



Pressekontakt HHL

Elisa Vetter
Media Relations Manager
T +49 341 9851 614
pressestelle@hhl.de

Pressekontakt Paradots

Dr. Eloy Barrantes
CEO Paradots / nexxar
M +43 650 3615 594
eloy.barrantes@nexxar.com

Leipzig, 09. Februar 2024

Finfluencer-Studie: Forschungsprojekt gibt Überblick über deutschsprachige Finanz-Influencer

Ein gemeinsames Forschungsprojekt der HHL Leipzig Graduate School of Management, der Fachhochschule St. Pölten und Paradots untersucht erstmals die Profile deutschsprachiger Finfluencer auf Instagram. Die erste von zwei Studien identifiziert und analysiert 357 aktive Accounts mit insgesamt über 10 Millionen Follower.

Die HHL Leipzig Graduate School of Management untersucht in Zusammenarbeit mit der Beratungsagentur Paradots und basierend auf dem Finfluencer Market Overview der österreichischen Fachhochschule St. Pölten in einer ersten Teilstudie insgesamt 357 aktive Profile auf Instagram, die regelmäßig Finanzinhalte teilen.

Kernergebnisse der ersten Studie „Finfluencer auf Instagram – neu vermessen“:

- Es wurden 357 aktive deutschsprachige Finfluencer auf Instagram mit insgesamt über 10 Millionen Follower identifiziert.
- Über 50% der Finfluencer sind erst seit 2020 auf Instagram aktiv.
- Die Hauptthemen der Profile sind Analysen zu Einzelaktien (25%), Finanzen (11%), Vermögensaufbau und Altersvorsorge (10%), Finanzbildung (10%) sowie Dividentitel (8%).
- Rund fünf Prozent aller Accounts fokussieren sich auf „Finanzen für Frauen“.
- 81% der als Einzelperson auftretenden Finfluencer sind männlich.

Starkes Wachstum der Finfluencer-Szene im ersten Jahr der Covid-19-Pandemie

Ein Großteil der Finfluencer (52%) ist seit 2020 oder später auf Instagram aktiv. „Der Finfluencer-Boom korreliert deutlich mit dem Wachstum der Aktionärszahlen in der jungen Generation“, erklärt Prof. Dr. Henning Zülch, Inhaber des Lehrstuhls für Rechnungswesen, Wirtschaftsprüfung und Controlling an der HHL. „Auch hier gab es im Jahr 2020 einen sprunghaften Anstieg. Viele junge Investierende entdeckten das Thema in der Corona-Zeit für sich“, so Zülch.

Die Hauptinhalte der Finfluencer kategorisiert die Studie anhand der letzten zwölf Postings sowie der Profilbeschreibungen. Demnach stehen Analysen zu Einzelaktien (25%) am häufigsten im

Mittelpunkt der Accounts. Darauf folgen Themen, die sich auf Finanzen allgemein (11%), Vermögensaufbau und Altersvorsorge (10%), Finanzbildung (10%) sowie Dividendentitel (8%) fokussieren.

Wachsendes Interesse an Finanzinhalten

Ein Blick auf die Anzahl der Follower verdeutlicht die Relevanz von Finfluencern auf Instagram. Die Mehrheit der untersuchten Profile (64%) sind Nano- oder Micro-Influencer mit weniger als 10.000 Follower. Das verbleibende Drittel der Accounts hat eine Präsenz auf Instagram etabliert und erreicht regelmäßig zwischen 10.000 und 100.000 Follower. Die 10 größten Finfluencer deutschlandweit erreichen der Studie zufolge mit ihren Finanzinhalten jeweils über 200.000 Follower, ein kleiner Kreis von 24 Finfluencern über 100.000 Follower.

Die drei größten Profile heißen @immo.tommy (über 750.000 Follower), @professorfinanzen (über 550.000 Follower) und @bodoschaefer (über 400.000 Follower). Mit der Gefolgschaft der großen Sport-, Lifestyle- und Mode-Influencer können Finanz-Influencer damit zwar nicht mithalten, dennoch ist das Interesse der jungen Generation an Finanzinhalten auf Social Media in den letzten Jahren stark angewachsen.

Erfolgsrezept von Finfluencern

„Viele große Finfluencer haben ihre Follower in den letzten Jahren mehr als verdoppelt“, sagt Eloy Barrantes, CEO der Beratungsagentur Paradots. Diese unterstützt börsennotierte Unternehmen bei der Kommunikation von Finanzinhalten auf Social Media. „Das Erfolgsrezept von Finfluencern ist, dass sie Finanzinhalte authentisch, persönlich und unterhaltsam vermitteln. Das unterscheidet sie klar von anderen Akteuren und auch den traditionellen Medien. Finfluencing ist Infotainment.“

Heterogenität der deutschsprachigen Finfluencer-Szene

Laut den Studienergebnissen sind 81% der als Einzelperson auftretenden Finfluencer männlich. Dennoch fokussieren sich immerhin rund fünf Prozent aller Accounts inhaltlich auf das Thema „Finanzen für Frauen“. „Abgesehen vom Geschlecht ist die deutschsprachige Finfluencer-Szene auf Instagram allerdings sehr heterogen“, sagt Prof. Monika Kovarova-Simecek von der Fachhochschule St. Pölten.

Gefahr durch unseriöse Finfluencer

Kovarova-Simecek verweist ebenso auf potenzielle Risiken: „Es gibt beides: Professionelle Finfluencer, die sich an Regeln halten und die Risiken von Investments sehr aktiv ansprechen, ebenso wie schwarze Schafe, die unseriöse Investment-Tipps mit ihren Follower teilen.“

Zur Studie

Über ein dreistufiges Identifizierungsverfahren ermittelt die Studie „Finfluencer auf Instagram – neu vermessen“ insgesamt 357 aktive deutschsprachige Finfluencer auf Instagram. Dieses Sample repräsentiert den aktiven Kern der deutschsprachigen Finfluencer-Szene auf Instagram. Technische Unterstützung bei der Datenerhebung bot die Plattform everwise.ai. Die Studie ist Teil eines Forschungsprojekts zur Zusammenarbeit von Finfluencern mit börsennotierten Unternehmen, das von den Investor Relations-Abteilungen von Bechtle und Deutsche Telekom unterstützt wird.



Die HHL Leipzig Graduate School of Management

ist eine universitäre Hochschule mit Promotions- und Habilitationsrecht. Laut Financial Times-Ranking zählt sie zu den führenden internationalen Business Schools und erreicht global Top-Platzierungen in den Bereichen Karriereberatung, Alumni-Netzwerk und Gehalt nach Graduierung. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule Deutschlands ist die Ausbildung unternehmerisch denkender, verantwortungsbewusster und leistungsfähiger Führungspersönlichkeiten. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft hat die HHL 2022 zum sechsten Mal in Folge als führende Gründerhochschule Deutschlands ausgezeichnet. Aus der HHL sind in den letzten 30 Jahren über 530 Unternehmensgründungen hervorgegangen mit mehr als 30.000 Mitarbeitenden. Als erste deutsche private Business Schule wurde die HHL durch die international renommierte AACSB akkreditiert und erlangte diesen Qualitätsstatus seither vier Mal in Folge.

[Mehr Daten zur HHL](#)

Über Paradots

Als Agentur hat sich Paradots auf die Kommunikation von Finanzinhalten in Social Media spezialisiert. Paradots unterstützt große börsennotierte Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum bei der Konzeption und Aufbereitung von Investor Relations-Inhalten für LinkedIn, Instagram und andere Kanäle und berät seine Kunden zudem im Bereich Influencer Relations.

www.paradots.com