



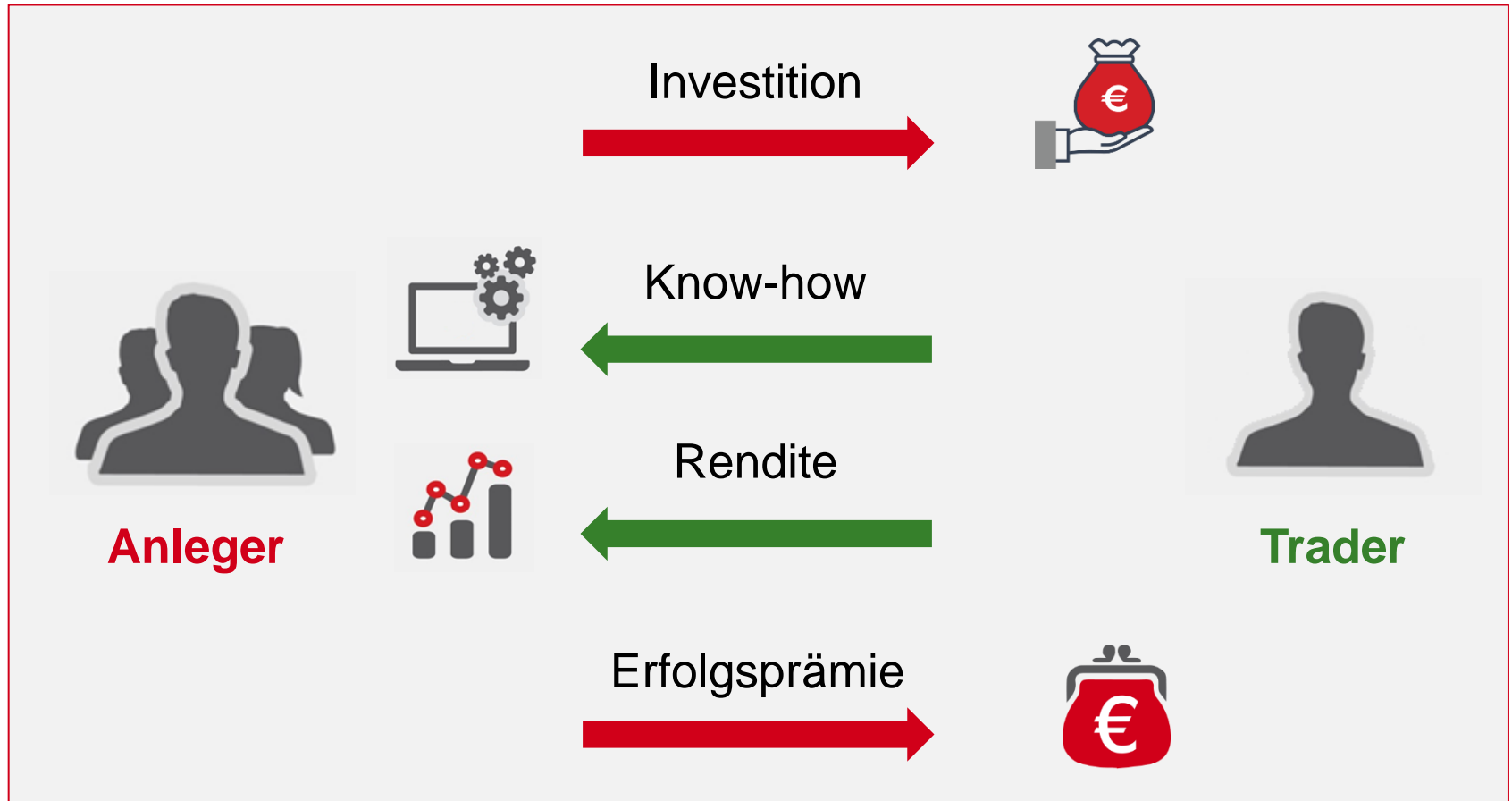
Social Trader: Die unbekanntenen Wesen Was sind ihre Informationsquellen und Nutzungsmotive?

Erwin Hof, MSc
Financial Literacy, Wiener Börse AG



Was passiert auf Social-Trading-Plattformen?

(Vereinfachtes Beispiel)





Welche Konzepte stehen hinter Social Trading?

Kollektive Intelligenz



- „Weisheit der Vielen“
- Schätzungen oder Entscheidungen einer Gruppe können bessere Ergebnisse bringen
- Lösung eines Problems/einer Frage (Bsp.: Crowd Sourcing)
- Erfolgreiche Geldanlage

Social Web



- Blogs, Foren, Soziale Netzwerke, Wikis, Kommentare,...
- Online Communitys
1994: boerse.de, erstes Finanzportal in Europa
- Sharing-Gedanke, sozialer Status/Anerkennung, Altruismus, monetäre Anreize

Online Trading



- Prinzip: Wertpapiere können via Internet gehandelt werden; Kunde kann alle Geschäfte selbst erledigen und sein Depot verwalten
- 1991: erster Online Broker E*TRADE (USA), DE (1994), AT (1995)



Drei mögliche Katalysatoren für die Entwicklung von Social Trading untersucht



Spielt Social Web und Internet als Informationsquelle bei Finanzthemen eine bedeutende Rolle?

Nein. Keine bedeutende Rolle bei Anlegern; für Jüngere allerdings wichtiger.



Führte Bankenkrise zum Vertrauensverlust der Finanzbranche?

Ja. Zum Teil erheblicher Vertrauensverlust. Bedeutung als Informationsquelle rückläufig.



Löst Niedrigzinspolitik Trend zu Wertpapierveranlagungen aus?

Nein. Nach wie vor konservative Veranlagungsstrategie der privaten Haushalte in Österreich und Deutschland (Bargeld und Einlagen).



Die drei Grundmotive menschlichen Handelns



Bindungsmotiv

Intimitätsmotiv:

Vertiefung und Absicherung zu bekannten Personen.

Anschlussmotiv:

Kontakt zu fremden oder wenig bekannten Personen.



Leistungsmotiv

Vergleich mit der eigenen (vergangenen) Leistung bzw. anderer Personen.



Machtmotiv

Andere Person wird zu einer Tat oder Handlung veranlasst, die sie sonst nicht ausgeführt hätte; Unabhängigkeit



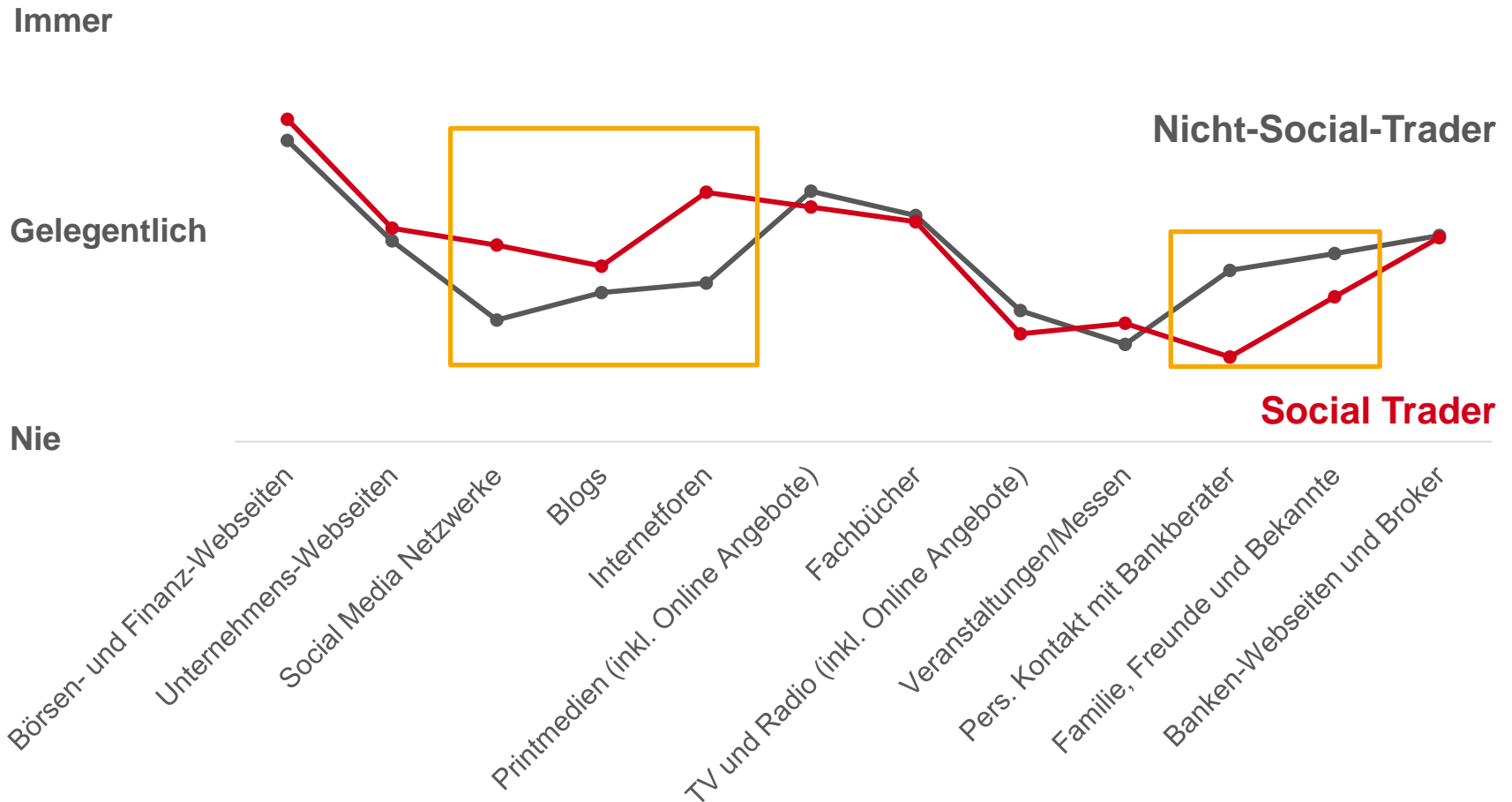
Der typische Social Trader

Steckbrief

Geschlecht	Männlich
Alter	30 – 39 Jahre (jünger als NST)
Ausbildung	Akademiker
Beruf	Angestellter
Finanzwissen & Interesse	Stärker als bei NST
Wertpapiererfahrung	Vielfältiger als bei NST
Monatlicher Sparbetrag	1.100 EUR (vs. 700 EUR bei NST)
Zeitbudget	5 Std. pro Woche (vs. 1-3 Std. bei NST)

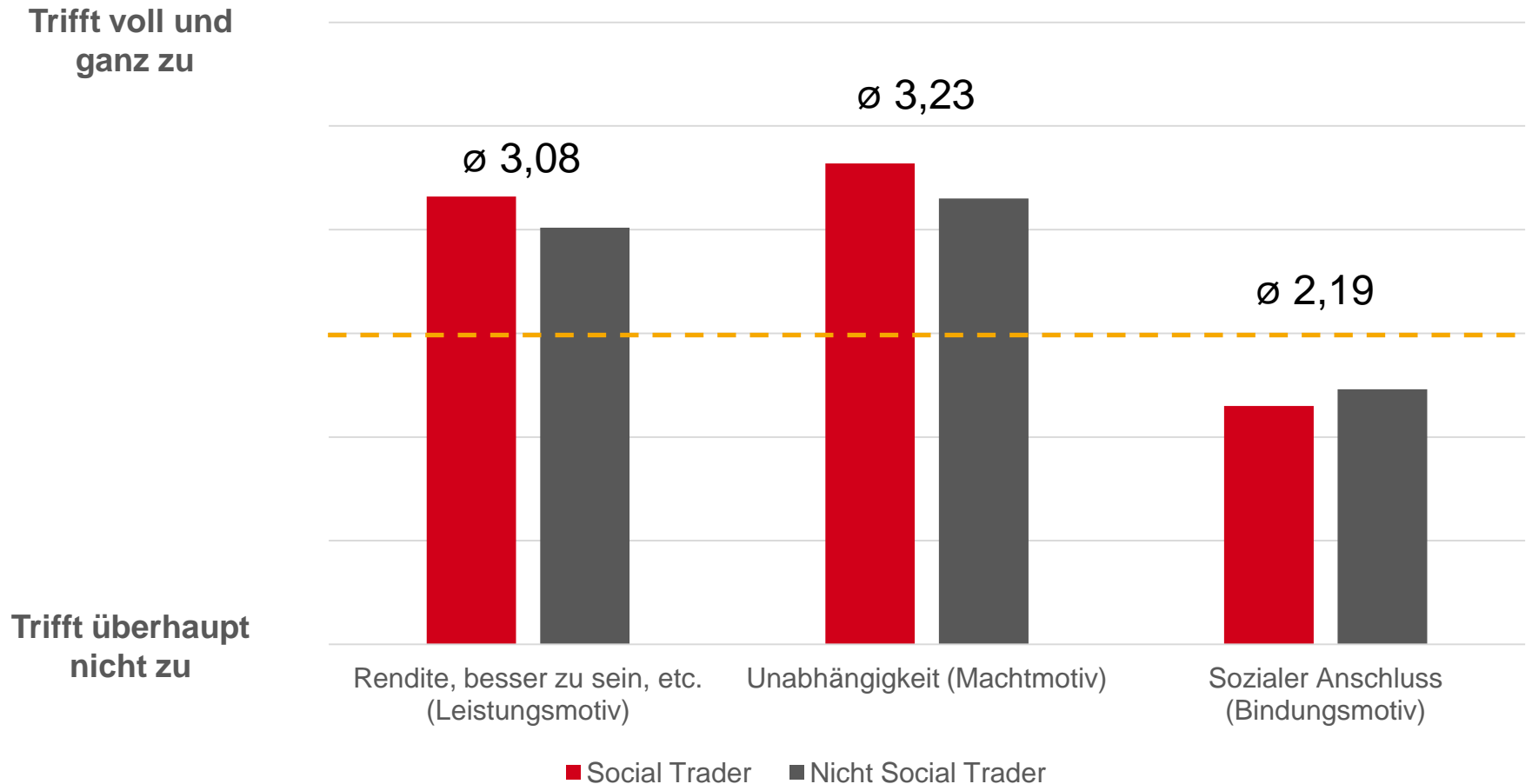


Informationsquellen: Social Trader nutzen häufiger Social Web, aber seltener Bankberater als Nicht-Social-Trader





Motive: Leistung und Unabhängigkeit liegen deutlich vor Sozialem Anschluss (je 4 Items)





Die wichtigsten Ergebnisse der Studie

- Banken sehen sich mit **erheblichen Vertrauensverlust** konfrontiert
- Anhaltend **konservative Veranlagung** der Privaten Haushalte trotz Niedrigzinspolitik
- **Social Trader** unterscheiden sich zum Teil deutlich von Nicht-Social-Tradern
 - Mehr Erfahrung, höherer mtl. Sparbetrag, größeres Zeitbudget
 - Informationsquellen: web-affiner, seltener Bankberater
- Leistungsmotiv (Rendite, besser sein als Andere) und Unabhängigkeitsmotiv (Alternative zu Banken) sind **wichtig**
- Bindungsmotiv (soziale Komponente) spielt eine **unbedeutende Rolle**



Welche Handlungsempfehlungen können für Plattformbetreiber abgeleitet werden?



Adaption der Produkte und Dienstleistungen

- Gemäß Motivstrukturen der Zielgruppen (Anleger und Trader)
- Verfeinerte Suchfunktion für Anleger
- Anlageuniversum für Trader ausdehnen



Kommunikations- und Marketingstrategie

- **Rendite:** Überlegenheit der Kollektiven Intelligenz gegenüber klassischen Produkten hervorheben, um Anleger zu akquirieren; Wettbewerbsgedanke bei Trader ansprechen
- **Unabhängigkeit:** Alternative zu Bankprodukte, auf Vielfalt hinweisen



Weitere Informationen und Kontakt

■ Quelle

Masterarbeit: „Social Trading. Nutzungsmotive aus Sicht des Privatanlegers“ verfügbar unter <https://www.grin.com/document/383730>

■ Rückfragen

Erwin Hof, MSc

Financial Literacy

Wiener Börse AG

T: +43 1 531 65 – 151

E: erwin.hof@wienerbourse.at

Anhang: Empirische Erhebung „Social Trading - Nutzungsmotive aus Sicht des Privatanlegers“

Kennzahlen

Zielgruppe	Social Trader und Finanzinteressierte innerhalb der DACH-Region
Methode	Online Befragung, Deskriptive Analyse Nicht repräsentativ
Laufzeit	19.6.-9.7.2017
Rücklauf	189
Ausgewertet	181
Komplett beantwortet	154 (= 85 %)
Social Trader	60
Nicht-Social-Trader	86
Kein Interesse an Social Trading	22