



Antrag an die Politik

Einführung eines Transparenzregisters mit Prüfsiegel für Finfluencer

Wer heute junge Menschen fragt, wie sie sich zu bestimmten Themen informieren, stellt fest, dass klassische Medien wie Fernsehen und Printmedien nahezu ausgedient haben. Gefragt ist Bewegtbild in sozialen Netzwerken, wie beispielsweise YouTube, Instagram oder TikTok. In den Videos geben – zum Teil selbsternannte – Experten ihr Wissen zu bestimmten Themen preis oder bewerben Produkte in kurzweiliger und unterhaltsamer Form in regelmäßigen Abständen auf ihren Kanälen. Wer die Kanäle abonniert, erhält kostenfreien (weil werbefinanzierten) Input zu den Themen, die ihn interessieren. Im Laufe der Jahre hat sich hier eine weltweite Industrie mit einem milliardenschweren Werbemarkt entwickelt, deren Protagonisten „Influencer“ genannt werden, da sie mit ihren Aussagen die Meinungen und Kaufentscheidungen der Zuschauenden beeinflussen.

Stark wächst auch die Reichweite sogenannter „Finfluencer“, die auf Finanzthemen spezialisiert sind. Der VerbraucherService Bayern im KDFB e. V. ist der Ansicht, dass Finfluencer mit ihren Beiträgen zu Finanzthemen gegenüber Verbraucher*innen eine hohe Verantwortung tragen und in gewisser Weise auch beratend tätig sind. Mit einem kurzen Hinweis in der Videobeschreibung, dass es sich bei den getätigten Aussagen um keine Beratung handelt, versuchen sich zahlreiche Akteure aus der Verantwortung zu ziehen. Durch die Werbeeinnahmen und Geldzuflüsse von diversen Finanzproduktgebern ist die Tätigkeit von Finfluencern aus Sicht des VerbraucherService Bayern im KDFB e. V. in den Bereich der gewerbsmäßigen Finanzberatung einzustufen. Der Verbraucherverband fordert deshalb eine Regulierung dieser Branche.

Der VerbraucherService Bayern im KDFB e. V. fordert:

- **Einen verpflichtenden Sachkundenachweis für Finfluencer, die sich mit ihren Inhalten an das deutschsprachige Publikum wenden.**

VSB-Landesdelegiertenversammlung 23.10.2024. Antrag „Einführung eines Transparenzregisters mit Prüfsiegel für Finfluencer“.



- **Die Einführung eines von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) geführten Transparenzregisters, vergleichbar mit dem Vermittlerregister für Finanzanlagen- und Versicherungsvermittler der Deutschen Industrie- und Handelskammer.**
- **Die Einführung eines Prüfsiegels, analog zum Eintrag im Transparenzregister, welches eingetragene Finfluencer auf ihrem Kanal einbinden können und das eine gewisse Seriosität für Verbraucher*innen gewährleistet.**

Begründung:

Während der Corona-Jahre und der Lockdowns haben viele junge Menschen damit begonnen, sich mit den Themen Finanzen und Börse zu beschäftigen. So verdoppelte sich zum Beispiel die Anzahl der jungen Aktiensparer in den letzten zehn Jahren laut dem Deutschen Aktieninstitut¹. Gerade in der Alterskategorie der 14- bis 39-Jährigen ist seit 2019 ein starker Anstieg zu erkennen. Finanz-Informationen bezieht die sogenannte Generation Z häufig aus den Kanälen der Finanz-Influencer, auch „Finfluencer“ genannt. Allein auf Instagram ermittelte die HHL Leipzig Graduate School of Management der Fachhochschule St. Pölten in einer in diesem Jahr veröffentlichten Studie² im deutschsprachigen Raum über 350 aktive Finfluencer mit insgesamt über zehn Millionen Followern. Bei über 60 Prozent der untersuchten Profile handelt es sich um sogenannte Nano- oder Micro-Influencer mit weniger als 10.000 Followern, die drei größten Kanäle erzielen eine Reichweite von je über einer halben Million Abonnenten.

Wer finanzielle Entscheidungen von Verbraucher*innen durch die Verbreitung von Informationen beeinflusst, trägt eine hohe Verantwortung. Nicht selten führen finanzielle

¹ https://www.dai.de/fileadmin/user_upload/DAI_23049_Aktionaerszahlen_7.jpg - 18.07.2024.

² <https://www.hhl.de/app/uploads/2024/02/2024-02-09-Studie-Finfluencer-auf-Instagram-HHL-Pressemitteilung.pdf> - 18.07.2024.



Fehlentscheidungen zu existenzbedrohenden Situationen. Wer in Deutschland Finanz- und Versicherungsprodukte vertreibt oder dazu berät, muss bei der zuständigen Industrie- und Handelskammer (IHK) einen Sachkundenachweis vorweisen und wird in ein Vermittlerregister eingetragen, welches im Internet öffentlich abrufbar ist und für Transparenz sorgt. Sogenannte Finfluencer unterliegen keinerlei Regularien und bringen ungehindert ihre Beiträge zu Finanzthemen an die Öffentlichkeit. Die Form, wie diese Inhalte dargestellt werden, ist aus Sicht des VerbraucherService Bayern im KDFB e. V. mit einer Finanzberatung gleichzusetzen. Häufig werden auch konkrete Strategien oder Finanzprodukte empfohlen. Ob die Aussagen des Finfluencers auf dessen fachlicher Expertise basieren oder nur seine persönliche Meinung widerspiegeln, können Verbraucher*innen häufig nicht beurteilen. Der Begriff des Finfluencers ist weder eine geschützte Bezeichnung noch ein anerkannter Ausbildungsberuf.

Laut einer internationalen Studie³ aus dem Jahr 2023 haben lediglich sechs Prozent der Finfluencer Ahnung von der Materie, über die sie auf ihrem Kanal berichten. Speziell bei Finfluencern, die sich dem Thema Kryptowährungen widmen, haben deren Prognosen nur in den ersten Tagen positive Gewinne gebracht. Nach spätestens 20 Tagen wurden Verluste eingefahren. Auch die BaFin warnt davor, die Ratschläge von Finfluencern ungeprüft zu übernehmen. Frankreich ist hier schon einen Schritt weiter: Der Gesetzgeber hat dort im vergangenen Jahr ein Gesetz zur Regulierung der Influencer-Branche und deren Beiträge in den sozialen Netzwerken erlassen. Frankreich stuft Influencer als Berufskategorie ein und geht noch einen Schritt weiter: Im Ausland ansässige Influencer müssen einen rechtlichen Repräsentanten in einem EU-Land benennen und eine Haftpflichtversicherung für ihre Tätigkeit vorweisen.

³ https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4428232#paper-references-widget – 18.07.2024.

VSB-Landesdelegiertenversammlung 23.10.2024. Antrag „Einführung eines Transparenzregisters mit Prüfsiegel für Finfluencer“.