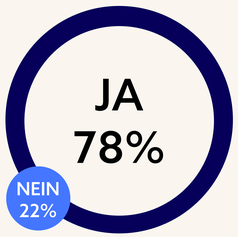
Finfluencer im Fokus

Wem folgen wir bei Finanzentscheidungen?

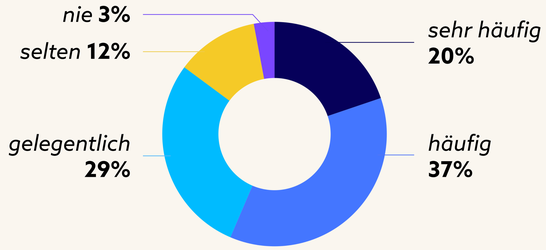
CFA Society Germany

Unsere Umfrage mit 461 Befragten hat untersucht, wie Finanz-Influencer die Entscheidungsfindung in Bezug auf Finanzthemen beeinflussen, wie sie unsere Finanzbildung prägen und wem unsere Befragten bei ihren Finanzentscheidungen vertrauen.



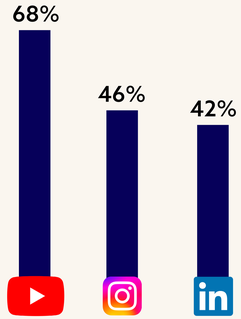
BEKANNTHEIT

Die Mehrheit unserer Befragten kennt oder folgt Finfluencern, über alle Generationen hinweg.



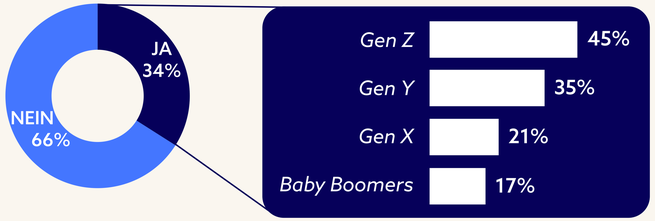
MEDIENPRÄSENZ

Mehr als die Hälfte unserer Befragten (57%) begegnet Finfluencer-Inhalten häufig oder sehr häufig, weitere 29% zumindest gelegentlich. Diese Inhalte sind dabei über alle Generationen hinweg ähnlich präsent.



PLATTFORMEN

Die beliebtesten Plattformen für den Konsum von Finfluencer-Inhalten sind mit 68% YouTube, gefolgt von Instagram (46%) und LinkedIn (42%).

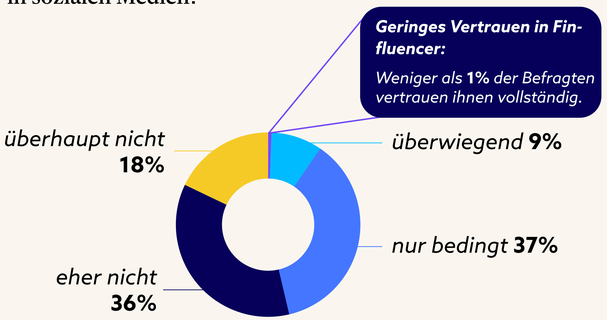


EINFLUSS

34% unserer Befragten haben bereits einmal eine finanzielle Entscheidung basierend auf der Empfehlung eines Finfluencers getroffen - darunter vor allem jüngere Befragte.

VERTRAUEN

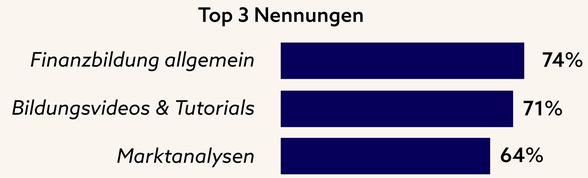
„Wie sehr vertrauen Sie der Finanzberatung von Influencern in sozialen Medien?“



90% *unserer Befragten bringen Finfluencern nur eingeschränktes oder kein Vertrauen entgegen.*

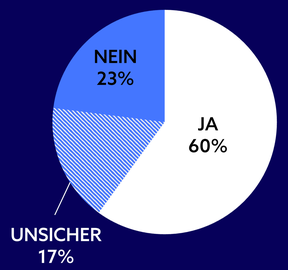
WAS WIRD KONSUMIERT?

„Welche Art von Finanzinhalten finden Sie in sozialen Medien am ansprechendsten?



Bewertung der Risiken

TOP 1	TOP 2	TOP 3
92%	**87%**	**87%**
Interessenskonflikte durch Werbung	*Irreführende oder falsche Beratung*	*Mangel an Fachkompetenz*

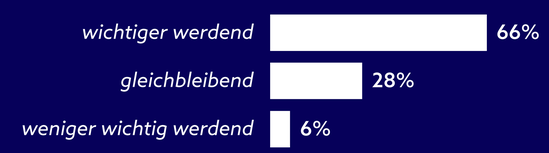


REGULIERUNG

Wunsch nach Transparenz:
60% unserer Befragten finden, dass Finfluencer denselben Regeln wie professionelle Finanzberater folgen sollten, 23% sind dagegen, 17% sind sich in dieser Frage nicht sicher.

AUSBLICK

66% erwarten, dass Finfluencer künftig eine wichtigere Rolle in der finanziellen Bildung und Beratung spielen werden:



© 2025 CFA Society Germany e. V.
Erhebungszeitraum: 26.03.2025 - 21.04.2025