

profund

#21

Let's talk about money

Mit dieser Strategie erreicht man die Generation Z

Seiten 2 und 3

Analyse und Ausblick

Was wir von der Wirtschaft 2024 erwarten dürfen

Seiten 4 und 5

Let's talk about money – aber wie?



Versteh einer die Generation Z. Und dann auch noch mit ihr über Themen wie Finanzen sprechen ... Wie das geht? Die Frage ist komplex, denn kaum eine Generation sei so heterogen und schwer zu greifen, wie Gen Z (siehe Infokasten), sagt Kommunikationsexperte Wolfgang Kühnelt. Eines ist aber klar: Erreichen kann man sie nur über Social Media.

Laut Kühnelt nutzen die 20- bis 25-Jährigen noch am ehesten analoge Medien, während sich die Jüngeren fast nur noch über Social Media wie Instagram oder Tiktok informieren. Genauso heterogen wie die Strömungen sind die Interessen. Doch wie erreicht man die Jugend in der Kommunikation? „Bevor man über den Kommunikationskanal nachdenkt, muss ich klären, wen ich mit welcher Botschaft erreichen will. Will ich aktuell ein Produkt verkaufen oder will ich mich und meine Marke bekanntmachen und so vielleicht den ‚Kunden von morgen‘ ansprechen.“

So erreicht man die Generation Z

„Zuerst sollten die Werte der heutigen Jugend im Fokus stehen“, so Kühnelt. Die Herausforderung: Die eine Generation Z gibt es nicht. Während die einen nach dem Motto #yolo (you only live once) leben, gibt es auch junge Erwachsene mit konservativen Werten. Nicht zu vergessen sind auch die an Nachhaltigkeit Interessierten. „Die einen wollen in der von Krisen dominierten Welt nur mehr im Hier und Jetzt leben und nicht an morgen denken. Die anderen wiederum wollen die Welt retten.“ Erreichen kann man jede Gruppe durch auf sie abgestimmten Content und über das richtige

2

Gen Z

Storytelling – das Vermitteln von Informationen, Wissen und Werten durch (emotionale) Geschichten.

Videos und Podcasts

Das zielgruppengerechte Storytelling ist dabei entscheidend, um ein Produkt gut zu inszenieren. „Content-Vermittlung über Video und Audio ist dabei unumgänglich, um junge Adressaten zu erreichen“, so Kühnelt. So zeigten aktuelle wissenschaftliche Untersuchungen, dass Podcasts gerade beim älteren Teil von Generation Z stark im Kommen sind. Um Videocontent führt aber kein Weg herum. Hier sei Generation Z offen für Educational Entertainment, etwa durch Influencer, wenn das Storytelling passt.

Das sind die wichtigsten Social Media Plattformen



WhatsApp

beliebteste Messenger-App für Gruppenchats, Videotelefonie, Standort teilen



Youtube

beliebteste Suchmaschine bei Jugendlichen



Instagram

Bilder und Videos



Snapchat

Foto-App für Schnappschüsse



Tiktok

Kommunikation über Videos, zunehmend auch Text- und Bildformate



Die Generation Z

Es wird viel geredet über die Generation Z. Doch wer ist das eigentlich? „Gemeint sind damit all diejenigen, die zwischen 1997 und 2012 geboren wurden“, sagt Wolfgang Kühnelt, Soziologe und Dozent am Institut für Journalismus und Digitale Medien der FH Joanneum. Doch die damit beschriebenen jungen Menschen als eine einheitliche Gruppe zu sehen, ist nicht korrekt. „Generationensprünge passieren heute viel früher.“ Innerhalb dieser „Generation“ gebe es mehrere Strömungen mit unterschiedlichen Lebenseinstellungen, die auf verschiedenen Infokanälen zu Hause seien.

In der Finanzbranche seien (F)Influencer aufgrund der Regelungen, was Finanzprodukttempfehlungen anbelange, aus Haftungsgründen aber mit Vorsicht einzusetzen.

Kontakt zur Zielgruppe herstellen

Daher könne man auch selbst als Experte durch „personal branding“ (Selbstvermarktung) auftreten, um eine junge Zielgruppe zu erreichen. Auch wenn man nicht jung und dynamisch ist. „Es gibt genügend Senior-Tiktoker, die bei Jungen gut ankommen“, so Kühnelt. Der Inhalt ist entscheidend. Daher sollten Maßnahmen immer zuerst bei der Zielgruppe ausgetestet werden. „Nichts ist peinlicher als ein vermeintlich cooles Auftreten.“ Wichtig ist es laut Kühnelt, den Kontakt zur Zielgruppe herzustellen. Der einfachste Weg: „Wenn Sie Kinder in diesem Alter haben, fragen Sie sie doch mal, was sie gut finden.“

Stichwort: Online-Präsenz

Gut zu wissen: „Statt der bekannten Suchmaschinen nutzen Jugendlichen und junge Erwachsene heute vor allem den Videokanal youtube, um an Infos zu gelangen. Wer dort nicht präsent ist, wird von dieser Zielgruppe nicht gefunden.“ Ähnliches gilt für Instagram und Tiktok. Der aktuelle Jugend Internet Monitor 2023 Österreich nennt diese beiden Social-Media-Plattformen als zwei der wichtigsten. „Will ich die Generation Z erreichen, muss ich online präsent sein.“ Das gilt aber inzwischen ohnehin für alle Altersgruppen. ◀

Kommunikationsexperte
Wolfgang Kühnelt ▶



Landung, Start

oder Absturz?

Aussichten für 2024 und danach

Hohe Inflation, steigende Zinsen, schwächelnde Konjunktur und mangelnde Transparenz auf dem Energiemarkt – die Herausforderungen sind groß, wie eine Einschätzung der Experten beim 8. Finanzdienstleistersymposium darlegt.

Die globale Industriekonjunktur zeigt laut Stefan Bruckbauer, Chefökonom der Bank Austria, weiterhin Anzeichen einer Abschwächung. Lediglich in den USA kam es zu einer Belebung. Im Euroraum erwarten die Experten auch im zweiten Halbjahr 2023 kaum reales Wachstum, da Länder wie Deutschland noch unter der weltweiten Industrieschwäche leiden. Auch die inländische Nachfrage zeigt sich im Euroraum gedämpft. Bemerkenswert ist für Bruckbauer der weiterhin robuste Arbeitsmarkt.

Keine Rückkehr zu Nullzins-Politik

Für die Konjunktorentwicklung 2024 spielt die Zinspolitik von EZB und FED eine wichtige Rolle. Die mittelfristige Inflationserwartung im Euroraum liegt mit 2,5 Prozent weiterhin über den angestrebten 2 Prozent. Derzeit liegt der Leitzins der europäischen Zentralbanken bei 4,5 Prozent. Ein erster Zinsschritt nach unten soll aber erst im zweiten Halbjahr 2024 erfolgen. „Eine Rückkehr zu niedrigen Zinsen im Bereich von 2 bis 1 Prozent oder sogar 0 ist für die nächsten zehn Jahre ausgeschlossen“, so Bruckbauer bei seiner Analyse am Symposium.

Kein reales Wachstum über 1 Prozent

Unter diesen Rahmenbedingungen geht der Ökonom davon aus, dass die Wirtschaft des Euroraums sich zwar nächstes Jahr von der Rezession erholen wird, ein reales Wachstum über 1 Prozent scheint jedoch nicht erreichbar. Die Inflation sollte im Jahresdurchschnitt rund 2,5 Prozent betragen, erst 2025 könnte sie wieder unter 2 Prozent liegen. Die kurzfristigen Zinsen könnten im Verlauf von 2024 wieder leicht zurückgehen (nicht unter 3 Prozent). Auch für langfristige Zinsen ist ein leichter Rückgang erwartbar.

4

Aussichten 2024

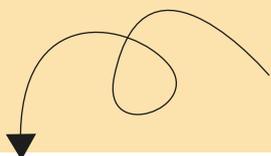
Mehr Konzentration am Energiemarkt

Turbulent ging es 2022 auf den Energiemärkten zu. Strom- und Gaspreise sind deutlich gestiegen, was zu einer enormen Verunsicherung bei den Konsumenten führte. Dabei sind die Verfügbarkeit und vor allem auch die Leistbarkeit von Energie für die Konsumenten von grundlegender Bedeutung, wie Wolfgang Urbantschitsch, Vorstand der E-Control, erläutert. Vor allem die steigende Marktkonzentration, die durch den Ukraine-Krieg noch befeuert wurde, bereitet Urbantschitsch Sorgen.

Verbraucher im Nachteil

Das stellt ein Hindernis für effektiven Wettbewerb dar. Dieser ist auf den heimischen Strom- und Gasmärkten 2022 fast zum Erliegen gekommen. „Der Nachteil für die Konsumenten: Sinkende Preise auf dem Großhandelsmarkt werden nicht in vollem Umfang und nur zeitverzögert an die Endkunden weitergegeben.“

Mittlerweile habe sich die Situation verbessert. Preisvergleiche lohnen sich wieder. E-Control kritisiert aber die fehlende Transparenz hinsichtlich der Konditionen. „Das Thema hoher Strom- und Gaspreise ist gekommen, um zu bleiben.“ Das hat Auswirkungen auf die heimische Wirtschaft, die momentan an einer fatalen Kombination aus ungünstigen Faktoren leidet, so Josef Herk, Präsident der WKO Steiermark. Die Zeiten, in denen günstige Energie Österreich einen Wettbewerbsvorteil bescherte, seien Geschichte. ◀



Kommentar

Wir sind Berater, keine Produktanbieter

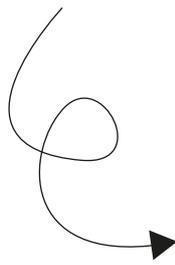
Die aktuelle wirtschaftliche Lage mit steigenden Zinsen und hoher Inflation sorgt bei vielen Menschen für Unsicherheit. Vor allem jene, die große Kreditschulden für den Hausbau tragen, stehen unter hohem Druck. Die Ankündigung der Banken, die Beratung für lebensverändernde finanzielle Entscheidungen wie Kredite weiter zu verbessern, ist sicherlich ein Schritt in die richtige Richtung. Allerdings: Gewerbliche Vermögensberater setzen seit Jahren genau auf diese umfassende Beratung, bei der der Kunde und seine individuelle Lebenssituation im Mittelpunkt stehen. Und das nicht nur bei Krediten, sondern auch bei Vermögensaufbau, Absicherung und Altersvorsorge. Wir müssen diesen Unterschied noch deutlicher klarmachen, dass die Beratung eines „Produktanbieters“ – egal ob für Kredit oder Fondssparen – zwar Kundenaufklärung ist, aber wenig mit tatsächlicher Beratung zu tun hat.

Die unabhängige Marktübersicht ist unser Markenzeichen und Beratung bedeutet, die Gesamtsituation des Kunden zu betrachten, nicht nur einzelne Aspekte. Gleichzeitig ist die Finanzbildung in Österreich zu fördern. Nur wer über ausreichend Finanzwissen verfügt, kann die Qualität einer Beratung richtig einschätzen und fundierte Entscheidungen für seine finanzielle Zukunft treffen.



Ihr
Markus Kohlmeier

Branchennews



Neuerungen bei Seniorenkrediten

Bisher war es für Senioren sehr schwierig an einen (Immobilien-)Kredit zu kommen. Die Novelle des Hypothekar- und Immobilienkreditgesetzes bringt viele Änderungen.

Mit der Novelle müssen künftig die Rückzahlungen der jeweils fälligen Verbindlichkeit wahrscheinlich sein und Vermögenswerte eine hinreichende Gewähr für die Abdeckung der Verbindlichkeiten bieten. Die Tilgung darf über die statistische Lebenserwartung hinausgehen. Auch muss künftig im Todesfall von Kreditnehmern ein Vermögensübergang berück-

sichtigt werden. Das Kündigungsrecht für den Kreditgeber ist trotz Ablebens des/der Kreditnehmer nicht wirksam, denn die Erben können als Rechtsnachfolger eintreten und die Kredittilgung übernehmen. Das hat den Vorteil, dass Erben die Immobilie künftig selbst verwerten können, um den Kredit rückzuzahlen. Für diese Regelung müssen die Banken jedoch noch interne Verfahren festlegen.

Auch eine Ausweitung und Anpassung des Produktangebots bei den Banken ist zu erwarten. Wichtig wird in diesem Hinblick für unsere Mitgliedsbetriebe, die Genera-

tionenberatung stärker in den Fokus zu rücken. Innerhalb der Familien sollte die mögliche Übergabe bestehender Vermögenswerte offen angesprochen werden. ◀

Mehr Informationen gibt es hier:



Cybersicherheit wird immer wichtiger

Oft reicht ein Klick, um Unternehmen jeder Größe wochenlang lahmzulegen. Daher ist es wichtig, sich regelmäßig weiterzubilden.

Mit dem Programm Cyber!Sicher fördert das Land Steiermark heimische Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen (KMU), um diese „cyberfit“ zu machen. Ziel ist es, KMU für die wachsenden Bedrohungen durch Cyber-Kriminalität zu sensibilisieren. Dazu zählt auch, die Mitarbeiter in Sachen IT-Sicherheit zu schulen. Die Förderung umfasst Beratungs-, Investitions- und Schulungsprojekte im Bereich der IT-Sicherheit.

Kein Einfallstor öffnen

Watchlist Internet bietet zahlreiche kostenlose Schulungen an, um Mitarbeiter entsprechend zu sensibilisieren. „Cybersecurity Awareness Playbook“ setzt auf spielerische Aktivitäten und praktische Anleitungen zur Stärkung einer sicheren Unternehmenskultur. Der „Phishing-Simulator“ hilft den Mitarbeitern, Angriffe zu erkennen, indem interaktive Aufklärungsseiten genutzt werden. „Vorsicht, Falle!“ simuliert betrügerische Webseiten, um das Bewusstsein für potenzielle Gefahren zu schärfen. ◀

Mehr Informationen gibt es hier:





Symbiose zwischen Berater und KI statt Konkurrenz

Ob ChatGPT, Neuroflash oder Perplexity – KI-Programme sind in der Arbeitswelt angekommen, um zu bleiben. Auch in der Finanzwelt führt kein Weg mehr daran vorbei. David Mayer-Heinisch, CEO des Wiener Fintech-Unternehmens fruits, und Alexander Bracic, Ausschussmitglied der Fachgruppe Finanzdienstleister, geben Einblicke, was das für die Berater bedeutet.

KI wird das Finanzbusiness massiv verändern – das gilt auch für die Finanzberatung. Dabei setzt man in der Branche bereits seit vielen Jahren auf KI, vor allem digitale Finanzunternehmen tun dies. Bisher lag der Schwerpunkt bei Cybersicherheit und Datenanalyse. Künftig könnten sogenannte neuronale Netze auch die Kreditanfragen beurteilen und abwickeln oder mit Hilfe von Deep Learning enorme Datensätze analysiert werden. Werden wir als fachkundige Berater also künftig ersetzbar sein?

KI als Hilfsmittel in der Finanzbranche
Ausschussmitglied Alexander Bracic sieht die neuen KI-Programme in der Finanzbranche in naher Zukunft als Hilfsmittel, die vieles erleichtern werden. Ersetzen werden sie die Berater nicht. Das liegt laut Bracic an den Schwächen, die KI-Programme aktuell noch haben, vor allem, wenn es in die konkrete Produktberatung geht. „Ich brauche derzeit im-

mer noch den Menschen, der das Wissen hat, um den Output der KI auf Korrektheit zu überprüfen.“ Das bedeutet: Was der Algorithmus des Programms als Ergebnis auswirft, basiert auf den Daten, mit denen es vom Menschen zuvor „gefüttert“ wurde.

Für große Datenmengen

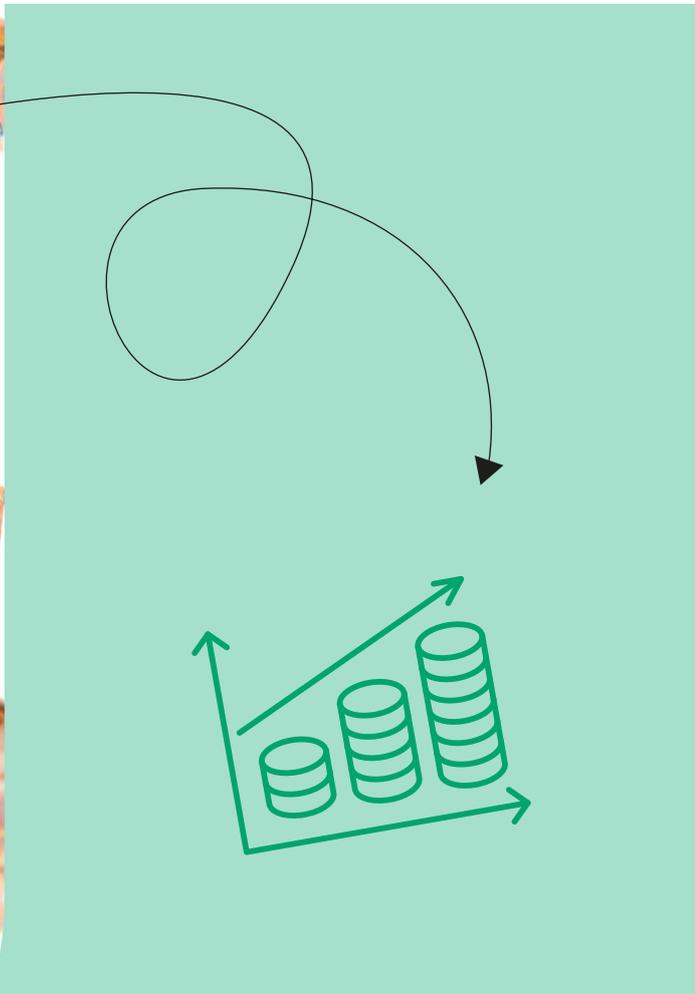
David Mayer-Heinisch sieht das Potenzial von KI-Programmen in der Arbeitserleichterung – für den Berater. Ziel sei das full hybrid asset management. Vor allem große Datenmengen können so leicht greifbar gemacht werden, die Abwicklung von Regularien oder das aufwändige Reporting systematisch automatisiert wird. Der persönliche Kundenkontakt bleibe trotzdem immer wichtig, gerade weil Menschen emotional reagieren. Symbiose von Mensch und KI statt Konkurrenz. Der Algorithmus wird künftig den Beratern helfen, noch passgenauere Produkte zu vermitteln, so Bracics Prognose.

Frühzeitig damit auseinandersetzen

Schließlich steht die Frage im Raum: Wer haftet, wenn Fehler gemacht oder Falschinformationen verbreitet wurden? Braucht es für Berater, die künftig KI nutzen, eigene Versicherungen? „Ich darf nichts ungeprüft lassen, ich brauche als Berater immer noch mein Fachwissen“, betont Alexander Bracic. Wichtig sei es aber, sich frühzeitig mit der Thematik auseinanderzusetzen. „Wenn ich es nicht nutze und der Mitbewerber schon, werde ich über kurz oder lang abgehängt.“

Den ausführlichen Bericht lesen Sie hier:





Trau dich, finanziell schlau zu sein

Impressum

PROFUND Ausgabe Nr. 21 (September 2023)

Herausgeber: Fachgruppe Finanzdienstleister, Körblergasse 111-113, 8010 Graz

Redaktion/Layout: Doppelpunkt PR- und Kommunikationsberatung (www.doppelpunkt.at) - Druck: Medienfabrik Graz

Fotocredits: S.1 shutterstock/Tatiana Buzmakova; S.2 shutterstock/antoniodiaz; Stöcher; S. 4 envato/Chalabala;

S.6 envato/rfaizal707; S.7 istock/jittawit.21; S.8 shutterstock/Krakenimages.com

Aufgrund der einfacheren Lesbarkeit wurde auf eine geschlechterneutrale Differenzierung verzichtet. Soweit Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich in gleicher Weise auf alle Geschlechter sowie nonbinäre Personen.