

Finanzwissen im Internet: Social Media und das Thema Finanzen

August 8, 2014 / Finanzen, MAGAZIN, THE SPECIALS /

Finanzprodukte werden immer komplexer und auch komplizierter. Der deutsche Anleger investiert, wenn er denn überhaupt sparen will oder kann, zurzeit in unattraktive Anlageinstrumente. Der Grund ist sicherlich die niedrige Rendite, jedoch spielen immer auch ein Mix aus Risiko, Sicherheitsgedanke und fehlendes Know-how für Finanzthemen eine Rolle. Über Social Media Plattformen könnten Anbieter und Dienstleister potenzielle Kunden – bilden.

Bildung in der Schule hat nicht viel mit der Vermittlung ökonomischer Prinzipien zu tun. Weder haben wir ein ausgeprägtes Bildungssystem zum Verständnis unternehmerischen Handelns noch werden Zusammenhänge von Finanzmärkten vermittelt. Nicht nur seit Ausbruch der Finanzkrise im Jahr 2008 und der Eurokrise haben Sparer Sorge um ihr Geld. Neben Vertrauensbildung spielt Wissen eine große Rolle, um nachvollziehbare und profunde Entscheidungen in finanziellen Angelegenheiten zu treffen.

Finanzprodukte werden komplexer



Dr. Michael Kemmer

Im Rahmen einer Studienvorstellung (Seniorenstudie 2014) äußerte sich **Michael Kemmer, Hauptgeschäftsführer des Bankenverbandes**: „Wenn es um einen Flachbildschirm oder den Flug in den Urlaub geht, nehmen sich Kunden viel Zeit für den Vergleich von Angeboten. Die Finanzplanung wird dagegen sehr stiefmütterlich behandelt, obwohl sie viel wichtiger ist. Wer sich nicht kümmert, verschenkt oftmals sogar Geld.“

Und weiter:

Es ist uns Auftrag und Verpflichtung zugleich, trotz der zunehmenden Komplexität, Bankprodukte so einfach und verständlich wie möglich zu erklären, damit die Kunden ihre Finanzentscheidungen auf einer gut informierten Basis treffen können.

Wenn Sie nicht zu den sogenannten **“Selbstentscheidern”** gehören, die so viel Know-how haben um zu “traden” oder Signale von Finanzmärkten und Analysen verstehen, benötigen Sie bei ihren Entscheidungen Unterstützung. Wären nicht Social Media Kanäle ideal, um Wissen an Sparer und Anleger zu vermitteln? Schließlich **nutzen** im Jahr 2014 rund **27 Millionen Deutsche** beispielsweise **Facebook** (Quelle: Statista).

Erwartung und Wahrheit

93 Prozent der Banken und Sparkassen betreiben laut einer Studie der ibi research an der Universität Regensburg eine Facebook-Fanpage oder planen deren Einsatz. **Aber:** Nur 16 Prozent der befragten Facebook-Nutzer sind Fans eines Kreditinstituts. (Stand April-2013)

Themenrelevanz: Allgemeine Nachrichten zu Finanzen – “... 21 Prozent der Facebook-Fans einer Bank möchten, dass ihre Bank täglich neue Angebote zu diesem Themenfeld bereitstellt, jeweils 23 Prozent wollen mehrmals oder zumindest einmal pro Woche über Ereignisse am Finanzmarkt informiert werden. Jedoch platzieren nur 1 Prozent der befragten Banken und Sparkassen täglich neue Beiträge zu diesem Thema. 14 Prozent der befragten Kreditinstitute stellen sogar keinerlei Posts zu diesem Thema zur Verfügung, obwohl nur 8 Prozent der Fans und 11 Prozent der Nicht-Fans der Meinung sind, derlei Themen nicht auf der Fanpage sehen zu wollen”, so die Aussage der ibi research.

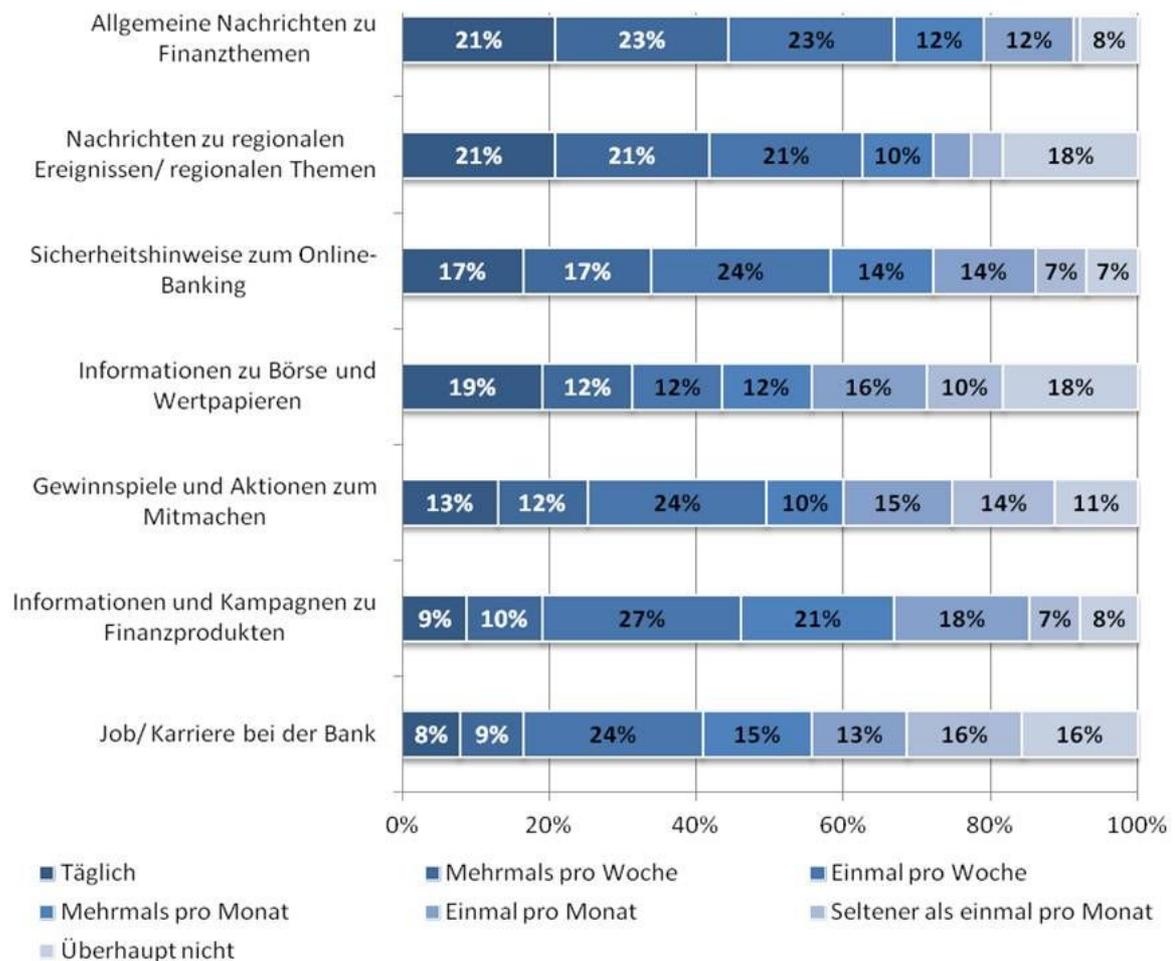


Abbildung: Bevorzugte Inhalte und Frequenz der Facebook-Fans von Banken

Inhalte, die von Banken und Sparkassen deutlich intensiver behandelt werden sollten, sind Themen zum Bereich Börse und Wertpapier. Während 46 Prozent der Banken und Sparkassen auf Meldungen zu diesem Komplex auf der Fanpage gänzlich verzichten, sind nur 18 Prozent der Fans entsprechenden Informationen gegenüber abgeneigt.

Das wollen Banken im Social Media erreichen

Einer Steria-Mummert Studie zur Folge sahen 2011 noch etwa die Hälfte der Banken Social Media als direkten Vertriebsweg an; inzwischen ist es nur noch ein Drittel. 53 Prozent der Befragten wollen hier neue Produkte bewerben – ein Jahr zuvor waren es noch fast zwei Drittel. Die **wichtigsten Ziele** für die Banken sind im Social Media die Erweiterung des Kreises ihrer Kunden, Interessenten und Unterstützer durch die Weiterempfehlung von Kunde zu Kunde (78 Prozent) sowie das Beobachten von Kundenmeinungen (76 Prozent) und die positive Imagebildung (75 Prozent).

Schaut man sich die Bankenseiten in **Facebook oder Twitter** an, fällt auf, dass es weit und breit keine vernünftigen Bildungsinhalte zum Thema Finanzen gibt. Teils werden Finanzprodukte erklärt; aber im Augenschein diese dann zu verkaufen. Ein Beispiel ist die **Commerzbank-Initiative** “Der Kundenbeirat”. Auf der Internetseite www.geldverstaendlich.de finden Kunden in einem Blog Finanzartikel, aktuelle TV-Kampagnen und eben Erklärungen zu Finanzprodukten. Auf dem Facebook-Account der Commerzbank begrüßen Unternehmensnachrichten, TV-Kampagnen, Gewinnspiele...

Auf der Internetseite der **DAB Bank AG** findet man unter der Rubrik “Wissen” Webinar-Angebote, die natürlich auch den Verkauf der eigenen Anlageprodukte forcieren sollen.

Es gibt sie doch...



Zwei Initiativen, die sich mit einer grundlegenden Wissensvermittlung beschäftigen sind **A: “SchulBank”** vom Bundesverband deutscher Banken und **B: “Hoch Im Kurs”** vom Bundesverband Investment und Asset Management e.V., wobei SchulBank keine Facebook-Seite betreibt. Beide Angebote richten sich an Lehrer und Schüler.

Diese Angebote sind jedoch jedem Interessenten zugänglich und bieten so manche (positive) Überraschung selbst für Redakteure, die sich jeden Tag mit dem Thema Finanzen beschäftigen. Wir haben auf unserem Leitmedium Finanzen Markt und Meinungen neben der Rubrik “Investment/Finanzwissen” aktuelle Initiativen für Finanzwissen integriert.

Häufig finden sich auch weitere gute “Richtungen” unter den Angeboten, die aber ab und an wie viele Social-Media Projekte an den **Ressourcen knabbern**. Nachfolgend exemplarisch ein typischer Facebook-Eintrag.



Wirtschaft und Schule - das Lehrerportal der INSM hat einen Link geteilt.
28. Juli

Zugegeben, auf unserer Facebookseite war etwas Funkstille und jetzt sind auch noch Sommerferien. Nichtsdestotrotz: Schauen Sie sich unsere neue Unterrichtseinheit zum Thema Rechnungswesen doch schon mal an. Das neue Schuljahr kommt bestimmt ...



Rechnungswesen - Unternehmen & Markt - Unterrichtsmaterialien - Wirtschaft und Schule - Das...

www.wirtschaftundschule.de

Der Student Marcel erbt von seinem Onkel eine Brauerei. In diesem Unterrichtsentwurf schlüpfen die Schülerinnen und Schüler in die Rolle von Marcel. Im Mittelpunkt der Unterrichtseinheit, die insbesondere für Rechnungswesen-Anfänger geeignet ist, steht die...

nach oben

Eine Interessenvertretung, die in die Aufklärung und der Wissensvermittlung investieren will, ist der Verband unabhängiger Vermögensverwalter Deutschland e.V. aus Frankfurt/Main. Auf einem Fachkongress im Juni 2014 in Köln wurde die Headline – **Mangelndes Finanzwissen erschwert Anlageberatung** – zum Gesprächsthema. In einer Veröffentlichung heißt es: “Die ökonomische Bildung der deutschen Anleger ist nicht ausreichend für die aktuellen Herausforderungen im Niedrigzinsumfeld. Das erschwert den Anlageberatern in Deutschland erheblich das Erarbeiten der richtigen Vermögensstrategie für ihre Kunden.”

Der VuV-Vorstandsvorsitzende **Andreas Grünewald** beklagt zudem:

...dass die Kenntnisse über Finanzprodukte wie Aktien, Anleihen und Fonds in der Regel gering seien. In der Folge müssten viele Berater zuerst ausführlich die Produkte

erklären, bevor überhaupt über Strategien für das Vermögen gesprochen werden könne. Regulatorische Maßnahmen zur Verbesserung des Kundenwissens wie Beratungsprotokoll, Produktinformationsblätter etc. führten am Ende nur zu einer Papierflut.

Meinung

Regulierungen können jedoch auch durch Aufklärung minimiert werden – es geht kein Weg daran vorbei: Deutschland benötigt eine gelebte Finanzkultur die durch eine bessere “Finanz-Bildung”, beginnend in den Schulen und in dualen Weiterbildungseinheiten aufgebaut werden muss.

Ein Wort ... zu dieser Überschrift:

Geldanlage 2.0“ – Anleger entdecken Soziale Netzwerke” – Anleger entdecken das Netz als Alternative zur klassischen Bankberatung.

Erschienen auf dem Online-Portal von FOCUS-MONEY. Es handelt sich im Beitrag um das Thema Social-Trading. Vorweggenommen; auch hier benötigen Anleger bereits gute Kenntnisse über Finanzthemen. Im Kern kopieren Anleger die Strategie von Händlern. nach oben

Liste mit dem Anspruch zur Finanz- Wissensvermittlung aus unserer Recherche

<https://www.facebook.com/wirtschaftundschule>

<https://www.facebook.com/pages/Jugend-und-Bildung/121141291242070>

<https://www.facebook.com/schauhin>

<https://www.facebook.com/bpb.de>

<https://www.facebook.com/hochimkurs>

<http://schulbank.bankenverband.de/>

https://twitter.com/vznrw_finanzen

(Quellen: Bankenverband / ibi research / Steria Mummert / Verband unabhängiger Vermögensverwalter VUV / FOCUS-MONEY)

(Foto Dr. Kemmerer: Marc Darching)

(Autor: Frank Schulz)