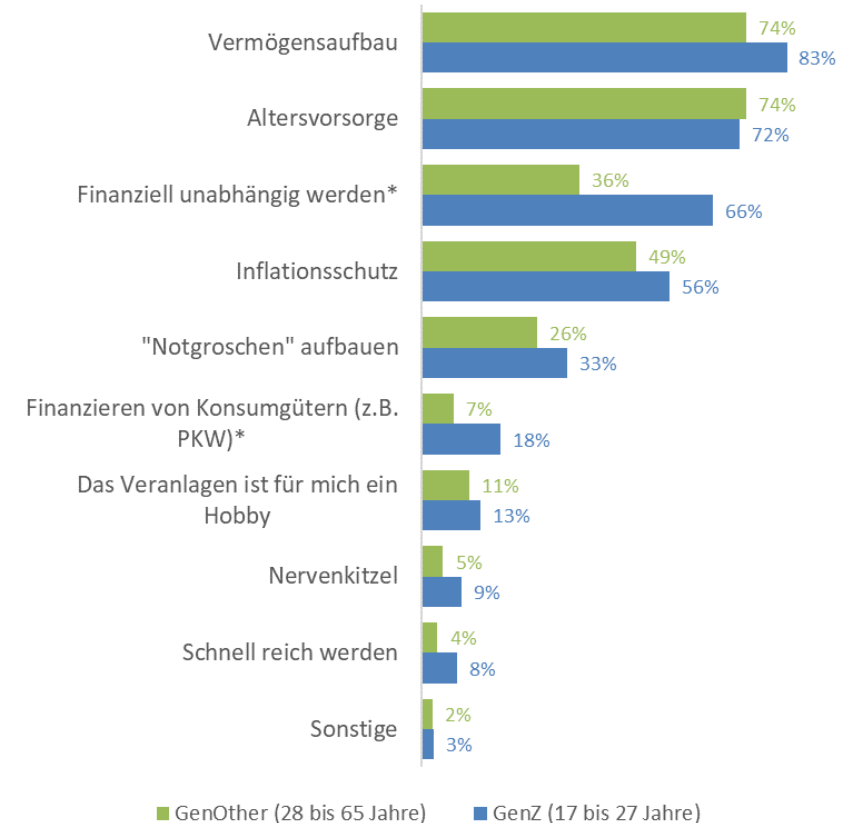


Abbildung 11. Beweggründe für Investition in Wertanlagen

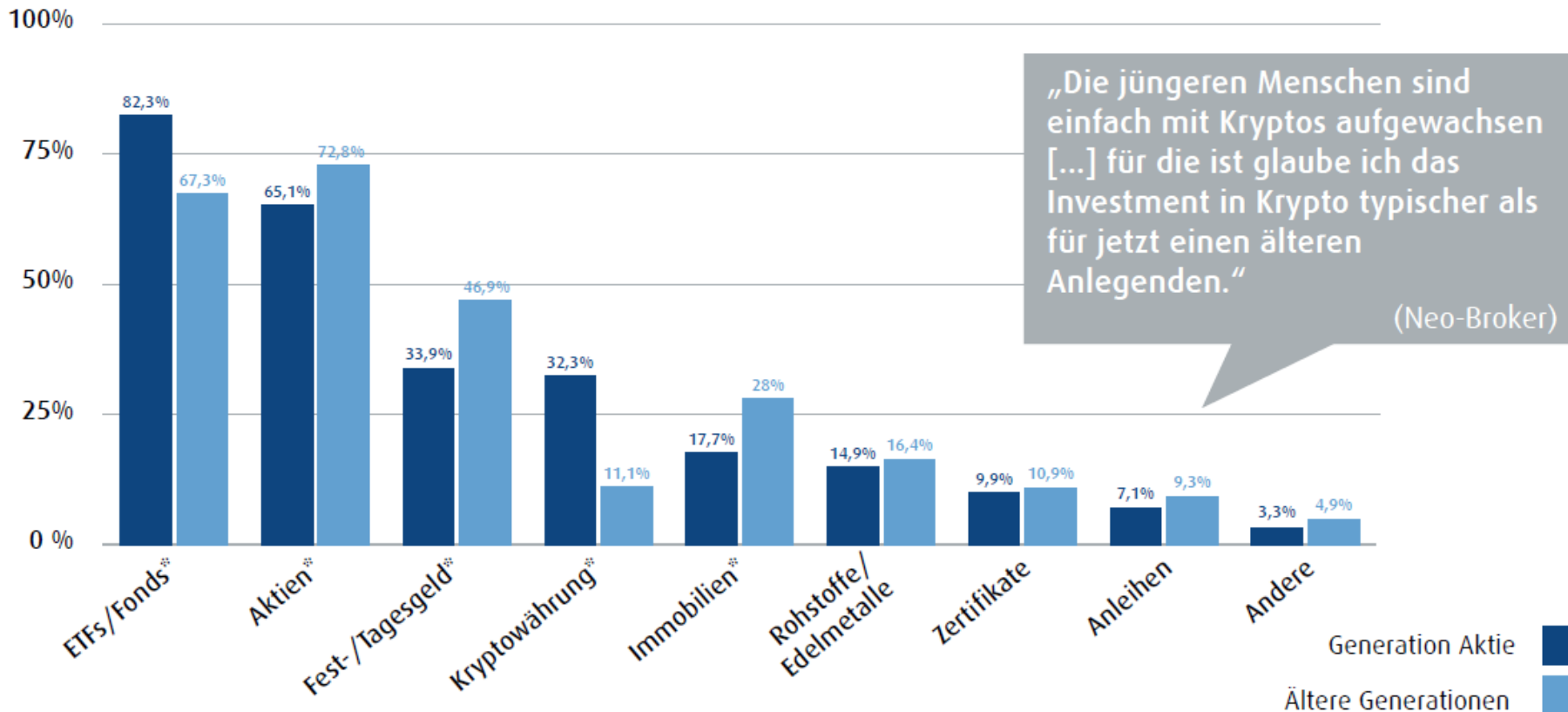
Was sind Ihre persönliche Motive, in
Wertanlagen zu investieren?
 $n_{\text{GenZ}}=112$, $n_{\text{GenOther}}=84$, * $p < .05$



Investitionsverhalten der GenZ

In welche der Finanzprodukte investieren Sie aktuell?

$n_{\text{jung}} = 705$, $n_{\text{alt}} = 951$; * $p < .05$



92 % halten min.
2 Asset Klassen

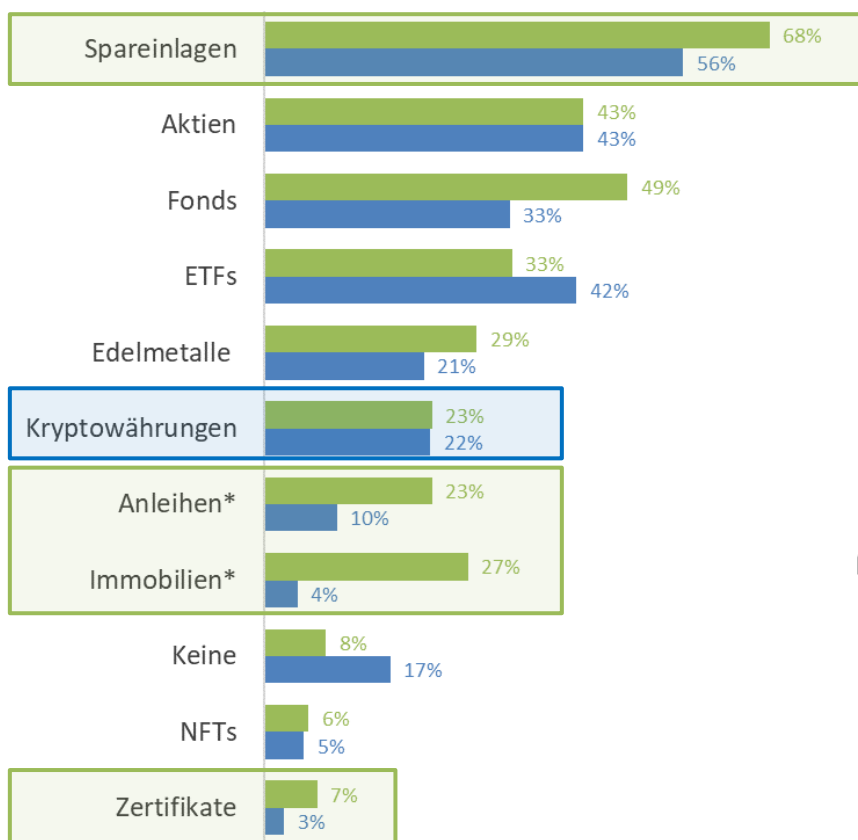
93%
ETFs

91%
Aktien

71%
Krypto

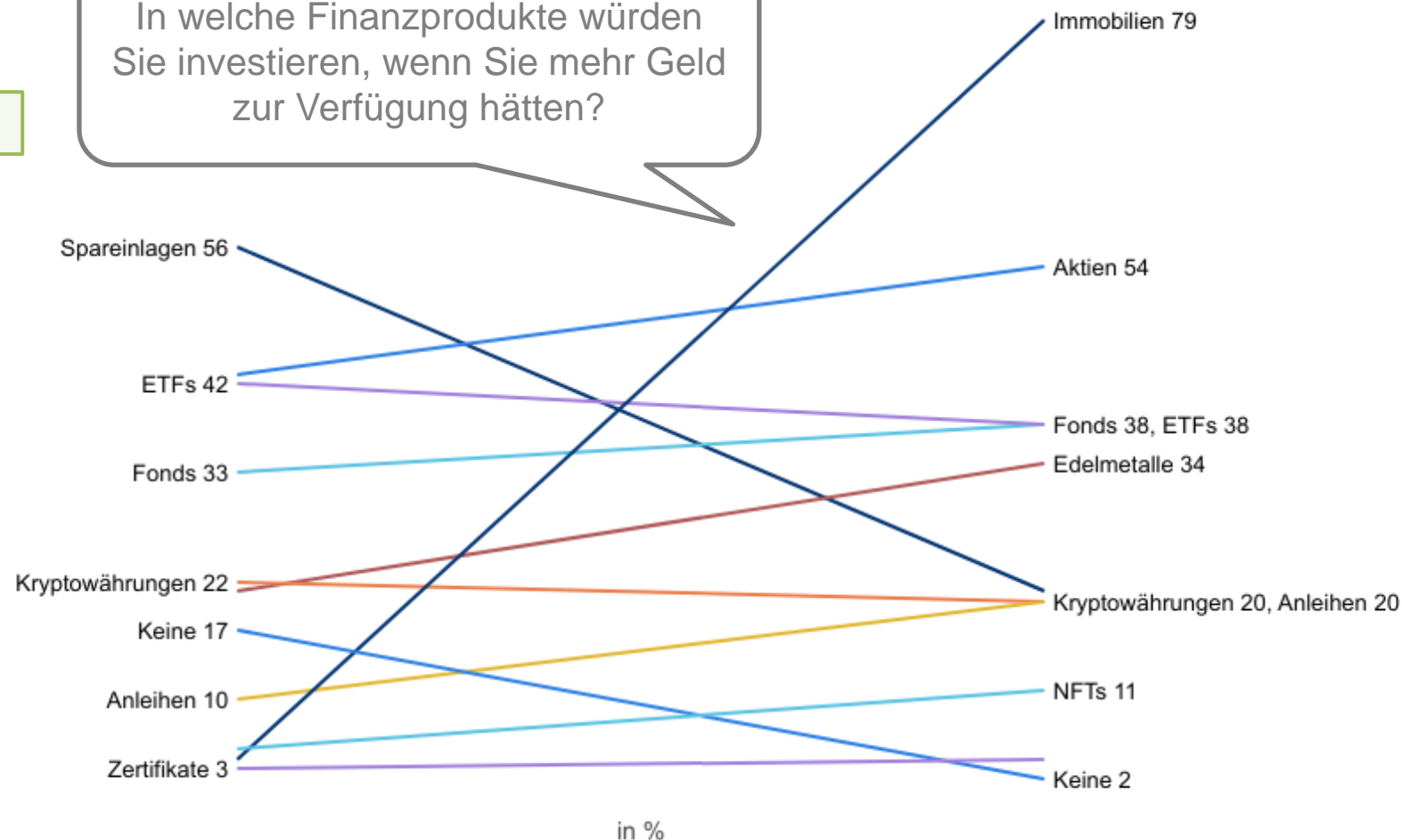
Eine Frage des Geldes

In welche Finanzprodukte investieren Sie aktuell?
nGenZ=112, nGenOther=84, *p < .05



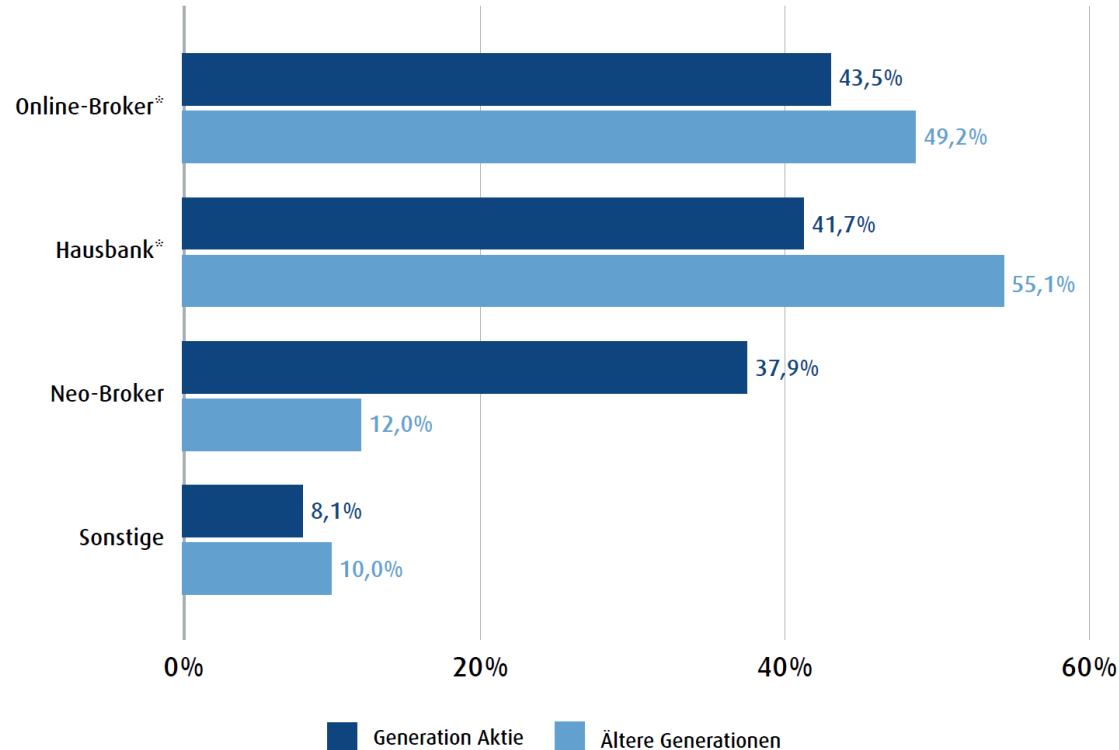
■ GenOther (28 bis 65 Jahre) ■ GenZ (17 bis 27 Jahre)

In welche Finanzprodukte würden Sie investieren, wenn Sie mehr Geld zur Verfügung hätten?

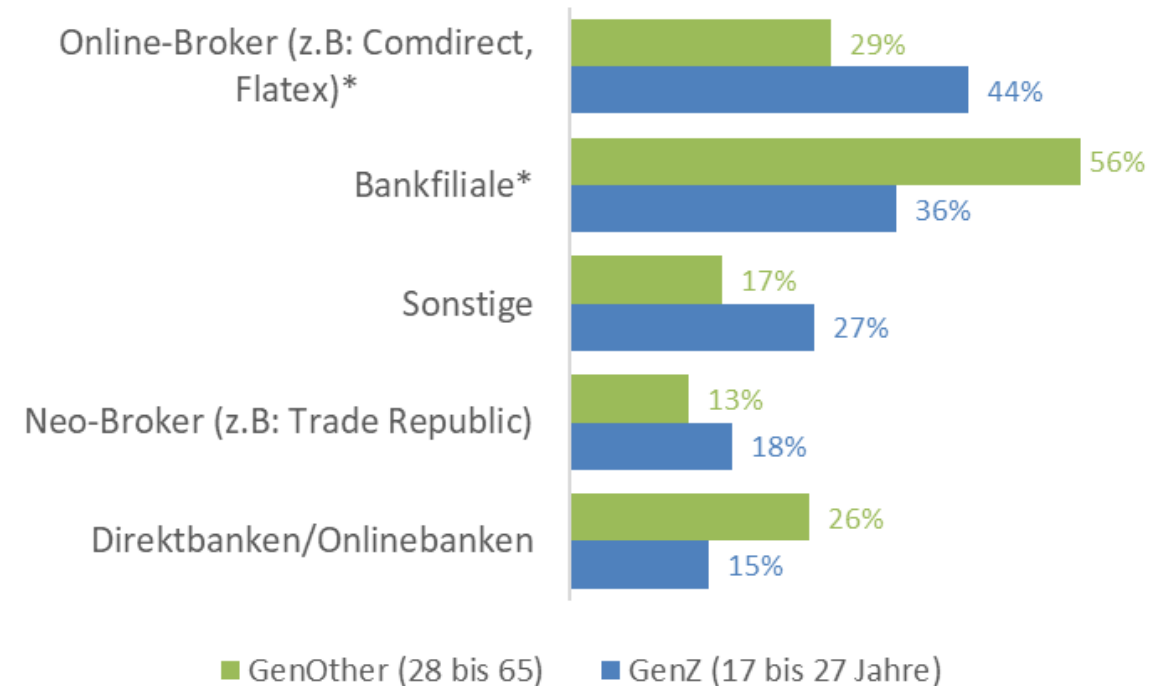


Finanzdienstleister

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

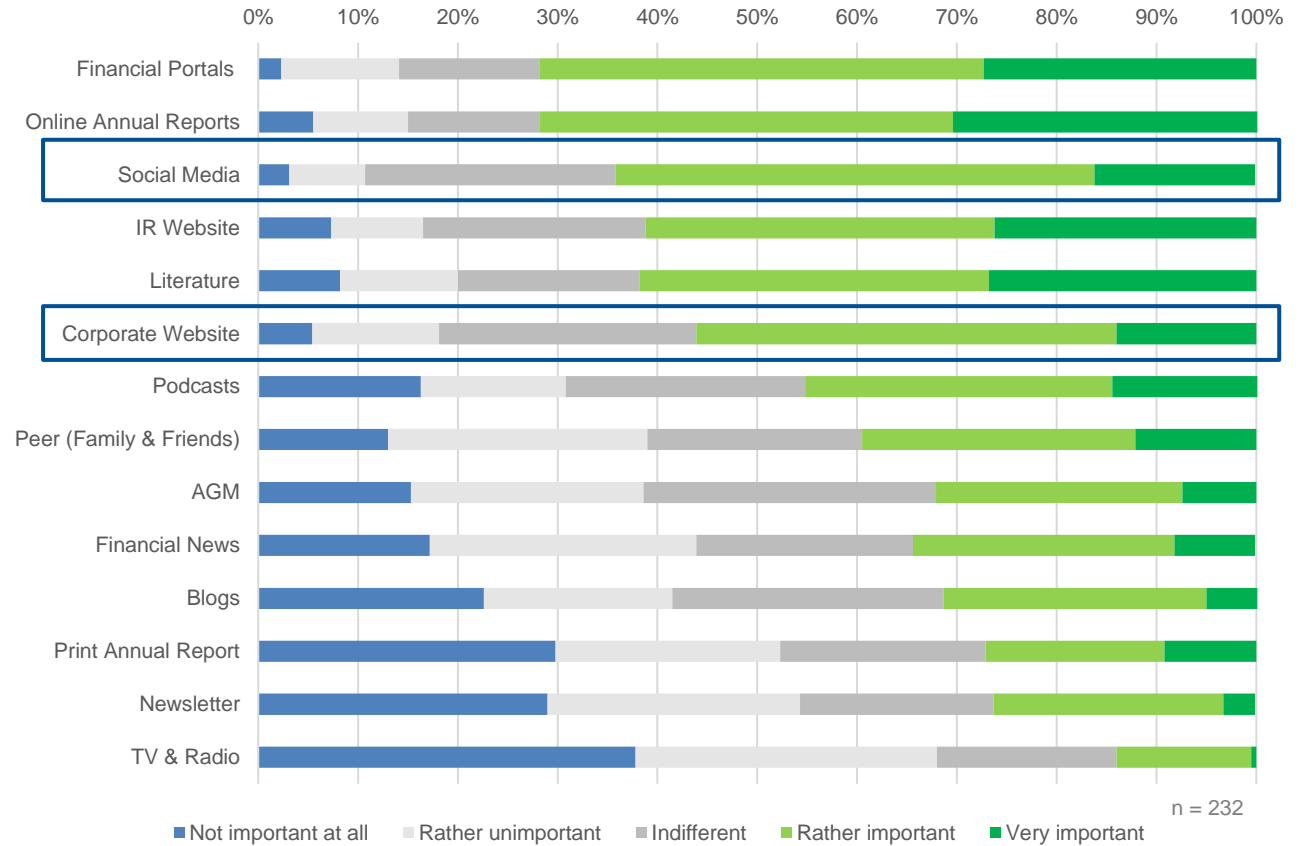
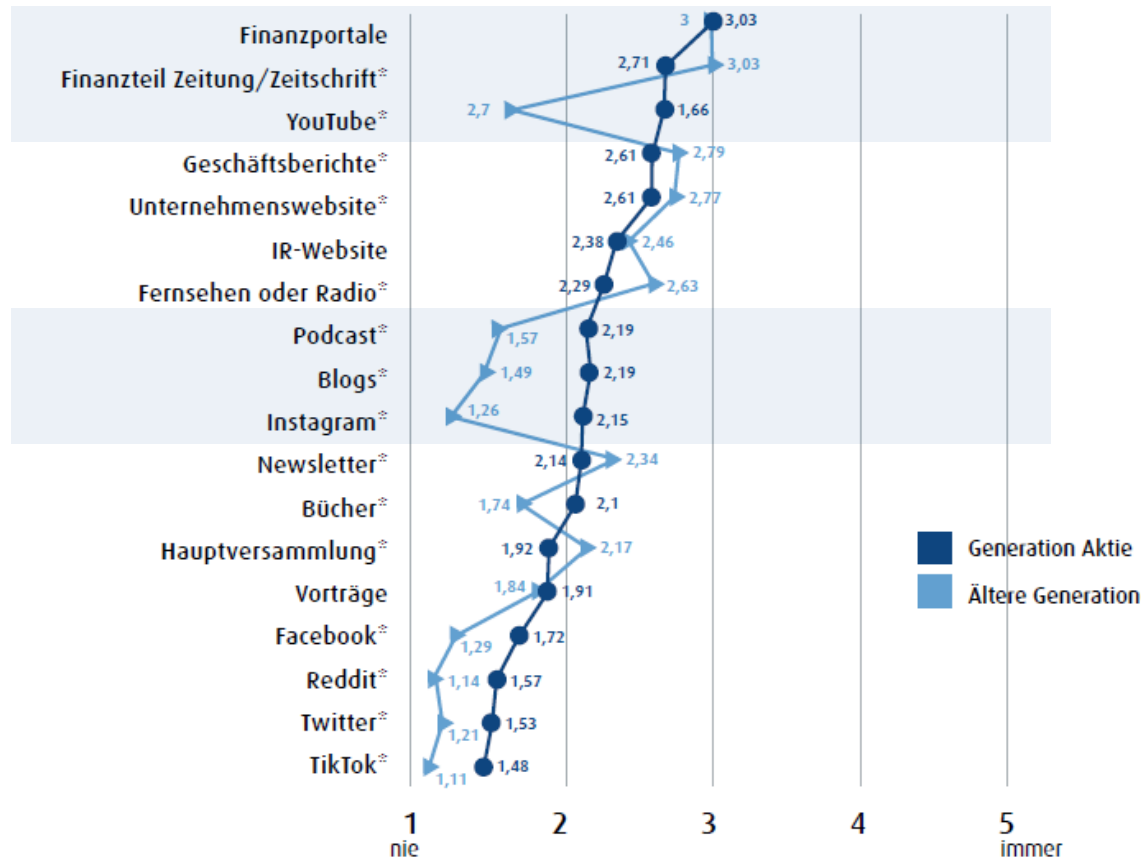


Über welche Finanzdienstleister haben Sie bereits in Aktien und/oder Fonds/ETFs investiert?
 $n_{\text{GenZ}}=112$, $n_{\text{GenOther}}=84$, * $p < .05$



Informationsverhalten der GenZ

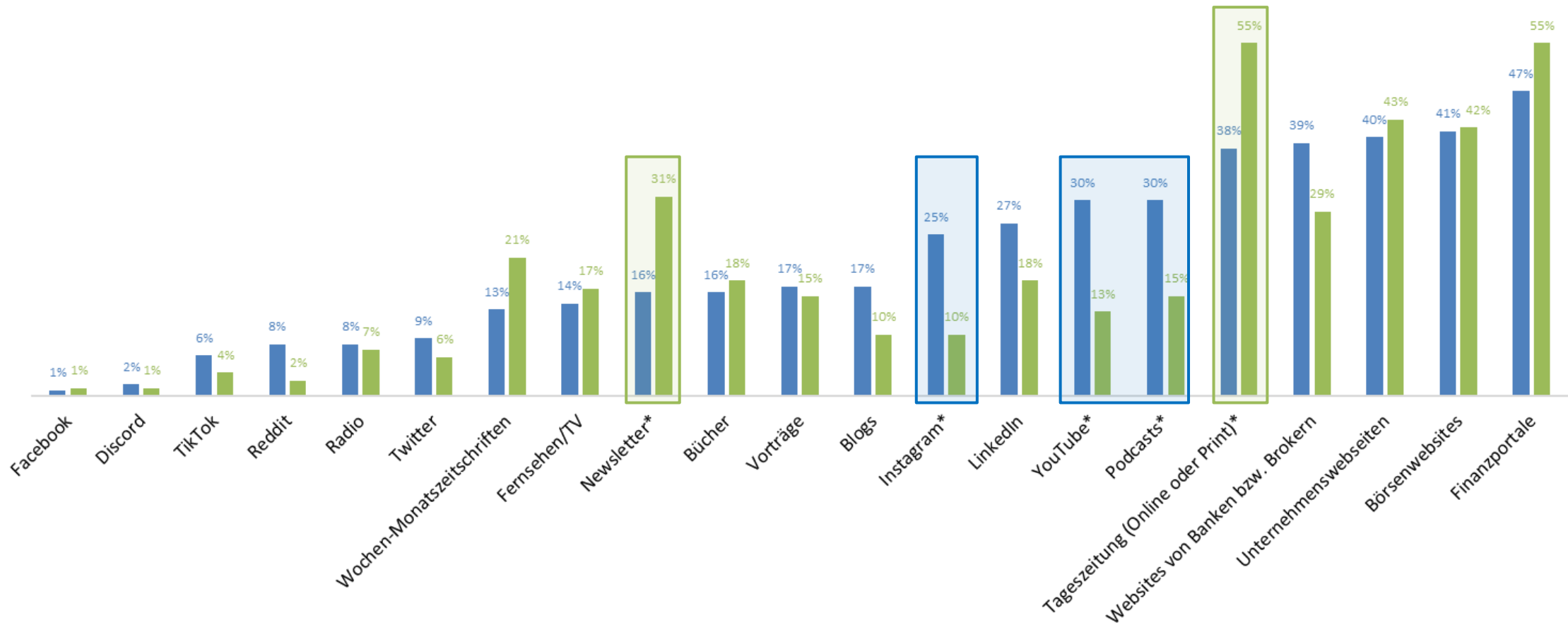
Wie oft nutzen Sie die folgenden Kanäle, um sich über den Kapitalmarkt zu informieren? $n_{\text{jung}} = 705, n_{\text{alt}} = 951; \text{ } p < .05$



Informationsverhalten der GenZ_{AUT}

Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um sich über den Kapitalmarkt zu informieren?

nGenZ=112, nGenOther=84, $p < .05$

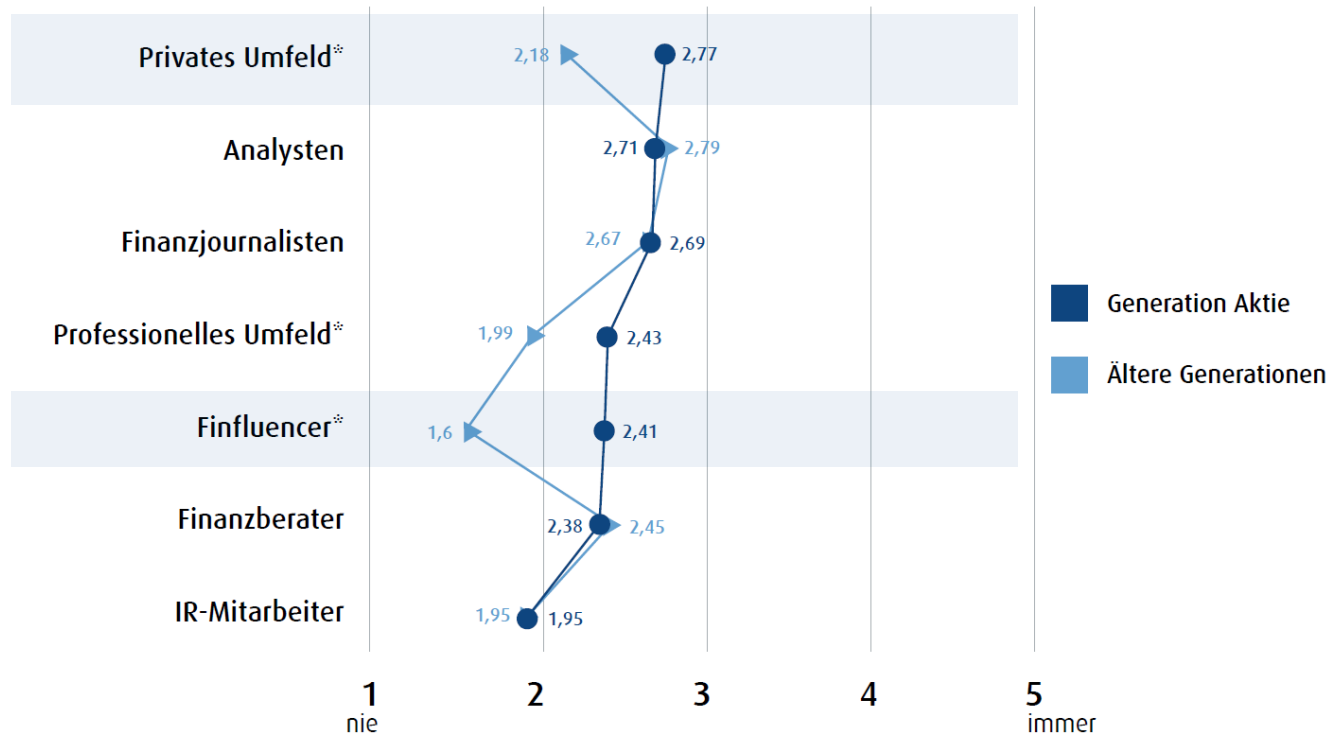


■ GenZ (17 bis 27 Jahre)

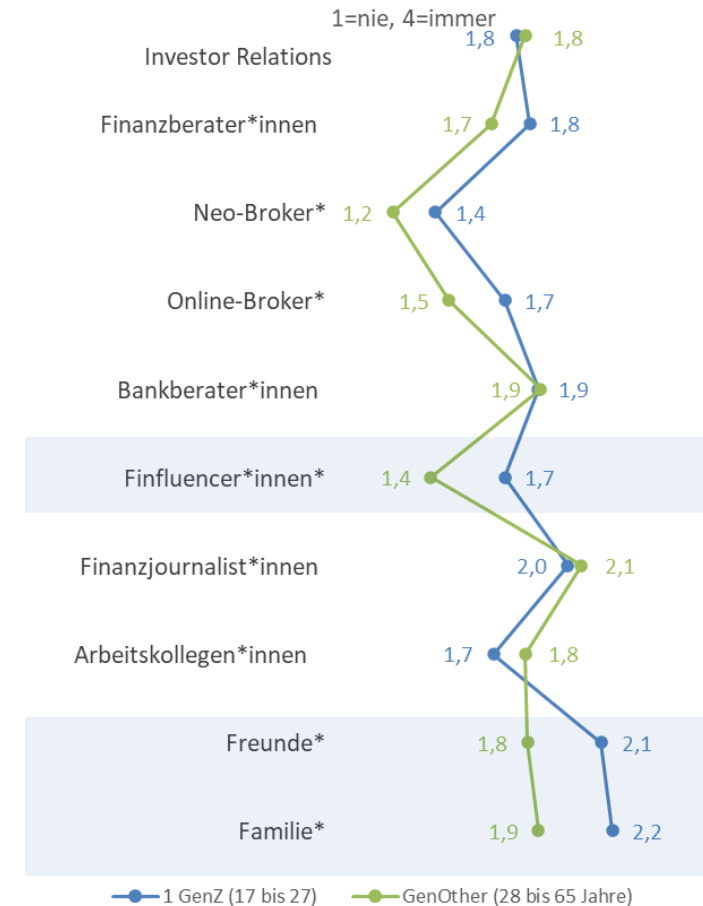
■ GenOther (28 bis 65 Jahre)

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?
 $n_{\text{GenZ}}=112$, $n_{\text{GenOther}}=84$; * $p < .05$
1=nie, 4=immer





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

Was ist ein *Finfluencer*?



NASAA 2022

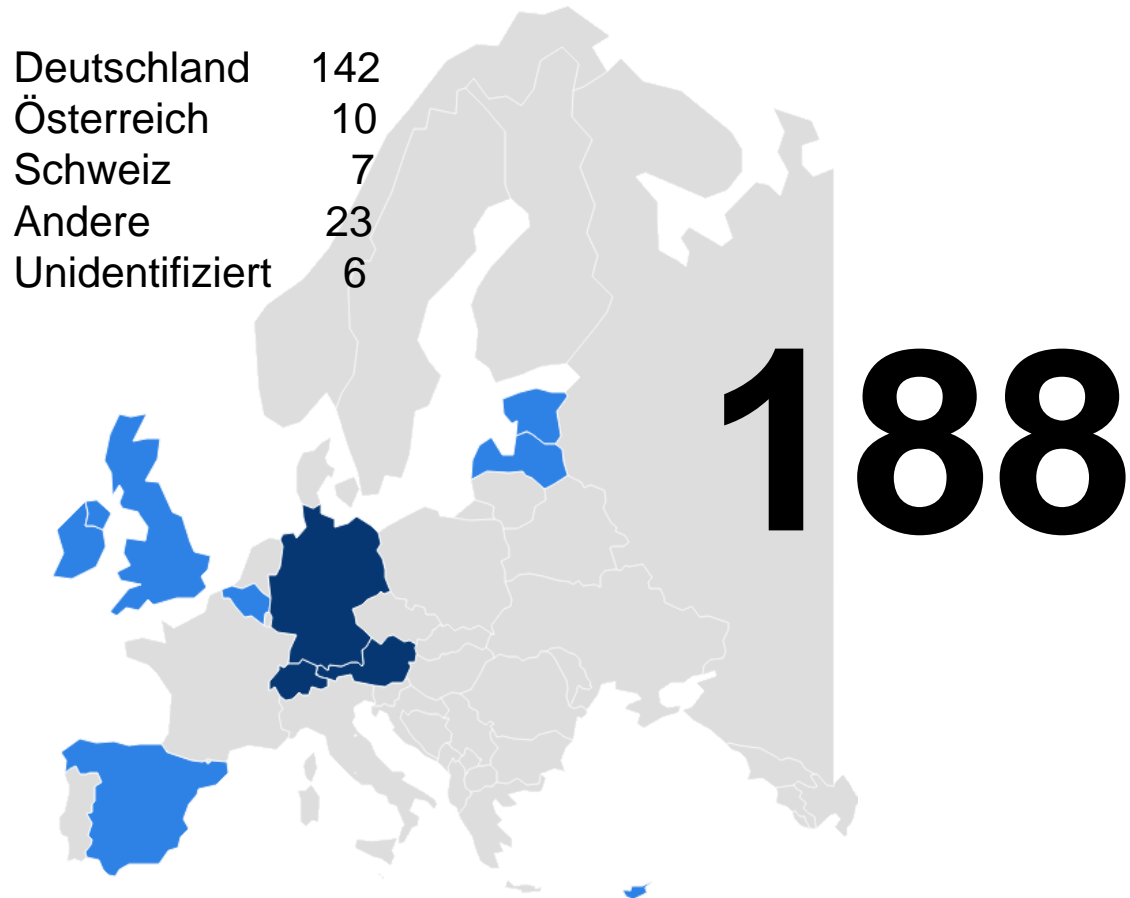
„A Finfluencer is a person who, by virtue of their popular or cultural status, has the ability to influence the financial decision-making process of others through promotions or recommendations on social media”



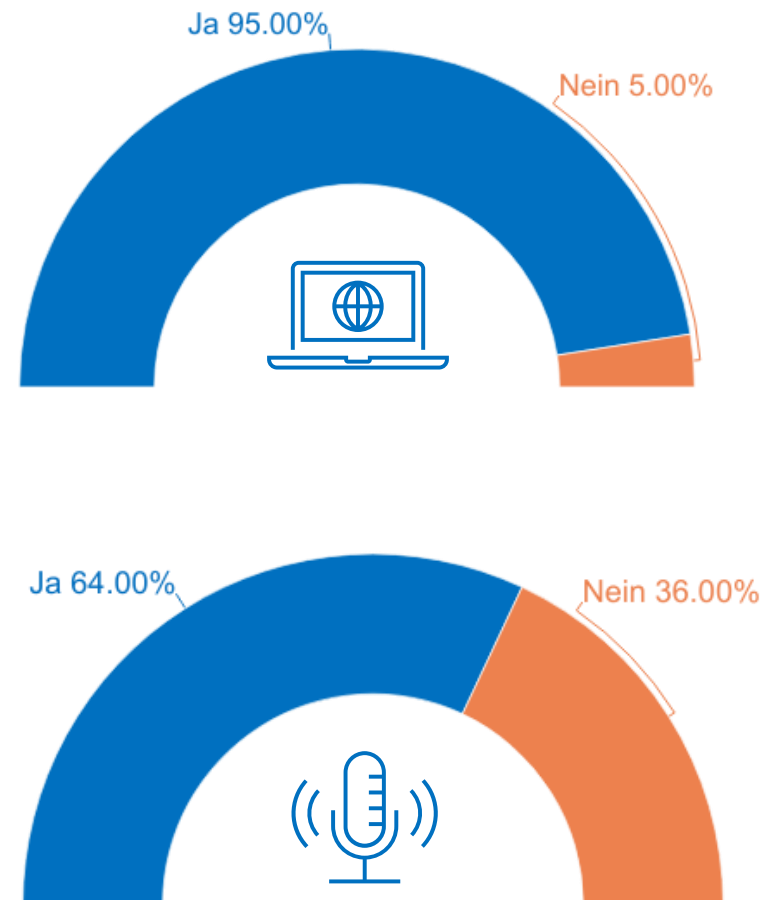
Schach 2018

„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.“

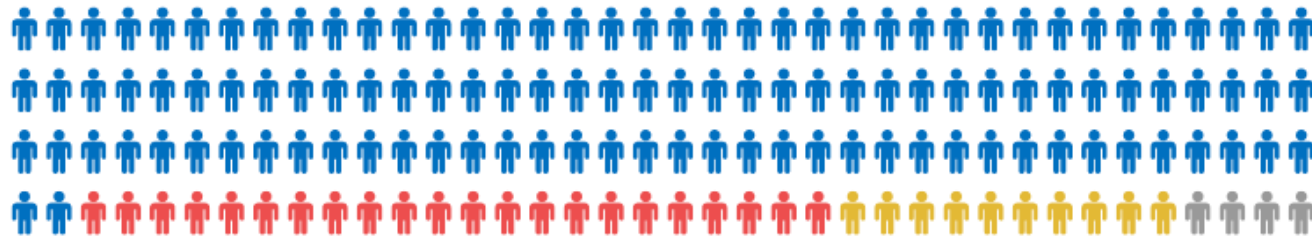
Finfluencer im DACH-Raum



Laut Impressum



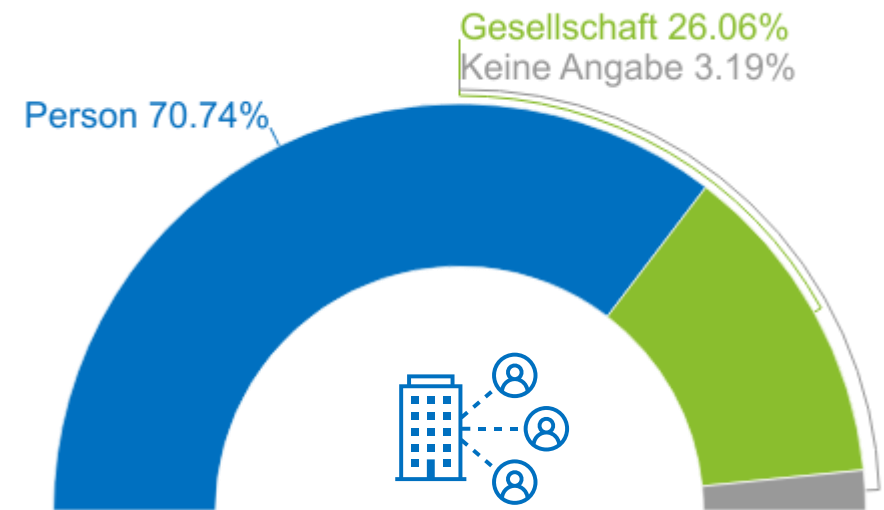
Finfluencer im DACH-Raum



● Männlich ● Weiblich ● Teams ● Keine Angabe



● Finanzbildung ● Keine Finanzbildung ● Keine Angabe

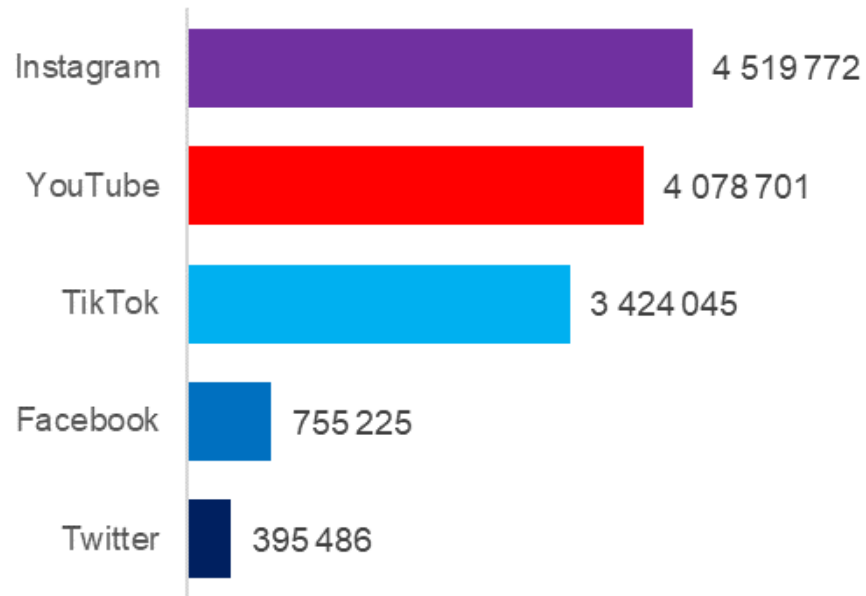


+ 13 Mio. Follower

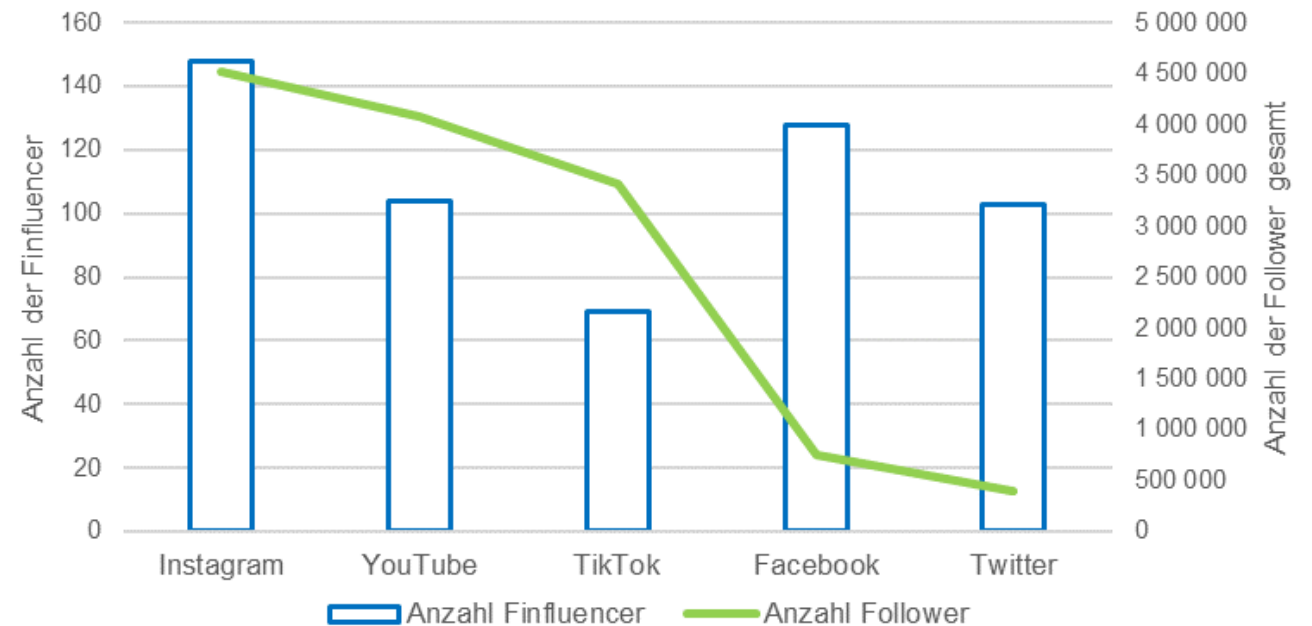


The Big Three

Followerzahlen pro Channel
n=188

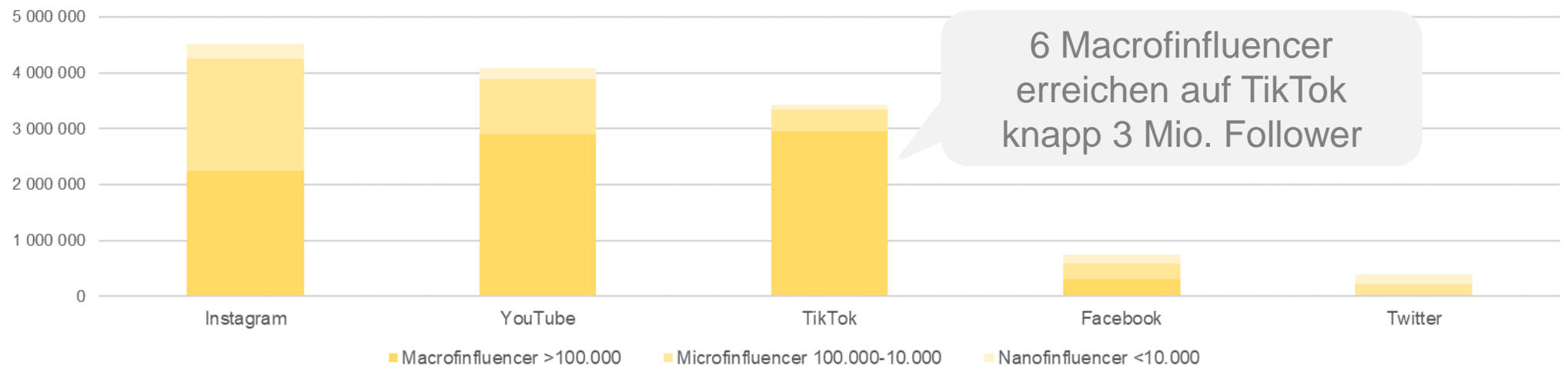


Accounts und Follower



Macro Micro Nano

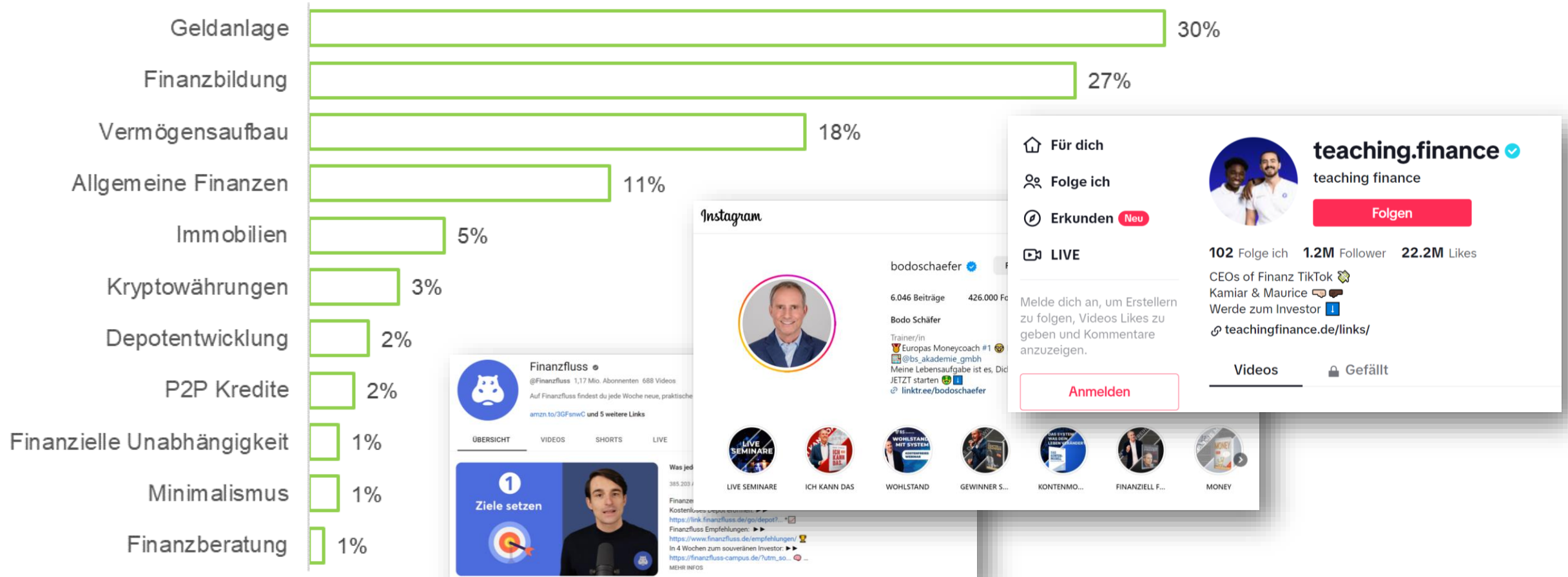
Followeranzahl auf Social Media Kanälen nach Finfluencer-Typen



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%
Nanofluencer	<10.000	85	57%	66	63%	47	68%	114	89%	93	90%
		148	100%	104	100%	69	100%	128	100%	103	100%

Thematischer Fokus



„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

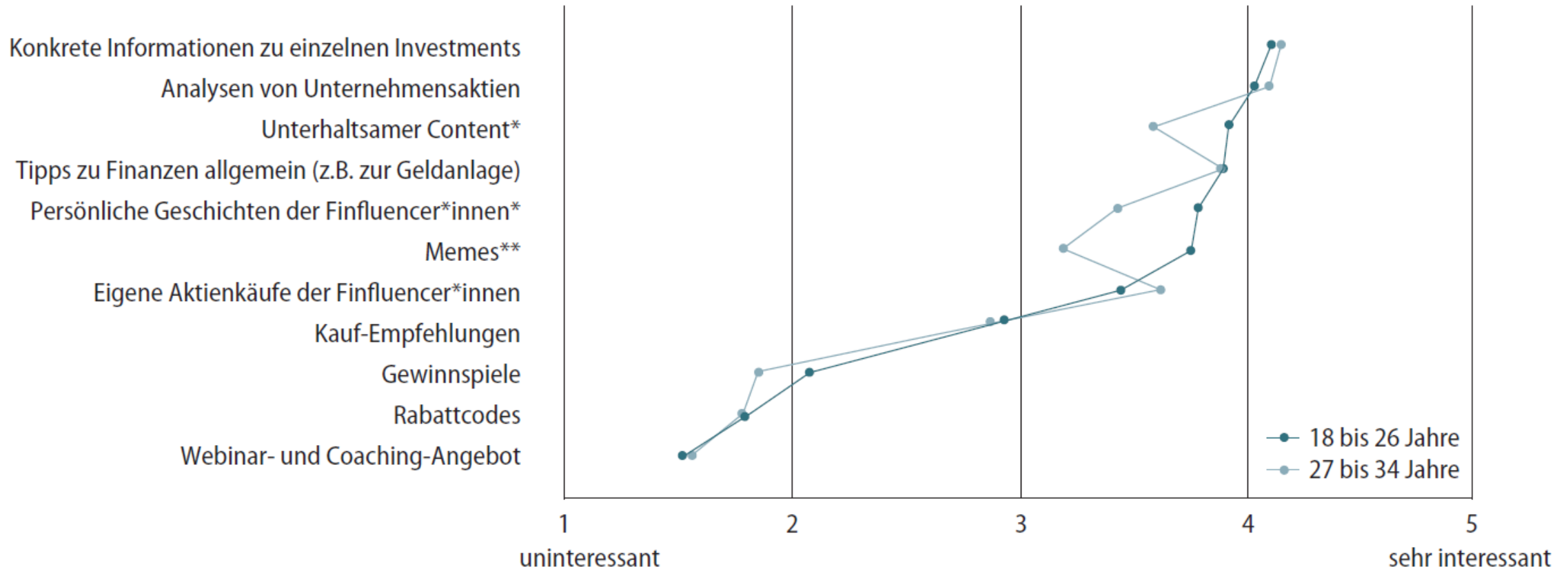
Frage: „Inwiefern stimmst du diesen Aussagen zu?“, Basis: Gültige Werte, n = 228-229

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

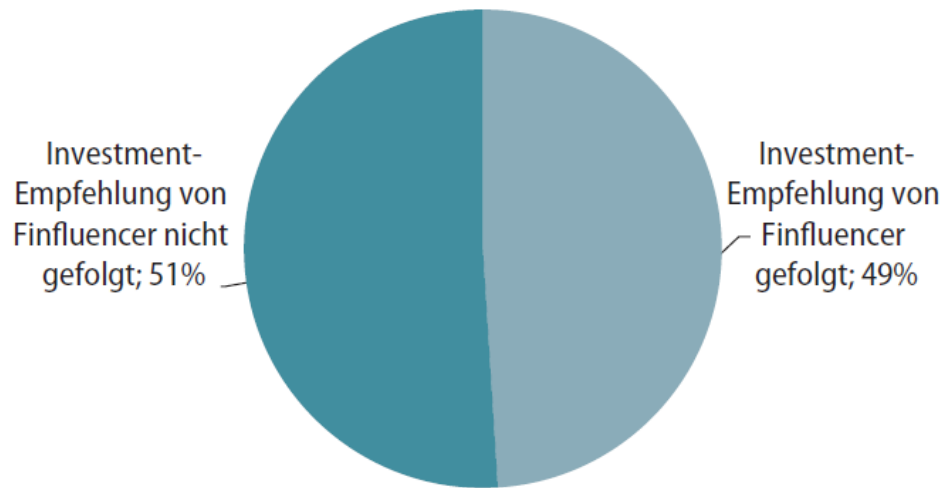
Frage: „Warum folgst du Finfluencern auf Instagram?“, Basis: Gültige Werte, n = 230-232

Themeninteressen der Follower

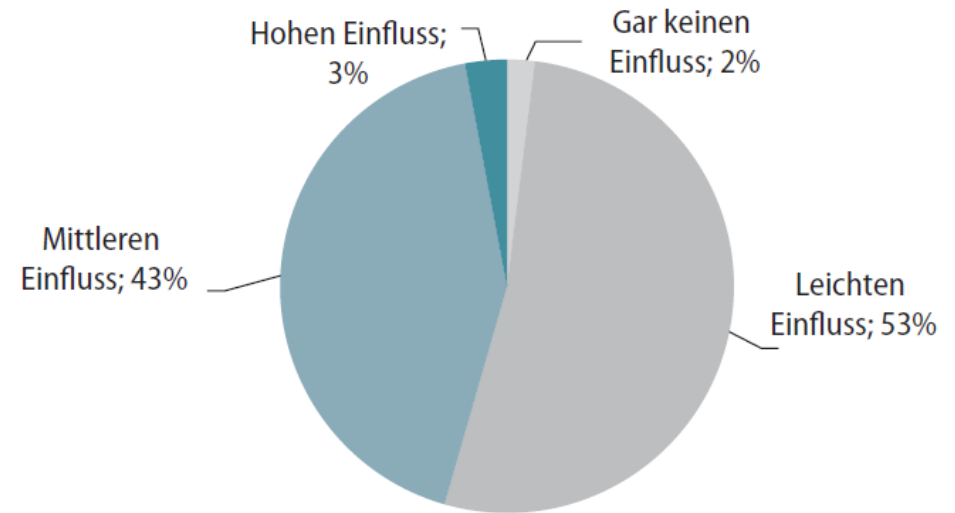


Frage: „Wie interessant findest du Beiträge zu folgenden Themen bei Finfluencern?“, Basis: Gültige Werte, n (18-26) = 110, n (27-34) = 120, *p<0,05, **p<0,01

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

/fh//
st.pölten

ad Mr. C. J. ... (125)

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 Krißlbauer & Köstle, 311 West 12th Street, Chicago.

Gewinn an der Börse.

Die gefürchtete Firma besorgt die Ausführung aller

Börse - Speculationen

unter Bedingungen, welche sich durch bisher nicht gebotene Vortheile auszeichnen.

1. Durch Aufträge hochgestellter und im Geschäftseinstweiger Personen, und durch die Beihilfeleistung bei mehrmals sich erhellenden Haus- und Börsen-Consortien ist die Firma in der Lage, ihren P. T. Comptanten einen praktischen Rath zu erteilen, in welchem Effecte eine Courseveränderung sich egeben dürfte, damit dieselben von der jeweiligen Börsenrichtung Gewinn ziehen können.
2. Bei täglicher Abrechnung nach dem Ueberschuss der amtlichen Notirung gezogen

fl. 200.-

damit Jedermann sich mit 25 Stück Actien an Börsenspeculationen betheiligen könne.

3. Alle durch sich gekauften Effecten beseitigt werden in 1000 Aktien, die bei einer Deckung von fl. 500 pro Stück zu können die Actien bis zum ersten Börsenabschluss in 1000 Aktien, und es werden nur 10 Prozent pro anno Prolongation berechnet. Bei einer kleineren Deckung ist die Prolongation eines Börsenabschlusses per Tag.
4. Die P. T. Comptanten meines Comptoirs, welche in der Provinz domiciliren, werden von jedem wichtigen Börsenverkommen telegraphisch vertheidigt.
5. Gelder von 1 fl. aufwärts werden mit

7 Prozent bei dreitägiger Kündigung

verzinnt.

6. Damit selbst mit geringem Einlage der Versuch mit beinahe sicherem Erfolge gemacht werden könne, wofür die Resultate der bereits gebildeten Gruppen von selbst sprechen, wird hienüt das

Siebente Speculations-Consortium

mit 100 Antheilen

eröffnet. Ein Antheil beträgt am für allemal fl. 100: bei der Zeichnung sind bloß 30 fl. für je einen Antheil zu erlegen, die weiteren 80 Prozent werden in zwei Raten nach nachstehender Classification ausbezahlt zu werden. Von diesen Einlagen wird sich der Rest fl. 1000 der jeweiligen, gleichzeitigen angewiesen und an jeder Speculation betheiligt, welche raschen Nutzen verspricht. Mit dem Rest, der bis fl. 2000, werden als Reserve unerrückliche

100 Stück Lose

gekauft und die Nummern bekanntgegeben. Die Galtung der Lose bestimmt die Majorität.

Alle speculiren gemeinschaftlich, und der Gewinn wird im Verhältniss der genommenen Actien repartirt, und bei der Auflösung erhält jeder Antheil seiner dem Gesamt-Ergebnisse 100. Von jedem gemachten Geschäft wird jeder Theilnehmer sogleich verständigt, alle Monats-Rechnung und Cassa gemacht und der Vaters zur freien Verfügung gestellt. Alle sechs Monate soll sich das Consortium auflösen und neu constituirt. Jeder Theilnehmer hat das Recht der täglichen Prüfung von Büchern und Cassa. Bei den Geschäften des Consortiums werden keine Provisionen geteilt, sondern nur 5 Prozent Antheil von Bruttogewinn. Bei Verlust der 100 Actien, die dem Consortium consititirt sind, jeder Theilnehmer wird sogleich verständigt und schiedlich die 100 Actien von drei Personen gewählt. P. T. Personen, welche der Börse fernstehen, dürfte diese Einlage reichlichen Gewinn bringen.

Auszug aus dem Rechenschaftsbericht.

Für je einen fl. 100 eingezahlten Antheil der von mir gebildeten und geleiteten Consortien wurde den P. T. Theilnehmern

des ersten Consortiums 45 fl. für 2 Monate, des zweiten Consortiums 22 fl. für 1 Monat, als Ergebnis des Reingewinnes bar erfolgt

J. Placht,

Comptoir für Fonds-Speculationen an der k. k. Wiener Börse, Stadt, Renngasse 1, 2. Stiege.

24

Studien zum Nachlesen

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. Andreas Barckow • Prof. Dr. Axel Haller • Prof. Dr. Sven Hagen • Prof. Dr. Peter Kapfner • Dr. Harald Klöster • Prof. Dr. Peter Leinfried •
Prof. Dr. Martin Schmidt • Prof. Dr. Bernd Stöb • Prof. Dr. Isabel von Kottitz • Prof. Dr. Patrick Velle • Prof. Dr. Johannes Wirth • Prof. Dr. Dr. h. c. Jochem Zimmermann • Prof. Dr. Henning Züch

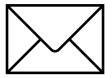
RECHNUNGSLEGUNG & INVESTOR RELATIONS

Jan Müller/Eloy Barrantes/Monika Kovarova-Simecek/Henning Züch Einfluss von Finfluencern	245
Christian Pieter Hoffmann/Sandra Binder-Tietz Digitale Kommunikation für die Generation Aktie	254
Interview mit Annette Hainz Social Media Investor Relations bei Fresenius SE	259
Christina Schilling/Eloy Barrantes/Henning Züch Digital Reporting	261
Henning Züch/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 Bösen Evolution of digital reporting with XBRL	276
Celine Spitzer/Monika Kovarova-Simecek Virtuelle Hauptversammlung	279

Im Abonnement enthalten:

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

