



Verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

Finfluencer und ihre Geschäftsmodelle

Wirtschaft
Klasse: 11
GYM



Lerneinheit:
Angebote, Methoden und
Motive von Finfluencerinnen
und Finfluencern erkennen
und beurteilen.

Realisierung der Leitperspektive Verbraucherbildung

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Angeboten, Methoden und Motiven der Finfluencerinnen und Finfluencer auseinander und lernen diese zu beurteilen. Dazu durchlaufen sie das Stationenlernen. Jede Station thematisiert eine spezifische Problematik des Geschäftsmodells der Finfluencerinnen und Finfluencer.

Einordnung in den Bildungsplan

Kategorie	3.1.5	Internationale Finanzmärkte
Inhaltliche Kompetenz	(1)	die Motive von Akteuren (Verhaltensökonomik) auf Finanzmärkten (Geld-, Kapital- und Devisenmärkte) erläutern und verschiedene Anlageformen (Anleihen, Devisen, Derivate) darstellen
Konkretisierende Begriffe		Finanzen und Vorsorge
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.1 2.2	Analysekompetenz 1, 2 Urteilskompetenz 1

Projekt-/ Unterrichtsablauf

Zeitaufwand	ca. 3 Schulstunden
Materialart	Arbeitsblätter, Laufzettel
Zusätzlich benötigtes Material	Internetzugang, mobile Endgeräte
Einstieg	Der Einstieg erfolgt mit der Erklärung des Kofferworts Finfluencer = Finance und Influencer. Die Erklärung wird mithilfe eines Tafelbilds vermittelt. Anschließend wird ein Meinungsbild mit den Schülerinnen und Schülern durchgeführt, z. B. anhand folgender Fragen: Kennt ihr Finfluencerinnen und Finfluencer? Habt ihr Finfluencerinnen und Finfluencer abonniert? Welchen Eindruck machen die Finfluencerinnen und Finfluencer auf euch?

Erarbeitungsphase	Die Schülerinnen und Schüler können frei wählen, in welcher Reihenfolge sie die Stationen „Copy Trading“, „Pyramidensystem des Finanzcoachings“ und „Kryptowährung“ nacheinander bearbeiten. Die Stationen „Geschäftsmodell Finfluencer“ und „Kennzeichnung“ sollten nacheinander bearbeitet werden, die Aufgaben bauen aufeinander auf. Die Station „Geschäftsmodell Finfluencer“ thematisiert die verschiedenen Geschäftsmodelle der Finfluencerinnen und Finfluencer. Die Schülerinnen und Schüler lernen die vielfältigen Einnahmequellen der Finfluencerinnen und Finfluencer kennen. Die Schülerinnen und Schüler begegnen bei der Station „Copy Trading“ dem Geschäftsmodell der Geldanlage über Copy Trading und setzen sich mit ihr auseinander. Bei der Station „Pyramidensystem“ befassen sich die Schülerinnen und Schüler mit diesem Geschäftsmodell. Die Schülerinnen und Schüler lernen durch die Station „Kennzeichnung“ ausgewählte Kennzeichnungspflichten für Werbung auf Social Media kennen und beurteilen. Bei der Station „Kryptowährung“ beurteilen die Schülerinnen und Schüler das Angebot eines Finfluencers und lernen dadurch die risikoreiche Anlage in Kryptowährungen kennen und beurteilen.
Ergebnissicherung	Die Aufgabenergebnisse und der Laufzettel werden am Ende der Erarbeitungsphase im Plenum besprochen.
Reflexion	Die SuS beantworten nach der Ergebnissicherung die Reflexionsaufgabe, danach wird diese im Plenum besprochen.
Vorkenntnisse	Die SuS sollten mit dem Problem der asymmetrischen Informationsverteilung vertraut sein. Die Problematik wird im Text Hintergrundwissen für Lehrkräfte (Seite 4) erklärt und im Glossar (Seite 11) kurz für die SuS erklärt.
Weiterführendes Material	Unterrichtsmaterial „Geldanlage“ www.verbraucherzentrale-bawue.de/verbraucherbildung-bw/schule/sek1/wbs/unterrichtsmaterial-geldanlage Unterrichtsmaterial „1,2,...(weniger) Risiko!“ https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/verbraucherbildung-bw/schule/sek1/wbs/unterrichtsmaterial-12weniger-risiko

Hintergrundwissen für Lehrkräfte

Finfluencerinnen und Finfluencer (FuF) sind Personen, die auf ihren Social-Media-Accounts über Finanzthemen sprechen und damit eine wirtschaftliche Absicht verfolgen. Sie beabsichtigen zu diesem Zweck Einfluss auf Kaufentscheidungen, Einstellungen und Handlungen der Nutzerinnen und Nutzer zu nehmen. Durch den Aufbau ihrer Reichweite sind die FuF interessant für Finanzunternehmen. Bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern versuchen sie deren Interesse dadurch zu wecken, dass sie sich als vermeintlich erfolgreiche Finanzexpertinnen und Experten darstellen. Einfach, locker und sehr optimistisch dargeboten in kurzen Beiträgen lösen sie scheinbar das bei Finanzprodukten und -dienstleistungen bestehende Problem der Informationsasymmetrie. Allerdings nutzen sie die asymmetrische Informationsverteilung zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern und Finanzunternehmen lediglich für ihre eigenen wirtschaftlichen Zwecke aus.

Um bedarfsgerechte Entscheidungen treffen zu können werden vollständige Informationen über die Dienstleistung oder das Produkt benötigt. Ist die Vollständigkeit der benötigten Informationen nicht gegeben und sind die Anbieterinnen und Anbieter besser über ihre Produkte und Dienstleistungen als die Verbraucherinnen und Verbraucher informiert, dann liegt Informationsasymmetrie vor. FuF zielen nicht darauf ab, diese Informationsasymmetrie zu beseitigen. Vielmehr streben sie durch ihre Aufbereitung von Finanzthemen an, Produkte bzw. Dienstleistungen zu verkaufen, entweder ihre eigenen oder für Unternehmen, von denen sie eine Provision erhalten.

Vertiefende Information zur Informationsasymmetrie in der Finanzberatung:

Verbraucherinnen und Verbraucher suchen eine Finanzberatung auf, weil sie für sich einen Informationsbedarf benennen. Sie betrachten sich als nicht gut genug informiert, um Geldanlageprodukte zu bewerten und anschließend die für sie bedarfsgerechten zu kaufen. Hier soll die Finanzberatung Abhilfe schaffen.

Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten als Ergebnis der Finanzberatung eine bedarfsgerechte Empfehlung bzw. ein bedarfsgerechtes Produktangebot. Die Beratungskraft soll ihnen die Produkte empfehlen und ggf. verkaufen, mit denen sie ihr Ziel, beispielsweise einen Lebensstandard sichernde Altersvorsorge, erreichen.

Bei der Inanspruchnahme der Finanzberatung stehen Verbraucherinnen und Verbraucher allerdings ebenfalls vor dem Problem der asymmetrischen Information: Sie müssen das Ergebnis der Beratung, d.h. die Bedarfsgerechtigkeit der empfohlenen Produkte, bewerten. Da sie aber einen Informationsbedarf für sich reklamiert haben, fehlen ihnen die für die Bewertung notwendigen Informationen. Das Verhältnis zwischen Verbraucherinnen und Verbraucher und Finanzberatungskraft ist also durch Informationsasymmetrie zu Lasten der Verbraucherinnen und Verbraucher gekennzeichnet. Verbraucherinnen und Verbraucher können sich die Informationen auch nicht in der notwendigen Tiefe aneignen (aufgrund z. B. eines begrenzten Zeitbudgets). Würden sie die Informationen besitzen, benötigten sie die Beratung nicht.

Finanzberatung ist daher aus der Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher ein sogenanntes Vertrauensgut, dessen Qualität sich der Bewertung durch die Verbraucherinnen und Verbraucher entzieht.

Für die Finanzberatungskraft ist damit aber ein Anreiz gegeben, die Beratung so zu gestalten, dass diese in ihrem Interesse liegt. Werden sie über Provisionen bezahlt, liegt es in ihrem Interesse, solche Produkte zu empfehlen und zu verkaufen, mit denen sie hohe Provisionen als Einnahmen erzielen können. Erhalten sie ein Honorar für ihre Beratungszeit, liegt es in ihrem Interesse, diese auszudehnen, um hohe Einnahmen zu erzielen.

Aus dieser Situation kommen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht heraus. Weder private Garantien noch private Gütesiegel oder aber FuF helfen bei der Bewertung, denn Verbraucherinnen und Verbraucher müssten ja jetzt etwa den Eintritt des Garantiefalls oder die Zuverlässigkeit des Gütesiegels bzw. der FuF bewerten. Besäßen sie die dazu notwendigen Informationen, könnten sie das Ergebnis der Beratung selbst bewerten.

Einführung

in die Stationsarbeit „Finfluencerinnen und Finfluencer“

Finfluencerinnen und Finfluencer (FuF) sind Personen, die auf ihren Social-Media-Accounts über Finanzthemen sprechen.

Dabei bieten sie den Nutzerinnen und Nutzern Finanzprodukte und Finanzdienstleistungen an. Sie bewerben und verkaufen Versicherungen, Immobilien, Coaching-Kurse, Anlageprodukte, Bücher usw. Es handelt sich hingegen nicht um Finfluencerinnen

und Finfluencer, wenn sich Anlegerinnen und Anleger in Communitys ohne Verkaufsabsichten austauschen.

Gerade bei jungen Menschen ist das Interesse an Finanzthemen in den letzten Jahren gestiegen. Dieses Interesse nutzen die FuF für sich und posten kurze und sehr optimistische Beiträge, um auf ihr Angebot aufmerksam zu machen.



Arbeitsauftrag:

Eine Auswahl an ihren Angeboten lernst du bei der Stationsarbeit kennen. Zu Beginn der Stationsarbeit lies dir das Glossar durch und schau dir den Laufzettel und die Stationen kurz zur Übersicht an. Jeweils bei der Station und auf dem Laufzettel gibt es Aufgaben zu bearbeiten. Die Stationen „Geschäftsmodell Finfluencer“ und „Kennzeichnung“ müssen nacheinander bearbeitet werden.

Laufzettel:**Name:****Datum:**

Station	erledigt	Wie bist du zurechtgekommen?	Bearbeite folgende Arbeitsaufträge:
Geschäftsmodell Finfluencer			Erkläre, wie FuF ihre Einnahmen erwirtschaften.
Kennzeichnung			Erkläre, warum es sinnvoll ist, dass Werbebeiträge gekennzeichnet sind.

Copy Trading			Erkläre, welche Gegenleistungen FuF beim Copy Trading erhalten.
Pyramidensystem des Finanzcoachings			Beurteile das Geschäftsmodell eines Pyramidensystems beim Finanzcoaching.
Kryptowährung			Beschreibe die Kursentwicklung, die der Bitcoin seit 2017 genommen hat und beurteile das Risiko der Anlegerinnen und Anleger in diesem Zeitraum.

Aufgaben mit Musterlösung:

Erkläre, wie FuF ihre Einnahmen erwirtschaften

FuF verdienen auf verschiedene Arten ihr Geld: Durch die Platzierungen von Affiliate-Links, durch Provision für den Verkauf von Finanzprodukten, durch bezahlte Werbung für Werbepartner auf ihren Accounts oder den Verkauf von Büchern und Dienstleistungen wie Coachings.

Erkläre, warum es sinnvoll ist, dass Werbebeiträge gekennzeichnet sind.

Ohne die Kennzeichnung ist nicht sofort ersichtlich, ob etwas beworben wird, d. h. die positiven Aussagen gemacht bzw. Empfehlungen ausgesprochen werden, weil der Influencer oder die Influencerin dafür ein Entgelt oder einen anderen Vorteil (Reisen, kostenlose Produkte usw.) von Dritten erhält. Werbung will etwas verkaufen und nicht informieren oder beraten. FuF wollen also mit Werbung gerade nicht ihre Followerinnen und Follower entsprechend deren Bedarfen informieren, sondern sie überreden etwas zu kaufen. Durch fehlende Kennzeichnung werden die eigentlichen Motive der FuF verschleiert.

Erkläre, welche Gegenleistungen FuF beim Copy Trading erhalten.

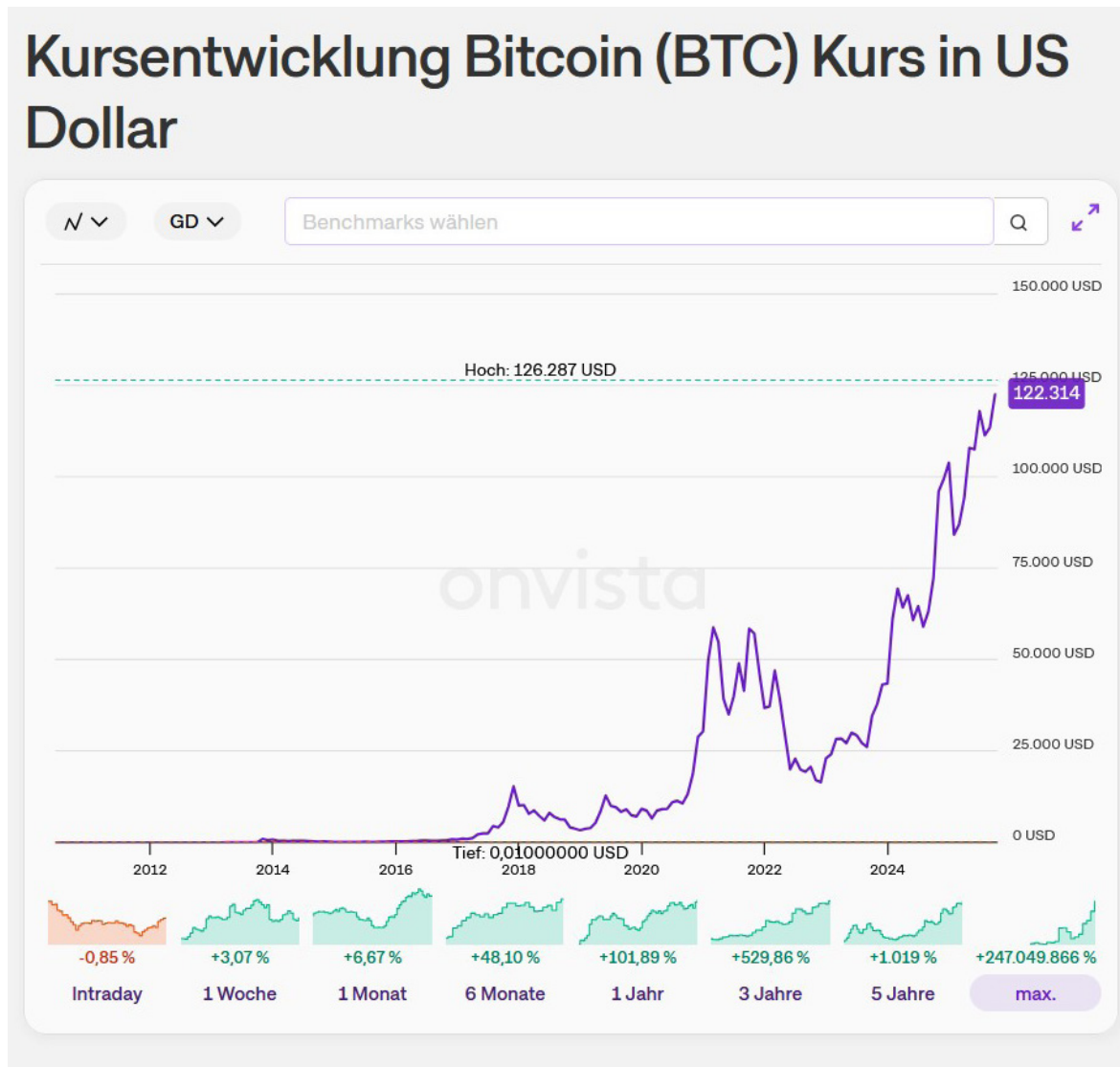
Gelangt eine Nutzerin oder ein Nutzer über einen Affiliate-Link auf die Copy-Trading-Plattform und kopiert die Anlagestrategie, erhält der Influencer / die Influencerin eine Provision von den Plattformbetreibern. FuF verdienen ihr Geld also nicht mit ihren Investitionen in die dem Copy-Trading zugrundeliegende Anlagestrategie.

Beurteile das Geschäftsmodell eines Pyramidensystems beim Finanzcoaching.

Das Pyramidensystem beim Finanzcoaching ist wie jedes Pyramidensystem eine Abzockmaschine: Als Pyramidensystem werden Geschäftsmodelle bezeichnet, die zu ihrem Funktionieren eine ständig wachsende Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmer (TuT) benötigen. Das System beruht darauf, dass TuT weitere TuT werben, die einen Geldbetrag zahlen. Bei einem Pyramidensystem tritt die Qualität des Coachings in den Hintergrund, da für alle TuT ein Anreiz besteht, neue TuT zu gewinnen.

Aufgabe mit Musterlösung:

Beschreibe die Kursentwicklung, die der Bitcoin seit 2017 genommen hat und beurteile das Risiko der Anlegerinnen und Anleger in diesem Zeitraum.



Ab 2017 beginnt der Wert des Bitcoins langsam zu steigen. Von 2020 bis 2022 steigt der Wert mit einigen Einbrüchen auf 60.000 US Dollar pro Bitcoin. Danach erfolgt ein großer Einbruch, der sich sprunghaft bis 2024 erholt und weiter steigt. Durch die Sprunghaftigkeit und die hohen Schwankungen des Kurses ist auch das Risiko hoch, das investierte Geld zu verlieren.



Bei der Geldanlage greift der Taschengeldparagraf wie folgt:

Hat eine Minderjährige gegen den Willen auch nur eines Elternteils Aktien geordert, braucht sie diese nicht zu bezahlen. Sofern der Kaufpreis bereits vom Konto abgebucht wurde, muss ihn die Bank erstatten. Im Gegenzug ist die Minderjährige verpflichtet, die Wertpapiere wieder herauszugeben.

Denn: Minderjährige benötigen bei Bankgeschäften wie der Eröffnung eines Kontos,

bei Überweisungen, Barabhebungen, den Antrag einer Zahlungskarte oder beim Kauf einer Geldanlage die Einwilligung beider Elternteile. Möchte der Minderjährige einen Kredit aufnehmen, bedarf es sogar der Zustimmung des Vormundschaftsgerichts. Dies gilt auch, wenn der Minderjährige den Kredit beim Abheben am Geldautomaten eingeräumt bekommt.

Glossar

Affiliate-Links: Influencerinnen und Influencer verlinken auf Produktseiten von Unternehmen und erhalten dadurch eine Provision, entweder nur durch das Anklicken oder wenn etwas über ihren Link gekauft wurde.

Anlageprodukte: Aktien, Fonds, ETFs, usw.

Copy Trading: Anlegerinnen und Anleger können beim Copy Trading die Anlagestrategie von Finfluencerinnen und Finfluencern gegen Zahlung eines Geldbetrages kopieren.

Einlagensicherung: Wird eine Bank zahlungsunfähig (Insolvenz), können die Anlegerinnen und Anleger ihre Einlage (=Anlagebetrag) bis zu maximal 100.000 Euro zurückverlangen. Das ist EU-weit gesetzlich vorgeschrieben.

Finfluencer: Kofferwort aus Finance und Influencer: Jemand, der durch das Teilen von regelmäßigen Finanzinhalten auf seinen Social-Media-Accounts eine größere Reichweite und somit eine Einflussnahme auf Kaufentscheidungen, Einstellungen und Handlungen hat. Finfluencerinnen und Finfluencer erwirtschaften mithilfe von Werbung auf ihren Plattformen Einnahmen.

Informationsasymmetrie: Um bedarfsgerechte Entscheidungen treffen zu können werden vollständige Informationen über die Dienstleistung oder das Produkt benötigt. Ist die Vollständigkeit der benötigten Informationen nicht gegeben und sind die Anbieterinnen und Anbieter besser über ihre Produkte und Dienstleistungen als die Verbraucherinnen und Verbraucher informiert, dann liegt Informationsasymmetrie zu Lasten der Verbraucherinnen und Verbraucher vor.

Trades: Der Handel mit Anlageprodukten

Station: „Geschäftsmodell Finfluencer“

Finfluencerinnen und Finfluencer (FuF) sprechen auf ihren Social-Media-Accounts über Finanzthemen. Sie wollen sowohl an Finanzthemen Interessierte auf ihren Account ziehen als auch bei ihren Followerinnen und Follower durch verschiedene Methoden das Interesse an Finanzthemen wecken, um dadurch Geld zu verdienen. Finfluencerin oder Finfluencer ist keine geschützte Berufsbezeichnung, jeder kann sich so nennen. Deshalb ist nicht gewährleistet, dass FuF eine gesicherte Expertise über Finanzthemen besitzen. Laut einer Studie haben nur 28 % der FuF überhaupt Erfahrung im Finanzbereich.

Als FuF agieren sowohl Einzelpersonen als auch Unternehmen. Ihre Einnahmen erwirtschaften sie auf verschiedene Weise:

- Sie stellen ihre Anlagestrategien oder -entscheidungen auf ihrem Social-Media-Account und Internetseiten dar und unterhalten zugleich Werbepartnerschaften mit Unternehmen. In den Beiträgen sind dann Links zu diesen Unternehmen enthalten. Immer dann, wenn jemand auf einen Link klickt (und etwas kauft), erhält der Finfluencer / die Finfluencerin Geld von dem verlinkten Unternehmen.
- Sie werben für den Kauf von Finanzprodukten eines Unternehmens, an dem sie beteiligt sind. Einnahmen erzielen sie dabei aus dem Verkauf der eigenen Finanzprodukte.
- Sie werben für den Kauf von Finanzprodukten anderer Unternehmen. In der Werbung sind dann Links enthalten. Klickt jemand auf den Link oder kauft das Produkt, erhält der Finfluencer / die Finfluencerin Geld von dem Unternehmen, dessen Produkt sie beworben haben.
- Sie bieten Einzelcoachings, eigene Online-Kurse oder eigene Bücher an. Aus dem Verkauf ihrer Kurse und Produkte erhalten sie Geld von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern bzw. den Käuferinnen und Käufern.

Hinzu kommt, dass sich auch Betrügerinnen und Betrüger als FuF ausgeben und ihre Dienstleistungen lediglich vortäuschen.

Aufgabe mit Musterlösung:

Finde für eine der beschriebenen Einnahmeformen einen Finfluencer oder eine Finfluencerin in einem sozialen Netzwerk, das du nutzt. Beschreibe deren Angebot und ihr Motiv.

Individuelle Schülerantworten

Station: „Kennzeichnung“

Influencerinnen und Influencer verdienen ihr Geld damit Produkte oder Dienstleistung zu bewerben, darunter fallen auch Finfluencerinnen und Finfluencer (FuF). FuF bewerben auf ihren Social-Media-Accounts Finanzprodukte und -dienstleistungen.

FuF müssen ihre Beiträge als Werbung kennzeichnen, wenn sie damit wirtschaftliche Interessen verfolgen. Allerdings sind nicht alle Beiträge, die gekennzeichnet werden müssten, auch gekennzeichnet.

Ohne die Kennzeichnung ist es Verbraucherinnen und Verbrauchern überhaupt nicht möglich, verlässlich zu erkennen, welche Beiträge von FuF durch ein wirtschaftliches Interesse motiviert sind und welche nicht. Die Kennzeichnung solcher Beiträge als Werbung soll daher Transparenz schaffen und somit den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine informierte Entscheidung ermöglichen.

Eine Auswahl an kennzeichnungspflichtigen Beiträgen auf Social Media:

Beiträge, die für eine Bezahlung oder eine Leistung öffentlich gemacht werden.

Video:

- Ist das Produkt / die Dienstleistung Hauptbestandteil des Videos, muss die Kennzeichnung „Werbung“ oder „Werbevideo“ während des gesamten Videos oder während des Werbeteils sichtbar sein.
- Ist das Produkt / die Dienstleistung kein Hauptbestandteil des Inhalts, muss zu Beginn des Videos „Unterstützt durch Produktplatzierungen“ oder „Unterstützt durch Produktname / Dienstleistungsname“ gekennzeichnet werden.

Bild oder Text:

- Die Kennzeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ muss gut erkennbar am Anfang des Beitrags stehen.

Beiträge, die ohne Bezahlung veröffentlicht werden, aber an Vereinbarungen, Bedingungen oder Erwartungen geknüpft sind. (z. B. überlassene Produkte, Übernahme der Reisekosten oder Einladung zum Event)

Video:

- Ist das Produkt / die Dienstleistung Hauptbestandteil des Videos, muss die Kennzeichnung „Werbung“ oder „Werbevideo“ während des gesamten Videos oder während des Werbeteils sichtbar sein.
- Ist das Produkt / die Dienstleistung kein Hauptbestandteil des Videos und der Wert der Dienstleistung/ des Produkts liegt über 100 €, muss zu Beginn des Videos „Unterstützt durch Produktplatzierungen“ oder „Unterstützt durch Produktname / Dienstleistungsname“ gekennzeichnet werden.

Bild oder Text:

- Die Kennzeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ muss gut erkennbar am Anfang des Beitrags stehen.

Rabattcodes

Video:

- „Werbung“ oder „Anzeige“ muss entweder hörbar oder lesbar in zeitlicher oder räumlicher Nähe des Rabattcodes vorkommen.

Bild oder Text:

- Die Kennzeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ muss deutlich lesbar sein in der Nähe des Rabattcodes.

Affiliate Links

Video:

- Der Link muss mit einem Symbol (*) und einer Erläuterung in unmittelbarer Nähe gekennzeichnet werden.

Bild oder Text:

- Der Link muss mit einem Symbol (*) und einer Erläuterung in unmittelbarer Nähe gekennzeichnet werden.

Aufgabe mit Musterlösung:

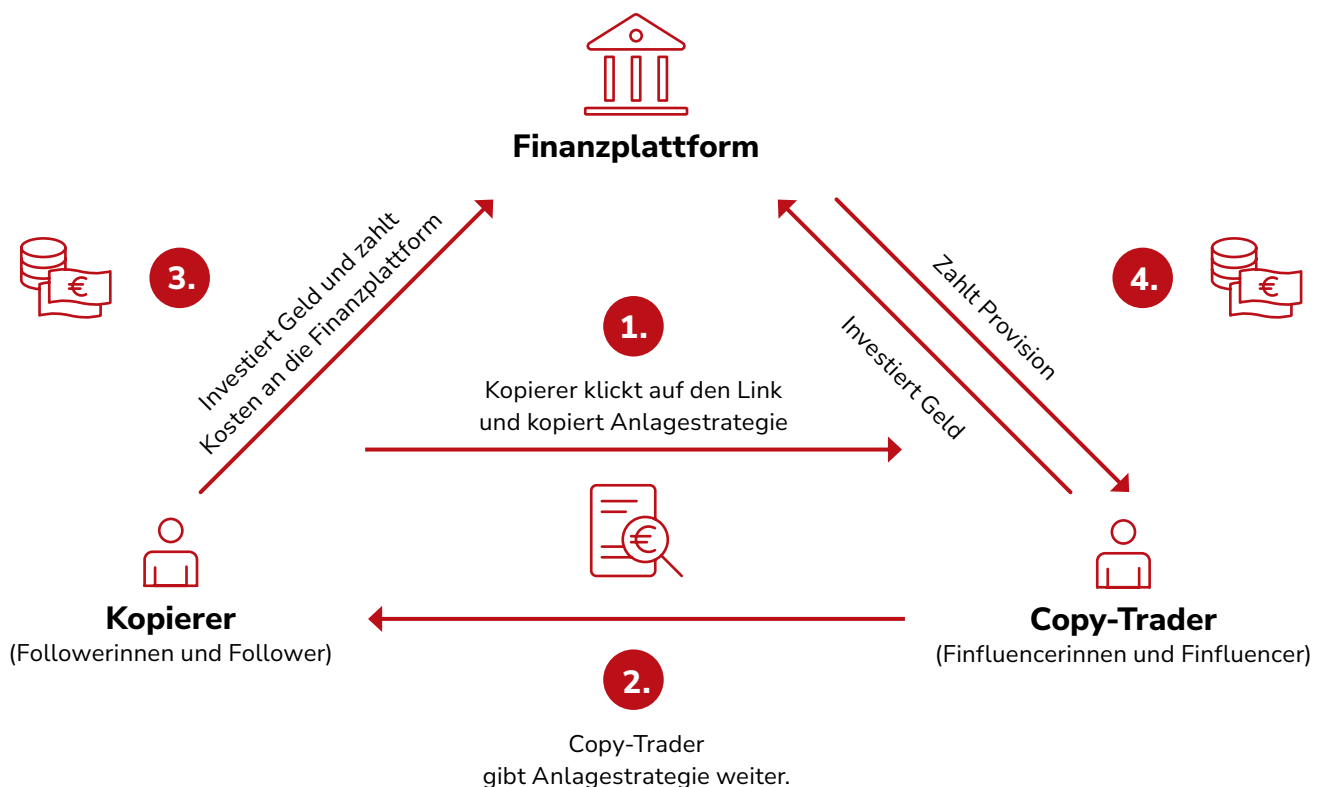
Schau dir das Profil deiner ausgewählten Finfluencerin oder Finfluencer aus der Station „Geschäftsmodell Finfluencer“ an. Überprüfe die Werbekennzeichnung bei ihren Beiträgen. Woran hast du die Werbung erkannt?

Individuelle Schülerantworten

Station: „Copy Trading“

Copy Trading ist eine Methode, mit der Finfluencerinnen und Finfluencer versuchen, Geld zu verdienen. Beim Copy Trading stehen sich Copy-Trader (Finfluencerinnen und Finfluencer) und Kopierer (Followerinnen und Follower) gegenüber. Die Copy-Trader erzählen auf ihren Social-Media-Accounts, dass sie ihr Geld auf der von ihnen beworbenen Finanzplattform in Finanzprodukte anlegen und Gewinne erzielen. Sie werben für ihre Anlagestrategie, die auf der Finanzplattform von anderen kopiert werden kann.

Die Kopierer gelangen über einen Affiliate-Link vom Beitrag der Copy-Trader direkt auf die Homepage der Finanzplattform. Auf der Plattform melden sich die Kopierer an und kopieren die Geldanlagestrategie der Trader. Als Gegenleistung zahlen die Kopierer einen Geldbetrag an die Finanzplattform für deren Nutzung. Die Trader erhalten von der Plattform eine Provision für die Vermittlung über den Affiliate-Link.



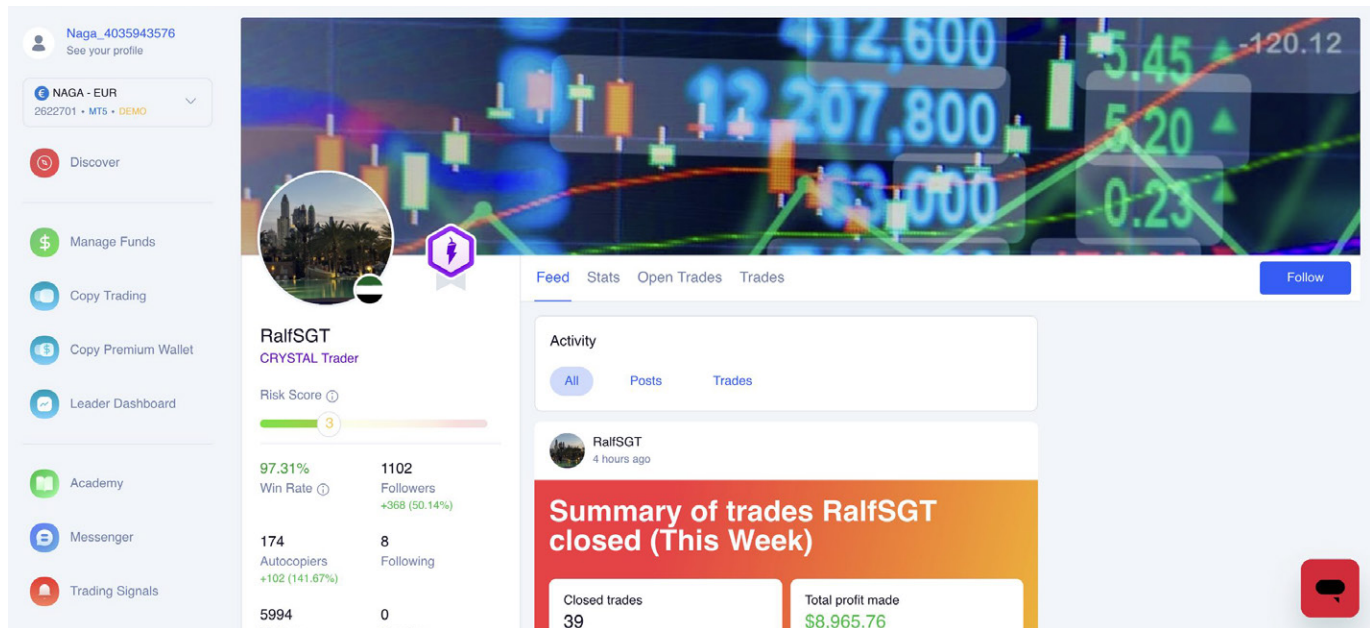
Beim Copy Trading kopieren Verbraucherinnen und Verbraucher also die Geldanlagestrategie von Copy-Tradern. Die Trader und somit die Finfluencerinnen und Finfluencer (FuF) nutzen den Informationsbedarf von Verbraucherinnen und Verbrauchern: Verbraucherinnen und Verbraucher, die Geld zur Vermögensbildung anlegen wollen, sind auf der Suche nach Informationen, in welche Finanzprodukte sie am besten ihr Geld anlegen sollen. Das Copy Trading bietet dafür eine scheinbar einfache Lösung: Die FuF versprechen, dass man sich nicht mehr selbst das erforderliche Wissen für eine Geldanlagestrategie aneignen muss – man müsse ihre Strategie nur kopieren. Allerdings kann man vorab nicht nachvollziehen, ob die Geldanlagestrategien der Trader wirklich so erfolgreich sind, wie sie auf ihren Accounts versprechen.

Generell ist daher für die Copy-Trader der Erfolg der angepriesenen Anlagestrategie nicht so wichtig, da sie ihr Geld dadurch verdienen, dass andere ihre Anlagestrategie kopieren.

Aufgabe 1 mit Musterlösung:

Erkläre anhand des Screenshots der Homepage eines Copy-Trading-Anbieters, was den Verbraucherinnen und Verbrauchern vermittelt werden soll.

Die in grün gehaltene Darstellung des „Risk Score“ von 3 und eine „Win Rate“ von 97,31 soll den Verbraucherinnen und Verbrauchern vermitteln, dass mit der Geldanlage ein geringes Risiko verbunden ist.



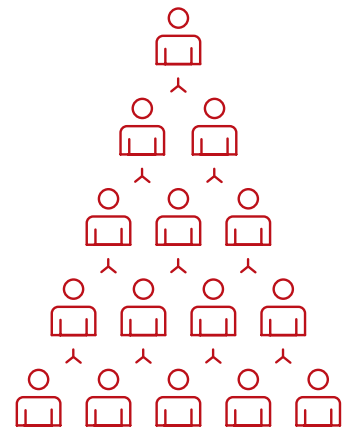
Quelle: Screenshot, The NAGA Group AG, <https://nagamarkets.com/user-profile/1172727/feed>, 09/24

Aufgabe 2 mit Musterlösung:

Erläutere, weshalb Copy Trading für Anlegerinnen und Anleger risikoreich ist. Berücksichtige dabei das Problem der asymmetrischen Informationsverteilung.

Die FuF behaupten, dass sie mit der beworbenen Strategie viel Geld verdient haben. Diese Behauptung ist für Interessierte so gut wie nicht nachvollziehbar. Für die FuF muss die Aussage auch gar nicht stimmen. Sie verdienen ihr Geld mit der Bewerbung der Plattform und der Anlagestrategie. Folglich können die FuF jede beliebige Anlagestrategie bewerben, Hauptsache sie bekommen dafür Geld von einer Plattform.

Station: „Pyramidensystem des Finanzcoachings“



Ein Pyramidensystem ist ein Geschäftsmodell, das darauf beruht, dass Teilnehmerinnen und Teilnehmer (TuT) neue TuT werben und sie ein „Kopfgeld“ (Provision) erhalten. Die anfallenden Kosten für z. B. einen Kurs zahlen die geworbenen TuT an die werbenden TuT, diese Zahlungen beinhalten die Provision.

Sinn und Zweck eines Pyramidensystems ist es, immer weiter TuT zu werben, die immer neue Einnahmen generieren. So wird bis zur Spitze der Pyramide das Geld unter den TuT aufgeteilt. Die Qualität der angebotenen Dienstleistung spielt eine untergeordnete bis keine Rolle. Alle konzentrieren sich auf die Einnahmen aus der Anwerbung von neuen TuT. Irgendwann lassen sich keine neuen TuT anwerben und das System bricht zusammen.

Beim Finanzcoaching der Finfluencerinnen und Finfluencer funktioniert ein Pyramidensystem so: Ein Finfluencer oder eine Finfluencerin bewirbt mit blumigen Aussagen das Finanzcoaching („Mit meinen Tipps zu deinem Reichtum“) und verspricht jedem neuen Teilnehmenden für das Anwerben weiterer TuT einen Geldbetrag.

Die neu angeworbenen TuT buchen dann gegen einen Geldbetrag das Finanzcoaching in der Erwartung tolle Tipps zu erhalten. Gleichzeitig werben sie wieder neue TuT. Von jedem neuen Teilnehmenden erhalten die Personen an der Spitze einen Anteil der Einnahmen aus dem Verkauf der Coachingkurse. Für die Personen im System besteht auch dann ein Anreiz neue TuT zu werben, wenn die Finanztipps Blödsinn sind, da sie als TuT lernen, dass das System und nicht die Tipps sie reich machen soll. Pyramidensysteme sind in Deutschland verboten.

Aufgabe mit Musterlösung:

Stelle das Geschäftsmodell des Pyramidensystems aus der Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher dar.

Für die Verbraucherinnen und Verbraucher ist zuerst nicht ersichtlich, ob es sich um ein Pyramidensystem handelt. Erst nach dem Besuch des Coachings können die Verbraucherinnen und Verbraucher dessen Qualität für sich und das Geschäftskonzept beurteilen. Durch die Versprechungen wird der Eindruck erweckt, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher durch das System reich werden. Der Verlust wird den Verbraucherinnen und Verbrauchern erst deutlich, wenn das Pyramidensystem in sich zusammenfällt.

Station: „Kryptowährungen“

Alex

Hey, habe mitbekommen, du bietest Anlagen in Kryptowährung an?

Finfluencer

Ja, mach ich. Ich baue gerade eine Plattform für neue Anlegerinnen und Anleger auf, die noch geringe Kenntnisse oder wenig Zeit haben. Mit Hilfe der Plattform können alle Mitglieder Trades wie Experten durchführen und hohe Renditen machen. 100 Anlegerinnen und Anleger sind bereits beim Testlauf dabei und sind begeistert über die erzielten Renditen.

Alex

Klingt super und wie funktioniert das?

Finfluencer

Die Software der Plattform verknüpft die Plattformkonten miteinander, sodass mit den für dich ausgewählten Trades Geld verdient wird.

Alles ganz einfach und sicher über dein Privatkonto auf der Plattform, damit du deine Trades nachverfolgen kannst und ich dir das Geld auszahlen kann.

Alex

Hast du dann einen Zugriff auf mein Konto?

Finfluencer

Nur durch die Verknüpfung unserer Konten ist es mir möglich mit der Software Trades durchzuführen. Nur so kannst du von diesem fortschrittlichen System mit minimalem Risiko profitieren.

Alex

Hört sich sehr interessant an. Kann ich einen Link zur Plattform haben?

Als Kryptowährungen (z. B. Bitcoin, Ethereum, Tether) oder virtuelle Währungen werden private Zahlungsmittel bezeichnet, die mit einer kryptographischen Formel generiert werden (Krypto (altgriech.) = verbergen, verstecken, schützen). In der Europäischen Union sind sie keine anerkannten Währungen. Er ist daher eigentlich falsch, von „Währung“ zu sprechen.

Kryptowährungen werden nicht von Regierungen und Zentralbanken ausgegeben. Es gibt somit auch keine gesetzliche Grundlage und keine staatliche Regulierung, die die Stabilität und Akzeptanz einer Kryptowährung gewährleistet. Investitionen in Kryptowährungen werden auch nicht durch eine Einlagensicherung geschützt. Der Kurswert einer Kryptowährung ist allein abhängig von Angebot und Nachfrage. Der Kurswert beruht damit letztlich auf Psychologie, d.h. auf den Erwartungen der Anlegerinnen und Anleger an die Kursentwicklung.

Aufgabe mit Musterlösung:

Beurteile das Angebot des Finfluencers.

Durch die Software gewährt man dem Finfluencer freien Zugriff auf das Konto und somit auf das eigene Geld. Nicht nur diese Gegebenheit macht das Angebot risikoreich, sondern auch der Handel mit Kryptowährungen. Der Wert der Kryptowährung wird nur durch Angebot und Nachfrage am Markt bestimmt. Der Kurswert beruht damit letztlich auf Psychologie, d.h. auf den Erwartungen der Anlegerinnen und Anleger an die Kursentwicklung. Geht die Kryptoplattform pleite, ist das Geld verloren, da dies nicht durch eine Einlagensicherung geschützt wird.

Reflexionsaufgabe:

Nun hast du alle Stationen bearbeitet, lies dir das Studienergebnis durch.

Studienergebnis

Die Qualität der Ratschläge von Influencerinnen und Influencern (FuF) schwankt sehr. Nur 28 % der FuF haben Fähigkeiten (skilled) im Finanzbereich. Dennoch sprechen die FuF mit schlechten Fähigkeiten (anti-skilled) und ohne Fähigkeiten (unskilled) mehr Followerinnen und Follower an. Ihre Beiträge in den sozialen Medien sind sehr optimistisch und erreichen so mehr Menschen. Sie sind auch aktiver auf ihren Kanälen und posten häufiger als FuF mit Fähigkeiten. Negative Beiträge werden eher von FuF gepostet, die Fähigkeiten vorweisen können. Wird sich an den optimistischen Ratschlägen der FuF mit schlechten Fähigkeiten orientiert, konnten Verluste von -2,3 % festgestellt werden.

Aufgabe mit Musterlösung:

Beurteile den Nutzen der Tätigkeiten der FuF für deine zukünftige Auseinandersetzung mit Geldanlagen. Berücksichtige dabei die Bedeutung, die asymmetrische Information bei der Bewertung der Qualifikation von FuF für deine Entscheidung hat.

Individuelle Schülerantworten

Erwartungsraum:

Die SuS sollten bei ihrer Beurteilung auch berücksichtigen, dass es für Verbraucherinnen und Verbraucher kaum möglich ist zu bewerten, ob die FuF über die erforderlichen Expertisen verfügen. Denn könnten sie diese bewerten, dann benötigten sie keine Unterstützung durch die FuF für ihre Entscheidung. Sie wären mindestens so qualifiziert wie die FuF.

Quellen:

Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation (2024): Influencer

<https://www.bidt.digital/glossar/influencer/>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (2023): # 8 Social Trading: Was steckt dahinter? – Gast: Judith Henke

https://www.bafin.de/SharedDocs/Videos/DE/podcast_vbs_8.html;jsessionid=D38A1BC505E41B419868699DFBD00938.internet941

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (2023): Bitcoin, Ether und Co.: Anlagen in Kryptowerte sind riskant

https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/GeldanlageWertpapiere/verbraucher_kryptowerte.html

zuletzt aufgerufen am 29.07.24

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (2023): Geldanlage – Wie Sie unseriöse Anbieter erkennen

https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/GeldanlageWertpapiere/UnserioeseAnbieter/unserioese_anbieter_erkennen_node.html

zuletzt aufgerufen am 17.03.25

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (2023): Social Trading - Plattformen zur Signalgebung und automatisierten Auftragsausführung

https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/GeldanlageWertpapiere/SocialTrading/social_trading_artikel.html

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Die Medienanstalten (2025): Leitfaden Werbekennzeichnung bei Online-Medien

<https://www.die-medienanstalten.de/service/merkblaetter-und-leitfaeden/leitfaden-werbekennzeichnung-bei-online-medien/>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Die Medienanstalten (o.J.): Werbung

<https://www.die-medienanstalten.de/aufgaben/aufsicht/werbung/>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

ESMA (2022): EU-Finanzaufsichtsbehörden warnen Verbraucher vor den Risiken von Kryptowerten

https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esa_2022_15_joint_esas_warning_on_crypto-assets_de.pdf

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Etoro (o.J.): Popular Investor

<https://www.etoro.com/de/copytrader/popular-investor/>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Europäische Kommission (2024): Influencer Legal Hub

https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_en#:~:text=The%20Influencer%20Legal%20Hub%20is,consumer%20authorities%20and%20further%20resources

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Europäisches Verbraucherzentrum Österreich (2023): Coaching-Abzocke hält an

<https://europakonsument.at/coaching-abzocke-haelt/64790>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Europäisches Verbraucherzentrum Österreich (2023): Schnelles Geld durch Coaching?

<https://europakonsument.at/schnelles-geld-durch-coaching/5781>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Fend, Ruth (2024): Folge mir, und ich mach dich reich!

<https://www.zeit.de/wirtschaft/2024-05/influencer-finanzen-tipps-social-media-regulierung>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Gabler Wirtschaftslexikon (o.J.): Influencer

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/influencer-100360>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Henke, Judith (2024): Verbraucherzentrale verklagt Anlageplattform Naga
<https://www.handelsblatt.com/finanzen/anlagestrategie/trends/geldanlage-verbraucherzentrale-verklagt-anlageplattform-naga-01/100034812.html>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Kakhob, Ali; Kazempour, Seyed; Livdan, Dmitry; Schürhoff, Norman (2023): Finfluencers
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4428232
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Ketterer, Alexandra; Kruse, Berit (2024): Abzocke im Netz – Die Masche der Trading-Betrüger
<https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/wirtschaft/instagram-crypto-influencer-e363599/?reduced=true>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Klinger, Helena; Peters, Sally (2023): Finfluencer und Verbraucherschutz. S. 1
https://www.iff-hamburg.de/wp-content/uploads/2023/11/Ueberschuldungsradar36_Finfluencer_Verbraucherschutz.pdf
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Mayer, Ursula(2023): Fragwürdige Finanztrainings- Abkassiert mit Traum vom schnellen Geld
<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/fragwuerdige-finanztrainings-101.html>
zuletzt aufgerufen am 17.03.25

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2023): 9. TV, YouTube Netflix & Co., Seite 40-41
https://mpfs.de/app/uploads/2024/10/IJM_2023_web_final_kor.pdf
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Polizei Hamburg (o.J.): Schneeballsysteme
<https://www.polizei.hamburg/schneeballsysteme-792224>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Spreier, Katharina (2024): Geldfalle Multi-Level-Marketing - Betrug durch Schneeballsysteme erkennen
<https://www.zdf.de/nachrichten/ratgeber/schneeballsystem-betrug-100.html>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Braun, Andreas (2024): Richtig sparen für den Nachwuchs
<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/sparen-geldanlage-kinder-depot-sparplan-100.html>
zuletzt aufgerufen am 17.03.25

Tagesspiegel (2024): Führen Verbraucher in die Irre Influencer kennzeichnen Werbung nicht ausreichend
<https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/fuehren-verbraucher-in-die-irre-influencer-kennzeichnen-werbung-nicht-ausreichend-11211205.html>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Universität Köln (o.J.): Darstellung der Methode – Stationenlernen
http://methodenpool.uni-koeln.de/stationenlernen/stationenlernen_darstellung.html
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2024): Bitcoin: Vom alternativen Zahlungsmittel zum Spekulationsobjekt
<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/bitcoin-vom-alternativen-zahlungsmittel-zum-spekulationsobjekt-11641>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2025): Investment-Angebote auf Social Media – schnelles Geld oder große Pleite?
<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/investmentangebote-auf-social-media-schnelles-geld-oder-grosse-pleite-63629>,
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2025): Risiko und Einlagensicherung: Fragen und Antworten zur Geldanlage
<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/risiko-und-einlagensicherung-fragen-und-antworten-zur-geldanlage-5417>
zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2024): Was ist von Online-Bewertungen zu halten?

<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/was-ist-von-onlinebewertungen-zu-halten-13724>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2024): Bankgeschäfte mit Minderjährigen: Eltern müssen meisten zustimmen

<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/bankgeschaefte-mit-minderjaehrigen-eltern-muessen-meistens-zustimmen-10398>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2024): Finanzberatung aus Verbraucherperspektive

<https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/bildung-bw/finanzberatung-aus-verbraucherperspektive-14987>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2025): Marktversagen aufgrund von Informationsasymmetrie

<https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/bildung-bw/marktversagen-aufgrund-von-informationsasymmetrie-18277>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2024): So erkennen Sie unseriöse Online-Tradingplattformen

<https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/so-erkennen-sie-unserioese-onlinetradingplattformen-31474>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale (2025): Dubiose Geldanlagen im Internet: Woran Sie ein Schneeballsystem erkennen

<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/dubiose-geldanlagen-im-internet-woran-sie-ein-schneeballsystem-erkennen-13147>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Verbraucherzentrale Hessen (2023): Online-Coaching als Kostenfalle

<https://www.verbraucherzentrale-hessen.de/presse-meldungen/vertraege-reklamation/onlinecoaching-als-kostenfalle-83438>

zuletzt aufgerufen am 14.08.24

Wikipedia (2025): Kryptowährung

<https://de.wikipedia.org/wiki/Kryptow%C3%A4hrung>

zuletzt aufgerufen am 07.08.25

Wortmann, Philip; Koll, Hanna (2023): Finanztipps auf Social Media – Der wahre Gewinn der Influencer

<https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/finfluencer-finanz-tipps-social-media-copy-trading-100.html>

zuletzt aufgerufen am 17.03.25



Verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

Impressum

Herausgeber:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de

www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Bildnachweis:

Titelseite – samsuddin/AdobeStock

Stand:

11/2025

Gefördert
durch



Baden-Württemberg
Ministerium für Ernährung,
Ländlichen Raum und Verbraucherschutz