

Warum Likes, Shares und Views kein Finanzwissen ersetzen

Finanzwissen entsteht zunehmend auf TikTok, YouTube und Instagram – besonders bei jungen Menschen. Doch zwischen Reichweite, Algorithmen und werblich geprägten Inhalten wächst das Risiko von Fehlinformationen. Warum Social Media Finanzbildung zugleich erleichtert und verzerrt – und weshalb kritisches Prüfen wichtiger denn je ist.



Quelle: Thomas Feith

Zwischen Finfluencern und Faktencheck

TikTok, YouTube oder Instagram machen Finanzthemen greifbar und schaffen Nähe. Doch laut einer [Untersuchung der BaFin zu sogenannten Finfluencern](#) sind viele Beiträge werblich beeinflusst oder enthalten unzureichende Risikohinweise. 37 Prozent der jungen Anleger wussten demnach nicht, dass Content Creators häufig für ihre Produktempfehlungen bezahlt werden. „Und das ist

nicht die einzige Informations- oder Wissenslücke, die bestehen bleibt“, weiß Micoli. Eine [Studie des Instituts für Finanzdienstleistungen](#) verdeutlicht, dass gerade junge Erwachsene in Deutschland deutlichen Aufholbedarf bei Themen wie Kreditaufnahme und Risikoabschätzung haben. „Die Kombination aus hoher Reichweite und geringer Finanzkompetenz ist gefährlich“, so der Finanzexperte. „Sie öffnet Falschinformationen Tür und Tor.“

Vom Algorithmus verführt

Egal auf welcher Social-Media-Plattform Content geteilt wird, die Algorithmen, die dahinterstecken, versuchen die Aufmerksamkeit der User möglichst lange zu halten. Sie analysieren das Verhalten aller Nutzer – also Klicks, Likes, Kommentare – und zeigen anschließend bevorzugte Inhalte, die ähnlich stark fesseln. „Sachliche oder komplexe Erklärungen zu Zinsstrukturen oder Diversifikation erzielen dabei oft weniger Interaktion und werden daher seltener ausgespielt“, betont Micoli. Ganz anders sehe das mit vereinfachten Darstellungen oder überzogenen Versprechen aus. Posts, die mit Versprechen wie „So verdoppelst du dein Geld in 30 Tagen“ locken, performen häufig deutlich besser, auch wenn sie faktisch falsch sind. „Der Social-Media-Algorithmus belohnt also nicht, was stimmt, sondern, was klickt“, unterstreicht der Finanzexperte.

Hinzu kommt, dass Influencer-Marketing dieses System aktiv nutzt, wodurch bezahlte Kooperationen häufig immer noch als persönliche Erfahrungen inszeniert werden, was Vertrauen suggeriert.

Digitale Kompetenz und Datenbasis

Wie also lässt sich Finanzwissen im digitalen Raum stärken – idealerweise bevor Algorithmen hoch emotionalisierte Anlageentscheidungen herbeiführen? „Fachleute aus der Finanzbranche, aber auch im Bereich Bildung, fordern schon seit Langem mehr Transparenz und digitale Aufklärung“, sagt Micoli. Es brauche immer einen kritisch prüfenden

Menschen in Finanzfragen. Der sollte dann nicht nur über ein Grundverständnis wirtschaftlicher Zusammenhänge verfügen, sondern auch über nachvollziehbare Daten, auf denen Anlageentscheidungen fußen können. „Sicher kann Technik unterstützen, Märkte zu verstehen, allerdings handelt sich dabei nicht um Algorithmen, die Likes bevorzugen“, erklärt Micoli. Vielmehr gehe es bei KI-gestützten Programmen darum, Marktdaten in Echtzeit auszuwerten, Trends und Abweichungen zu erkennen und Muster möglichst objektiv zu analysieren. Damit wird der Algorithmus zum Instrument der Strukturierung und der Risikoeinschätzung, dessen Ziel es ist, Emotionen und Impulshandlungen zu reduzieren und Finanzentscheidungen nachvollziehbar zu machen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4947751/Warum-Likes-Shares-und-Views-kein-Finanzwissen-ersetzen/>