



INTERVIEW

31. Mai 2017

Gereon Kruse, Eigentümer und Herausgeber des Börsenblogs boersengefluester.de.

BD: Du hast fast 19 Jahre für BÖRSE ONLINE gearbeitet und vor vier Jahren boersengefluester.de gestartet. Welches Profil hat dein Blog?

GEREON KRUSE: Hier hilft ein kurzer Blick in den Rückspiegel. Bei BÖRSE ONLINE habe ich im Jahr 2005 die Seite Börsengeflüster aus der Taufe gehoben. Das war immer eine ganz besondere Seite, wo es um Getuschel, Spekulationen oder auch auffällige Bewertungen von Small Caps ging. Letztlich war es aber doch nur eine Seite in der rund 100 Seiten umfassenden Printausgabe. Mit meiner Website boersengefluester.de gehe ich wesentlich weiter: Ziel ist es, eine digitale Markenwelt für die Analyse von deutschen Aktien zu schaffen. Dabei beruht das Konzept im Wesentlichen auf zwei Säulen: Ganz bewusst an erster Stelle nenne ich die von uns akribisch gepflegte Datenbank für knapp 550 Unternehmen. Durch die intelligente Vernetzung der Kennzahlen und deren Visualisierung haben wir ein Portfolio an innovativen Analysewerkzeugen und Kennzahlenübersichten entwickelt, die es in diesem Umfang wohl kein zweites Mal in Deutschland gibt. Alles unique Inhalte, die man nur schwer „googeln“ kann.

Die zweite Säule ist fundierter Journalismus, wie wir ihn von der Pike auf gelernt haben – allerdings mit einem ganz besonderen Spin. In der heutigen Zeit liest man oft Geschichten, deren Quelle Pressemitteilungen sind und bei denen der Autor nicht den Inhalt hinterfragt. Bei uns ist das anders. Wir finden unsere Storys oftmals tief versteckt in dem Zahlenwerk, nicht selten von Unternehmen, über die die Mainstreampresse so gut wie nicht mehr berichtet – die aus Anlegersicht aber häufig hochinteressant sind. Und bei diesen Titeln bleiben wir dann in Form von redaktionellen Updates auch am Ball. Bei uns geht es nicht um die Maximierung von Klickzahlen und ständig neue Schnellschüsse zu vermeintlich angesagten Aktien. Wir setzen vielmehr auf hintergründige Informationen aus erster Hand – also direkt von den Vorständen der Unternehmen. Hier sprechen wir auf Augenhöhe mit den CEOs und fragen kritisch nach. Insgesamt lässt sich das Profil von boersengefluester.de wohl am besten mit dem Begriff Datenjournalismus beschreiben.

BD: An welche Zielgruppe richtet sich das Angebot?

GEREON KRUSE: Zugeschnitten ist die Seite auf engagierte Privatanleger, die sich ein eigenes Bild über Aktien und deren Bewertung machen wollen. Letztlich greift das Konzept aber wesentlich weiter und richtet sich auch an Family Offices und die gesamte Investor-Relations-Community – das schließt die Vorstände der Unternehmen, über die wir berichten,

natürlich mit ein. Aber auch reichweitenstarke Seiten wie bild.de oder die ZEIT setzen auf die Expertise von boersengefluester.de, wenn es um die Einschätzung kapitalmarktrelevanter Themen geht. Viel Feedback bekommen wir außerdem aus dem universitären Umfeld, etwa wenn es um datenmäßige Unterstützung für wissenschaftlich orientierte Projekte geht. Wie groß die Stammleserschaft mittlerweile ist, zeigt auch, dass boersengefluester.de den Publikumspreis beim finanzblog award 2016 der comdirect bank und gleichzeitig noch den 3. Preis in der Jurywertung gewonnen hat – ein Novum in der Geschichte des finanzblog awards.

BD: Die Nebenwerte-Community ist meistens sehr gut informiert, da spielen auch „Insiderinformationen“ eine Rolle. Wie kommst du an deine News und handelst du auch deine Empfehlungen?

GEREON KRUSE: Insiderinformationen sind ein sensibles Thema, deren Behandlung durch die Marktmissbrauchsverordnung (MAR) klar geregelt ist. So sind alle Emittenten verpflichtet, Insiderinformationen an den Markt weiterzugeben. Daher haben wir keine Insiderinformationen in unseren Texten. Allerdings sehen wir zu, so nah wie möglich am Thema dran zu sein. Das schließt insbesondere den Besuch von Investorenkonferenzen, Hintergrundgespräche mit den Vorständen und andere Kapitalmarktveranstaltungen ein. Und außerdem machen wir noch etwas, was vielfach aus der Mode gekommen ist: Wir lesen intensiv die Geschäfts- und Zwischenberichte der Unternehmen, was gerade im Nebenwertebereich oftmals einen Informationsvorsprung bedeutet. Zudem erstellen wir eigene Prognosen zu den wichtigsten Bilanzkennzahlen. Aktien, die auf boersengefluester.de beschrieben werden, handele ich dabei grundsätzlich nicht – einfach um Interessenkonflikte zu vermeiden.

BD: Die Branche für strukturierte Produkte braucht fortlaufend neue Anlageideen. Warum wählst du keine Derivate auf deine Empfehlungen aus?

GEREON KRUSE: Das ist historisch bedingt. Empfehlungen sprechen wir zudem nie aus, sondern geben unsere Meinung im Sinne einer fundierten Einschätzung. Da sich viele der spannenden Storys im Small-Cap-Bereich abspielen, ist das Produktangebot im Bereich Derivate sehr überschaubar, zumindest ist das unser Eindruck. Aber logisch: Wenn es hier Verknüpfungspunkte – vor allem auf technischer Ebene – gäbe, wären wir für alles offen. Mit ayondo, einem Derivate- und Social-Trading-Anbieter, haben wir beispielsweise gemeinsam ein Prognosemodell entwickelt, das auf Basis eines Scoringmodells Trendwechsel identifiziert und inzwischen von vielen Nutzern als zusätzlicher Indikator bei Investmententscheidungen herangezogen wird.

BD: Was kannst du als Werbeplattform den Zertifikateemittenten und Brokern bieten?

GEREON KRUSE: Vor 4,5 Jahren, als wir den Grundstein für unseren Datenjournalismus gelegt haben, gab es den Begriff FinTech noch nicht. Auch wenn wir selbst keine Werbung damit betreiben, geht ein wesentlicher Anteil unserer Entwicklungsbudgets in Financial Technologies. Die von uns entwickelten Marktscanner und Datenvisualisierungen sind

einzigartig. Unser Portfolio enthält beispielsweise ein Tool, das man im ETF-Bereich als Robo-Advisor bezeichnen würde. Es fehlt lediglich eine Schnittstelle zum Wertpapierdepot des Kunden, um etwa die durch die Algorithmen identifizierten Anlageideen vollautomatisch umzusetzen. Aber um auf die Frage zurückzukommen: Das Naheliegendste wäre, Onlinebroker oder Handelsplattformen über eine API anzubinden, um Wertpapieraufträge zu generieren. Wir befinden uns gerade in Gesprächen mit einer Handelsplattform, die außerbörslichen Aktienhandel anbietet. Und was die Zertifikate- oder auch Optionsscheinbranche angeht, auch da wären der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Schließlich liegt nahezu jedem Zertifikat ein Basket und jedem Optionsschein ein börslich gehandeltes Unternehmen zugrunde.

BD: Die Anlegermagazine haben heute nur noch ein Bruchteil an Abos und Kioskverkäufen. Machen die Redaktionen etwas falsch oder ist die Zeit für Wochenmagazine einfach vorbei?

GEREON KRUSE: Dieses Phänomen betrifft ja nicht nur den Bereich der Anlegermagazine, sondern erstreckt sich durch die gesamte Presselandschaft. Unstrittig ist aber: Wer heute Informationen zum Thema Börse sucht, wird vermutlich nicht als Erstes zum Kiosk laufen, sondern ins Internet gehen. Und denken wir ein paar Jahre weiter und schauen uns die demografischen Veränderungen an, ist es klar, wohin die Entwicklung gehen wird. Aber Onlineangebot ist nicht gleich Onlineangebot. Die Kunden werden anspruchsvoller und das nicht nur im redaktionellen Bereich. Die Herausforderung für die Verlage besteht darin, eine digitale Strategie zu entwickeln, die dem Transformationsprozess standhält, in dem sich unsere Gesellschaft gerade befindet. Das wiederum stellt die Redaktionen etablierter Medienhäuser vor große Herausforderungen.

BD: Hinzu kommen neue Formen der Konkurrenz, etwa aus dem Social-Investing-Bereich – Stichwort Wikifolio.

GEREON KRUSE: Keine Frage: Die meisten kostenlos verfügbaren Angebote für Privatanleger sind mittlerweile hoch professionell gemacht und von einem erstaunlichen Spezialisierungsgrad. Wer als Anleger bestimmte Informationen im Netz sucht, wird sie meist auch finden. Die Frage ist natürlich, wie vertrauenswürdig und verlässlich diese Quellen sind. Aber auch hier hat sich die Szene massiv nach vorn entwickelt. In diesem Umfeld müssen die Printmagazine ihren Platz behaupten. Aber natürlich gibt es auch im Online-Business – neben reichlich Licht – auch Schatten. Unser Credo ist es, dem sogenannten „Fire-and-Forget-Journalismus“ etwas entgegenzusetzen. Click Baiting, wie es heute vielfach praktiziert wird, ist nicht unser Ding. Wir wollen unseren Nutzern Mehrwert in einem seriösen, verlässlichen und wertebeständigen Umfeld bieten. Dafür nehmen wir gern in Kauf, langsamer zu wachsen.

Vielen Dank für das Interview und weiterhin viel Erfolg!



Gereon Kruse gründete im Mai 2013 die auf Datenjournalismus fokussierte Seite boersengefluester.de. Zuvor war er 19 Jahre bei dem Anlegermagazin BÖRSE ONLINE tätig – von 2000 bis Anfang 2013 in der Funktion des stellvertretenden Chefredakteurs. Sein Spezialgebiet sind deutsche Aktien – insbesondere Nebenwerte. 2016 gewann Gereon Kruse mit boersengefluester.de beim viel beachteten finanzblog award der comdirect bank den Publikumspreis und belegte gleichzeitig noch den 3. Platz in der Jurywertung.