

Finanzgewissen

- N = 51 verwertbare Interviews
- Befragungszeitraum 10.02.25 – 28.03.25
- Interviewdauer: 5,6 Minuten (Median)

Projektgruppe:

*Marei Kamp, Joeline Pereira dos Santos, Luis Köring,
Annika Wascher, Dana von der Warth, Amira
Fürstenberg, Charlotte Otten*

Betreuer: Prof. Dr. Christopher Morasch

Prof. Alexander Drinjakovic-Schlichtmann

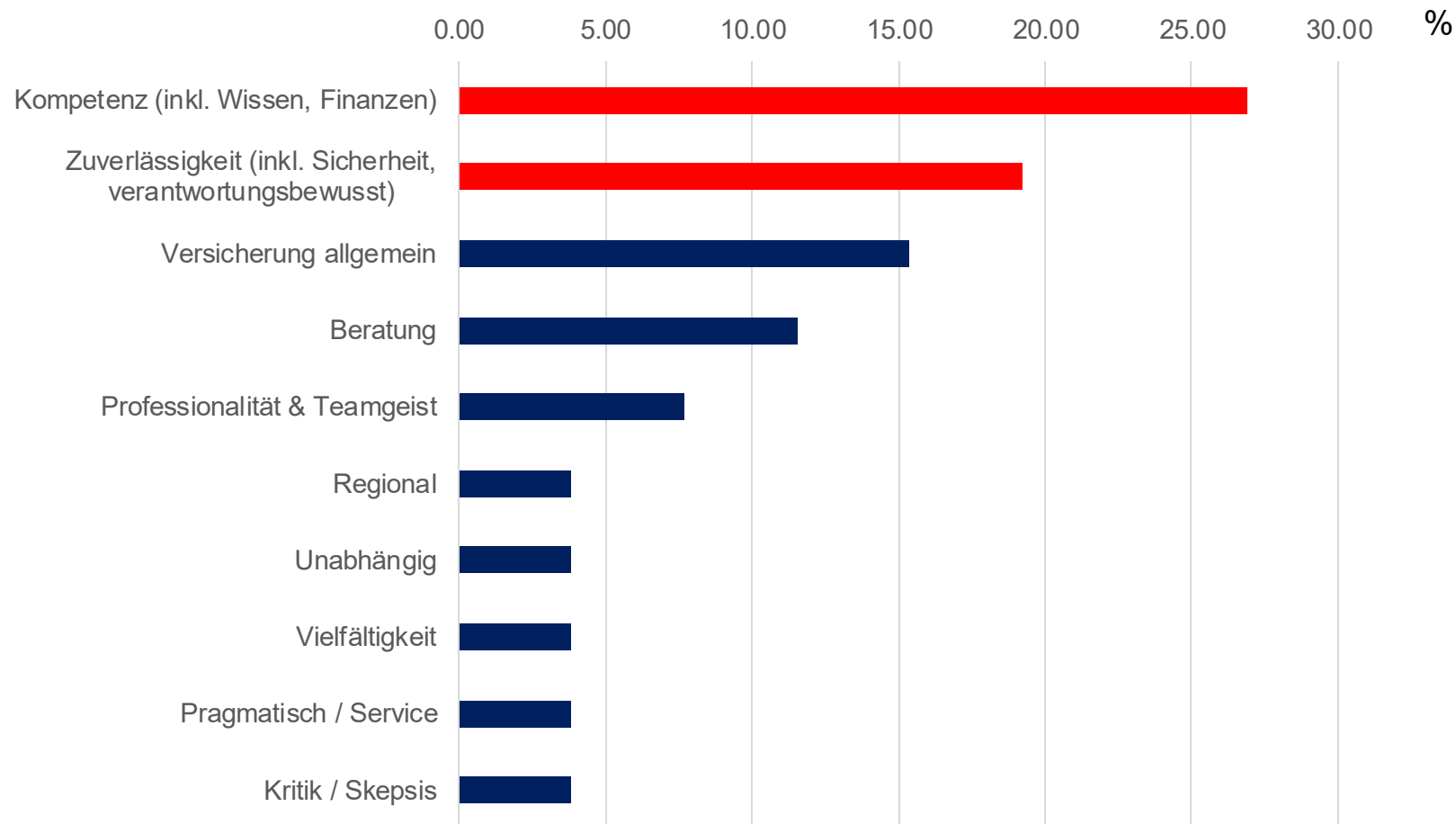


Top-of-mind-Assoziationen mit Finanzgewissen



Frage: Welche Eigenschaft kommt dir als Erstes in den Sinn, wenn du an Finanzgewissen denkst?

Top-of-mind-Assoziationen mit Finanzgewissen



Frage: Welche Eigenschaft kommt dir als Erstes in den Sinn, wenn du an Finanzgewissen denkst?

Parasoziale Beziehungen

Wenn Finanzgewissen mir zeigt, wie er/sie über etwas denkt, hilft mir das, mir eine eigene Meinung zu dem Thema zu bilden.

5.57

Bei Finanzgewissen fühle ich mich wohl, als wäre ich unter Freunden.

5.62

Ich sehe Finanzgewissen als natürliche, bodenständigen Menschen.

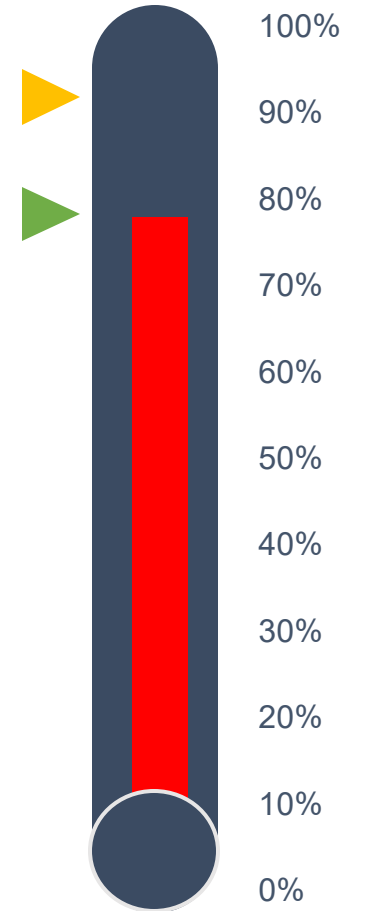
5.79

Wenn in einer Zeitung, einem Magazin oder online ein Bericht über Finanzgewissen erscheinen würde, würde ich ihn lesen.

5.51

Wenn ich Finanzgewissen in den Medien sehe, habe ich das Gefühl, Teil seiner/ihrer Gruppe zu sein.

4.86



Skala: 1 (trifft überhaupt nicht zu) – 7 (trifft voll und ganz zu)

▶ Bester Wert über 10 ausgewählte Finfluencer: 92,1% ▶ Finanzgewissen: 77,9%

Parasoziale Beziehungen

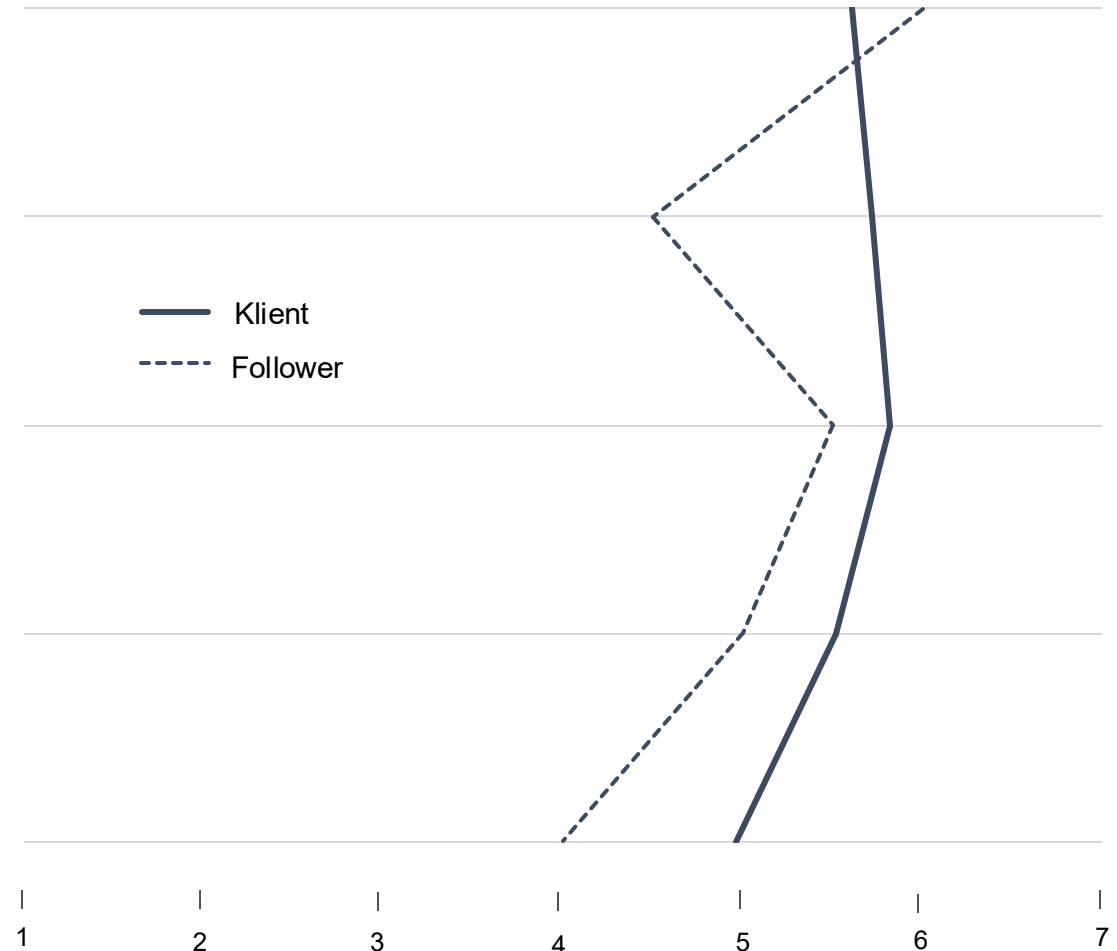
Wenn Finanzgewissen mir zeigt, wie er/sie über etwas denkt, hilft mir das, mir eine eigene Meinung zu dem Thema zu bilden.

Bei Finanzgewissen fühle ich mich wohl, als wäre ich unter Freunden.

Ich sehe Finanzgewissen als natürliche, ,bodenständige Menschen.

Wenn in einer Zeitung, einem Magazin oder online ein Bericht über Finanzgewissen erscheinen würde, würde ich ihn lesen.

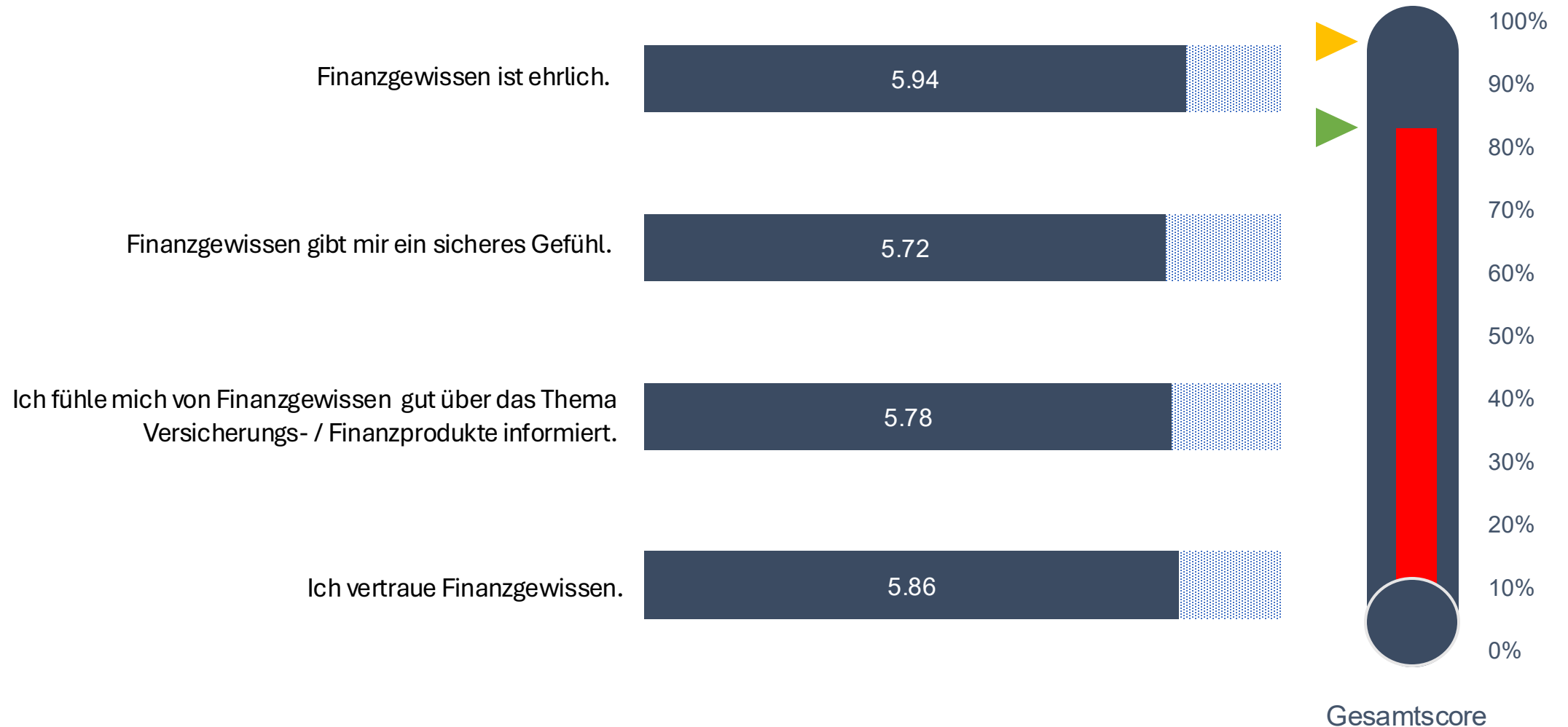
Wenn ich Finanzgewissen in den Medien sehe, habe ich das Gefühl, Teil seiner/ihrer Gruppe zu sein.



Klient = Kunde oder Beratungsgespräch in Anspruch genommen

Follower = folgt bislang lediglich in sozialen Netzwerken / Newsletter. **Vorsicht:** sehr kleine Stichprobe: N = 2

Vertrauen



Skala: 1 (trifft überhaupt nicht zu) – 7 (trifft voll und ganz zu)

▶ Bester Wert über 10 ausgewählte Finfluencer: 96,9% ▶ Finanzgewissen: 83,1%

Vertrauen

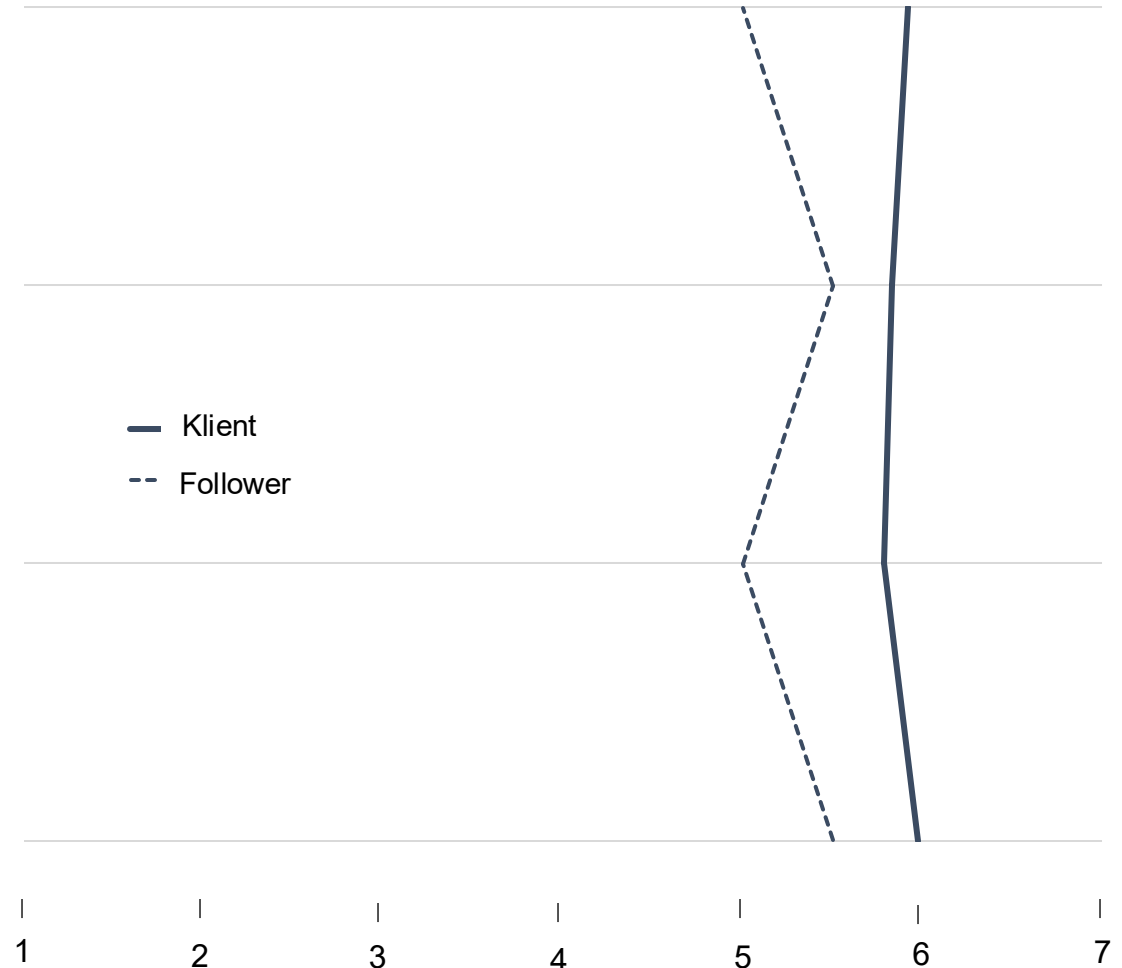


Finanzwissen ist ehrlich.

Finanzwissen gibt mir ein sicheres Gefühl.

Ich fühle mich von Finanzwissen gut über das Thema
Versicherungs- / Finanzprodukte informiert.

Ich vertraue Finanzwissen.



Klient = Kunde oder Beratungsgespräch in Anspruch genommen

Follower = folgt bislang lediglich in sozialen Netzwerken / Newsletter. **Vorsicht:** sehr kleine Stichprobe: N = 2

Kaufabsicht

Ich beabsichtige, mich von Finanzgewissen über ein Versicherungs- / Finanzprodukt oder eine Immobilie beraten zu lassen.

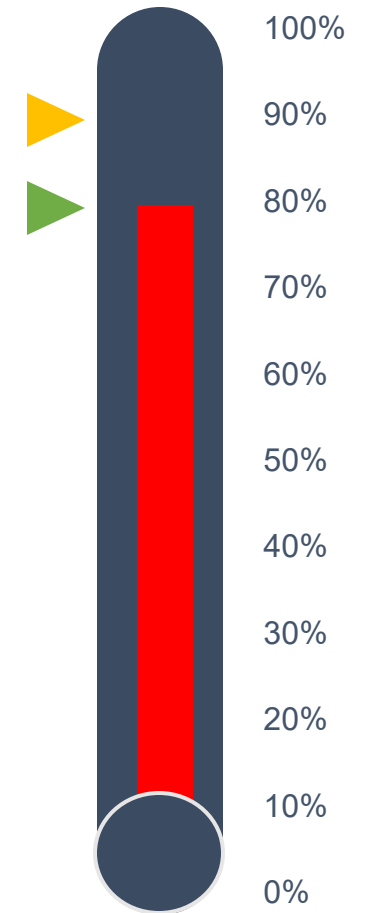
5.57

Ich würde in Betracht ziehen, ein Versicherungs- / Finanzprodukt bei Finanzgewissen abzuschließen oder eine Immobilie zu erwerben.

5.61

Ein Versicherungs- / Finanzprodukt oder eine Immobilie, die von Finanzgewissen empfohlen wird, ist wahrscheinlich eine gute Wahl für mich.

5.53



Gesamtscore

Skala: 1 (trifft überhaupt nicht zu) – 7 (trifft voll und ganz zu)

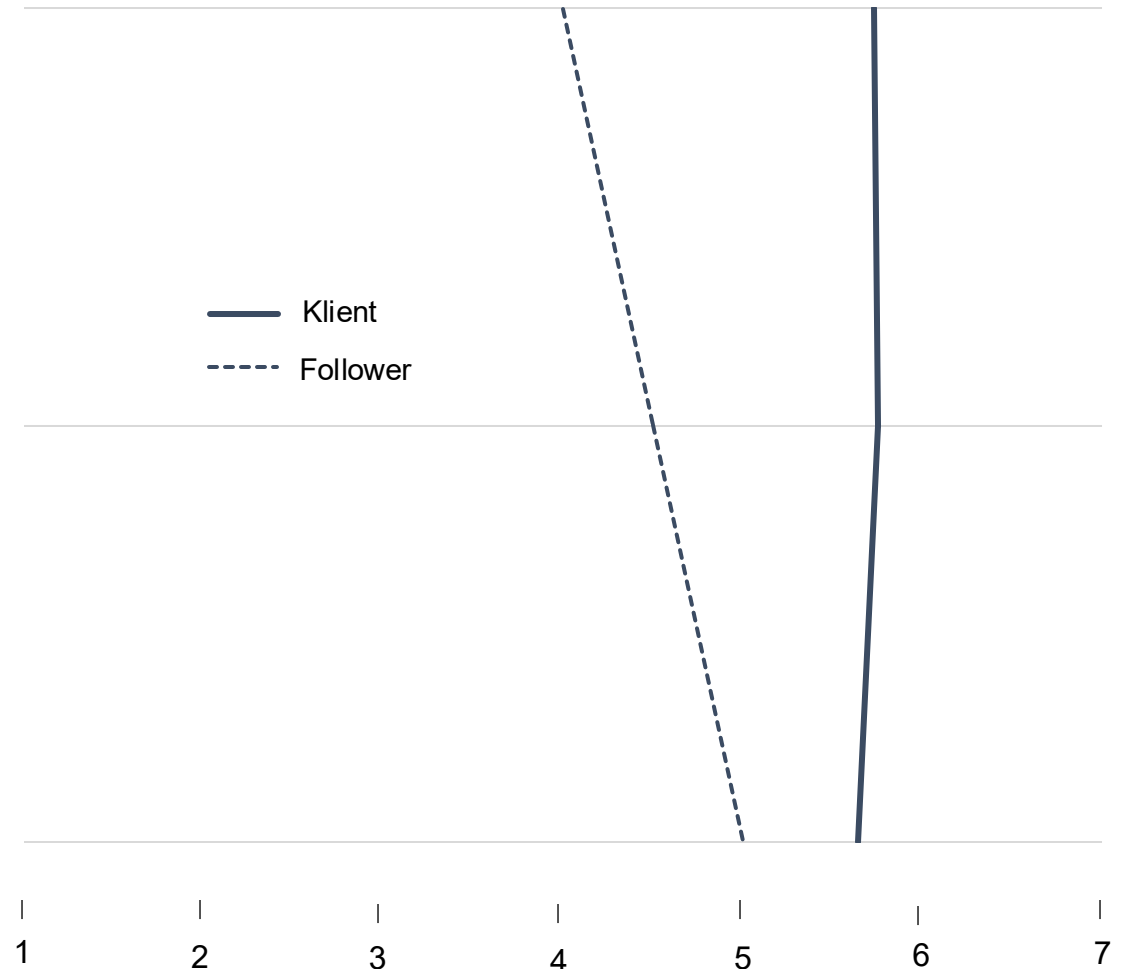
▶ Bester Wert über 10 ausgewählte Finfluencer: 89,4%. ▶ Finanzgewissen: 79,6%

Kaufabsicht

Ich beabsichtige, mich von Finanzgewissen über ein Versicherungs- / Finanzprodukt oder eine Immobilie beraten zu lassen.

Ich würde in Betracht ziehen, ein Versicherungs- / Finanzprodukt bei Finanzgewissen abzuschließen oder eine Immobilie zu erwerben.

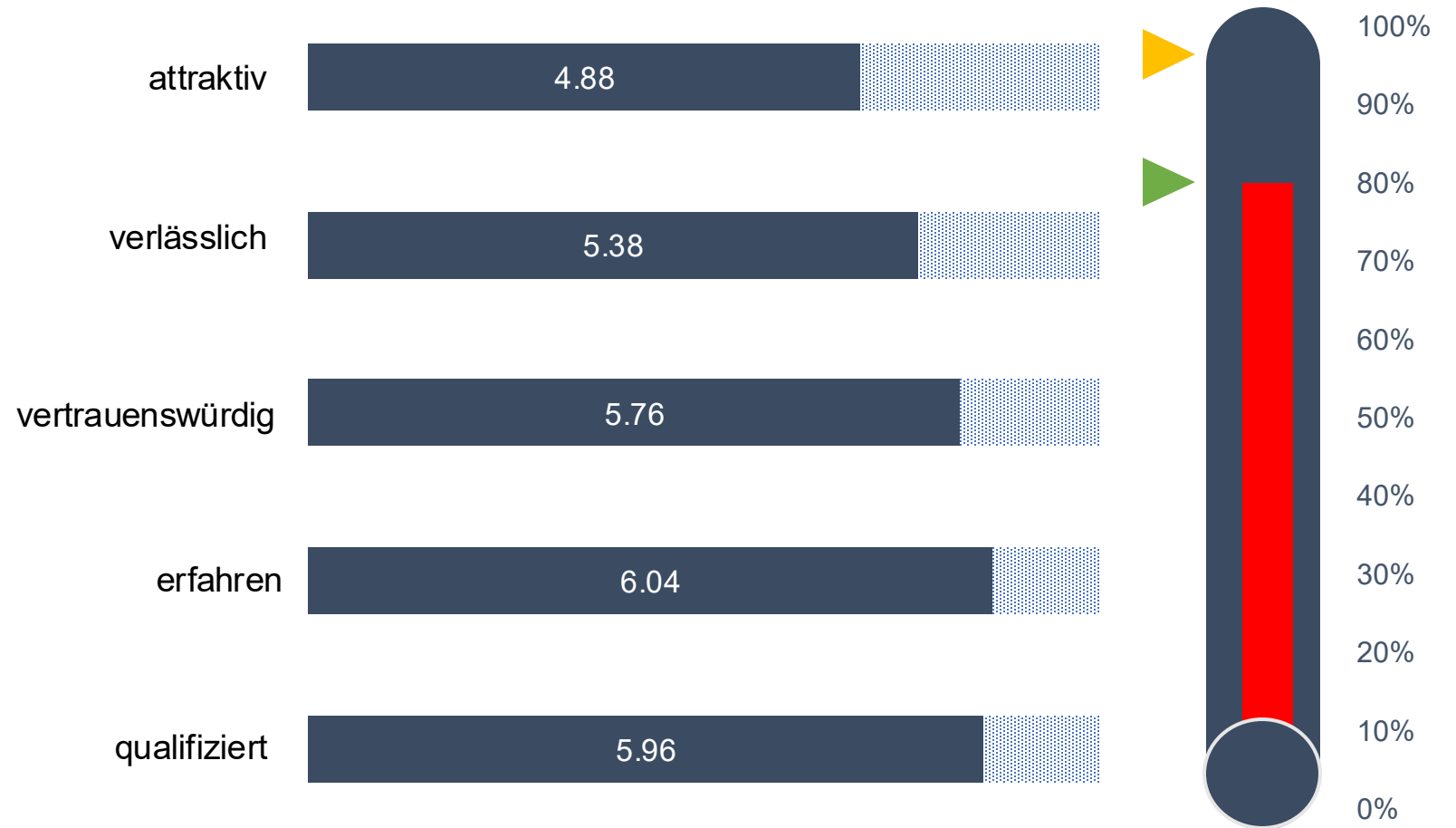
Ein Versicherungs- / Finanzprodukt oder eine Immobilie, die von Finanzgewissen empfohlen wird, ist wahrscheinlich eine gute Wahl für mich.



Klient = Kunde oder Beratungsgespräch in Anspruch genommen

Follower = folgt bislang lediglich in sozialen Netzwerken / Newsletter. **Vorsicht:** sehr kleine Stichprobe: N = 2

Image



Skala: 1 (trifft überhaupt nicht zu) – 7 (trifft voll und ganz zu)

▶ Bester Wert über 10 ausgewählte Finfluencer: 96,6% ▶ Finanzgewissen: 80,2%

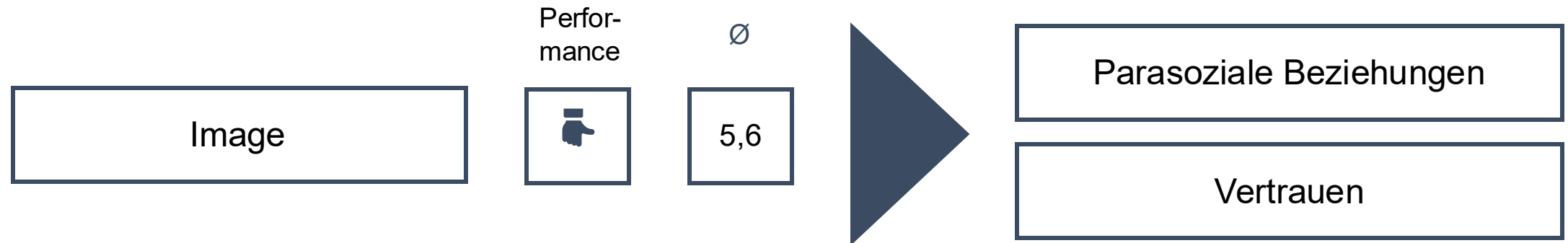
Image



Klient = Kunde oder Beratungsgespräch in Anspruch genommen

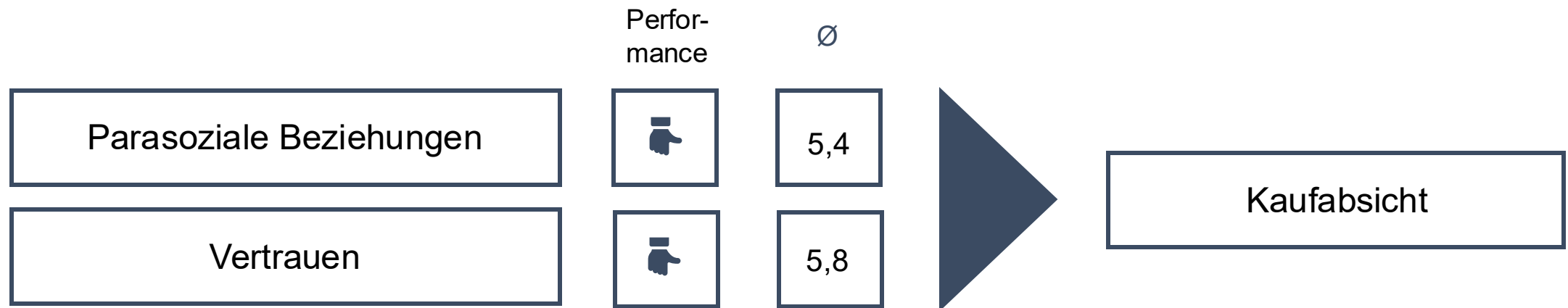
Follower = folgt bislang lediglich in sozialen Netzwerken / Newsletter. **Vorsicht:** sehr kleine Stichprobe: N = 2

Treibermodell



→ **Starker Zusammenhang** zwischen **Image** und **Parasozialen Beziehungen** und auch **Image** und **Vertrauen**.

Treibermodell



→ **Parasoziale Beziehungen** und **Vertrauen** wirken beide **stark** auf die **Kaufabsicht**. Das **Image** wirkt **nicht** direkt auf die **Kaufabsicht**.

PERSONA Interessentin

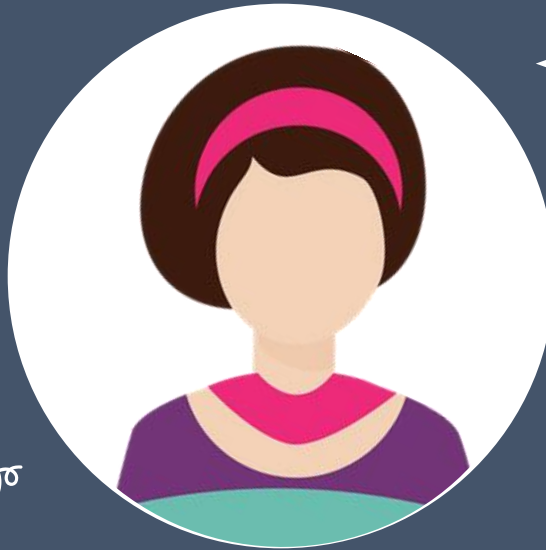
Name Lisa

Alter Ø 41 Jahre alt

Geschlecht weiblich

Haushalt 2 Personen

Jährliches HH-Nettoeinkommen
ca. 25.000 € - 35.000 €
Arbeitet z.B. als Angestellte im
Einzelhandel



„Meine Versicherungen in den richtigen Händen. Zuverlässig, schnell, fair!“

Mittleres Bildungsniveau:
Realschulabschluss oder Abitur
ohne Studium

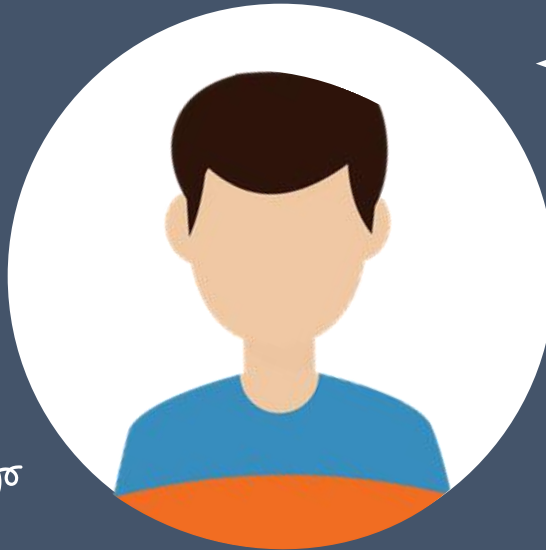
Verbringt ca. 3 h wöchentlich mit
Finfluencern
Nutzt vor allem Instagram, aber auch
Facebook und Youtube



PERSONA Klient

Name	Mark
Alter	Ø 33 Jahre alt
Geschlecht	männlich
Haushalt	3-4 Personen

Jährliches HH-Nettoeinkommen
55.000 € - 65.000 €

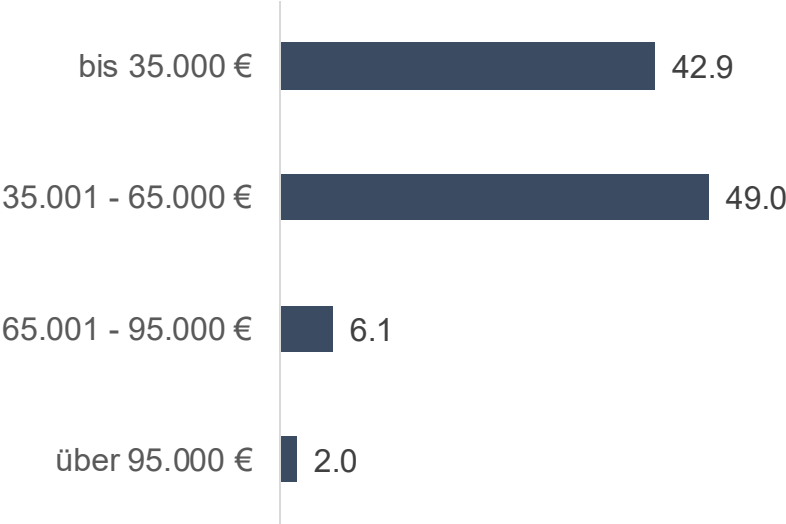
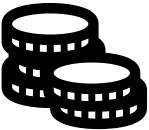


„Kompetent und Modern“

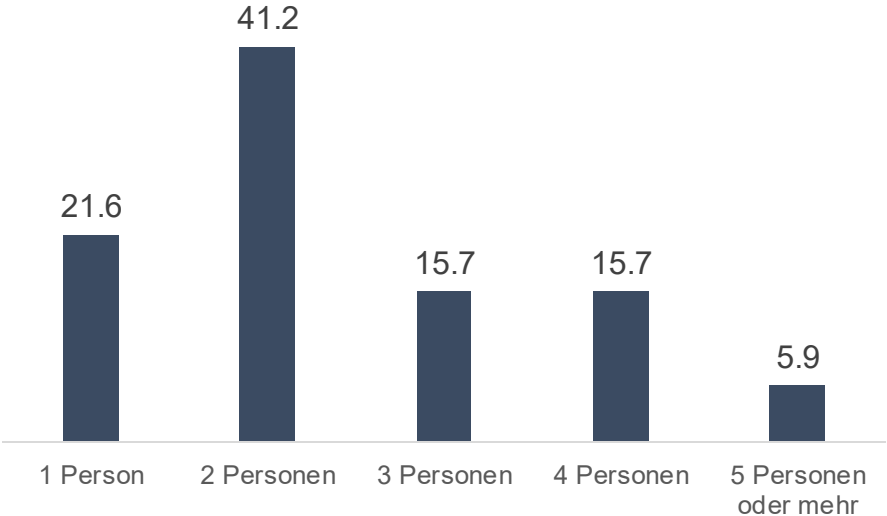
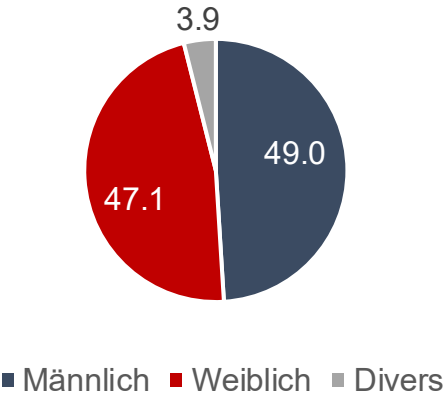
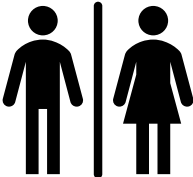
Mittlere Bildung:
Realschulabschluss oder Abitur
Arbeitet häufig in der Industrie

Verbringt nicht mehr als 1h
wöchentlich mit Influencern
Nutzt vor allem Instagram





36 Jahre (alt)



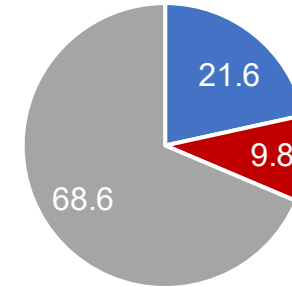
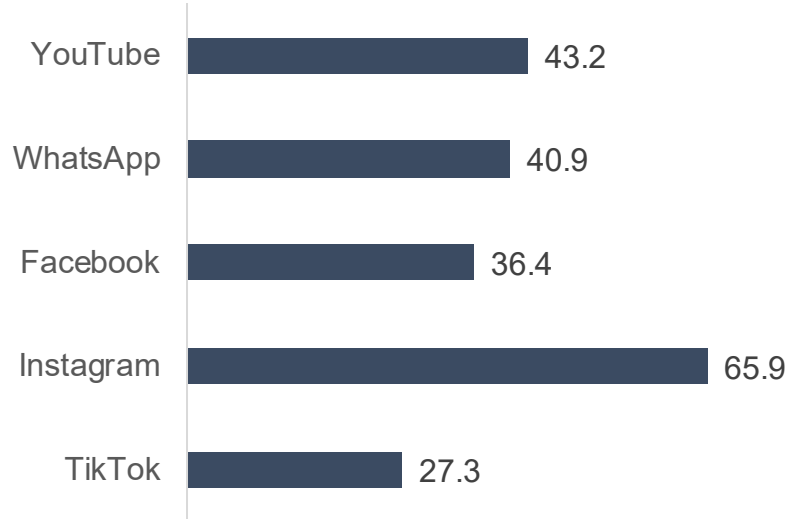
Stichprobe



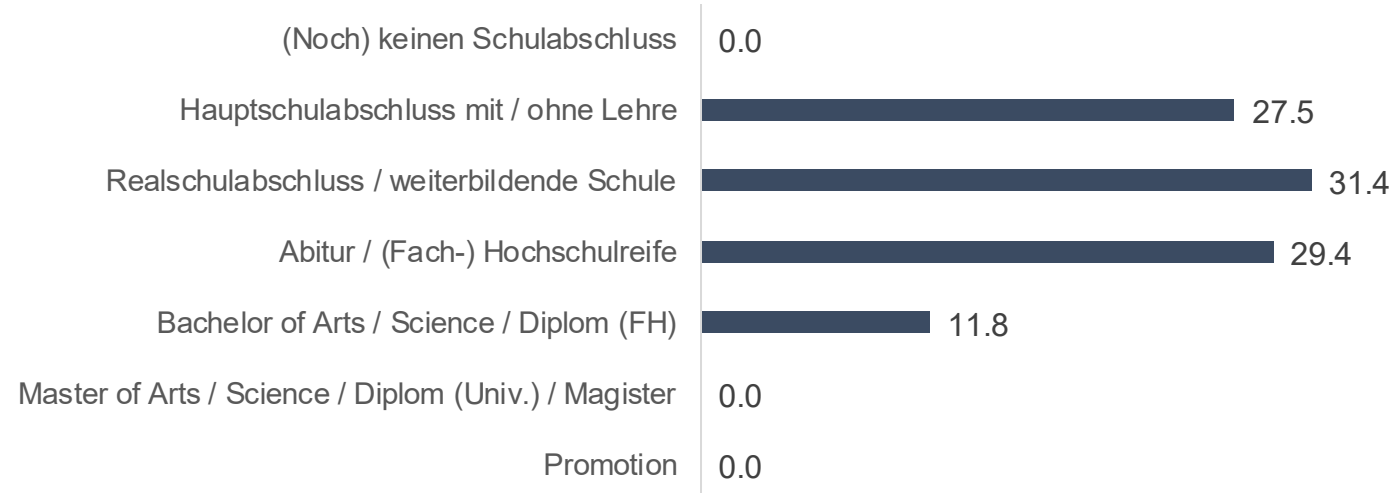
Westfälische
Hochschule



Institut für
Journalismus und
Public Relations



■ Bank- oder Finanzwesen
■ Gesundheitswesen / Wellness Pharma
■ Andere Branchen



Handlungsempfehlungen

→ **Parasoziale Beziehungen stärken.**

Erhöhen Sie Ihre Medienpräsenz durch regelmäßigen Content in Form von Beiträgen, kurzen Videos oder Interviews, idealerweise auch ein Interview oder ein Artikel von Ihnen, der in einer Zeitung oder im Fernsehen erschienen ist. Thematisieren Sie dabei finanzielle Grundfragen („Finanzgewissen“) und geben Sie Orientierung. So entsteht Nähe und Vertrauen zu Ihren Personen, die auf Finanzgewissen übertragbar ist.

→ **Menschen folgen Menschen.**

Stellen Sie regelmäßig Ihr Team oder einzelne Persönlichkeiten vor, die hinter Ihrem Auftritt stehen. Authentische Einblicke in den Arbeitsalltag oder persönliche Geschichten machen Sie greifbarer und fördern die Bindung zu Ihrer Zielgruppe.

→ **Image gezielt aufbauen und stärken.**

Kommunizieren Sie stärker aktiv Ihre Erfahrung als Makler/Vermittler und heben Sie Ihre fachlichen Qualifikationen hervor. Verwenden Sie regelmäßig anerkannte Siegel, Zertifikate und Auszeichnungen sichtbar in Ihren Posts, um Professionalität und Seriosität zu unterstreichen.



Westfälische
Hochschule



Institut für
Journalismus und
Public Relations

Vielen Dank für Ihr Mitwirken!



PROF. DR. CHRISTOPHER MORASCH
Institut für Journalismus und PR

Fachbereich Informatik und Kommunikation

Westfälische Hochschule
Neidenburger Str. 43 45897 Gelsenkirchen

christopher.morasch@w-hs.de
Tel. (+49) 209 9596 818

