



Freunde der Verbraucher

Durch den Aufbau und Verkauf des Internet-Kreditfinanziers Interhyp sind Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf reich geworden. Nun wollen sie finanztip.de zur mächtigen Seite für Verbraucher machen – und machen den bisherigen „Finanztest“-Chefredakteur Hermann-Josef Tenhagen zum starken Mann.

Als der Fußball-Nationalspieler Paul Breitner ehemals vom ruhmreichen Real Madrid zu Eintracht Braunschweig wechselte, war der Club aus Niedersachsen plötzlich in aller Munde. Als der erfolgreiche Bundesliga-Trainer Ralf Rangnick 2006 zum Drittligisten TSG Hoffenheim ging, war klar: Der Dorfverein meint es ernst mit seinen Aufstiegsambitionen. Als der wenig spektakuläre Handball-Erstligist TSG Wetzlar im vergangenen Jahr den kroatischen Weltklasse-Spieler Ivano Balic verpflichtete, wurde wegen des Zuschaueransturms erzwungen, beim Training die Hallentüren zu schließen.

Der kurze Ausflug in den Sport sei gestattet, um zu illustrieren, was derzeit im Markt

der Finanzportale passiert: Dort bringt sich ein kaum bekannter Mitspieler wie seinerzeit Braunschweig, Hoffenheim, Wetzlar in Position, um mit Hilfe einer prominenten Spitzenkraft à la Breitner, Rangnick, Balic nach oben zu stürmen.

Tenhagen als Top-Transfer

Die Rede ist von finanztip.de und dem als Chefredakteur und Vorsitzenden der Geschäftsführung dorthin gewechselten Hermann-Josef Tenhagen. Für finanztip.de, 2013 von den Interhyp-Gründern Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf gestartet, ein echter Top-Transfer. Die Prominenz des Neuzugangs wird dem Portal einen Aufmerksamkeitschub verleihen.

Schließlich ist Tenhagen kein Irgendwer: Seit 1999 leitete er die Redaktion von „Finanztest“ der Stiftung Warentest, einer der renommiertesten deutschen Zeitschriften. Sie verkaufte im vergangenen Jahr stattliche 229.000 Exemplare im Monat (davon 84 Prozent im Abo) und erzielte einen Umsatz von 11,3 Millionen Euro.

Wie kaum ein anderer Chefredakteur verstand es Tenhagen, dem Magazin sinnwörtlich ein Gesicht zu geben: Wann immer es in Funk, Fernsehen und Printmedien um die Bewertung von Finanzprodukten, riskante Anlagen und windige Berater, Geld und Gold geht, ist der 51-Jährige gefragt. Tenhagens Rat wird gerne eingeholt, sein Wissen geschätzt, sein stilsicheres Auftreten vor Kamera und Mikrofon ebenso.

So hat er sich über die Jahre zum wohl bekanntesten Finanzexperten entwickelt. Das sieht auch Hubertus Primus so: „Er hat inhaltlich Akzente gesetzt und war gefragter Gesprächspartner in den Medien, in denen er Testergebnisse vorstellte und schwierige Zusammenhänge kurz und verständlich erläuterte.“



Finanztip-Macher: Marcus Wolsdorf (l.) und Robert Haselsteiner: „Wir regen uns seit Jahren darüber auf, wie Verbraucher von Produktanbietern unter hohem Marketing-Aufwand zu falschen Entscheidungen verführt werden.“

tern konnte“, lobt ihn der Vorstand der Stiftung Warentest.

Angebote, den Job zu wechseln, gab es in den vergangenen Jahren öfter. Doch es habe nie hundertprozentig gepasst, lässt Tenhagen verlauten. Im niederrheinischen Wesel geboren, verbrachte er nach Politik- und Volkswirtschaftsstudium mehrere Jahre bei der „tageszeitung“ („taz“) in Berlin, unter anderem als Ressortleiter „Wirtschaft und Umwelt“ und als stellvertretender Chefredakteur. Nach einer einjährigen Zwischenstation als Nachrichtenchef bei der „Badischen Zeitung“ in Freiburg kehrte Tenhagen 1999 in die Hauptstadt zurück und übernahm den Chefposten bei „Finanztest“.

Von Missstimmung oder Zwistigkeiten zwischen ihm und seinem Arbeitgeber ist nichts bekannt, sein Weggang wird von freundlichen Worten begleitet. Tenhagen sucht bewusst die Veränderung – und sieht jetzt die passende Gelegenheit, „den Finanzinformationen treu zu bleiben und trotzdem noch einmal etwas Neues aufzubauen“.

Auf seiner Facebook-Seite verlinkt Tenhagen schon seit Wochen fleißig auf Berichte seines neuen Arbeitgebers, am 1. Oktober nimmt er dann selbst die Zügel in die Hand. Ein reines Onlinemedium erfolgreich zu machen, das reizt ihn. Und zwar für ein breiteres Publikum als bei „Finanztest“. Finanztip.de will Nutzer erreichen, die Finanzwissen und -informationen nötig haben. „Wir wollen gerade den kleinen Leuten helfen. Die brauchen besonders dringend bessere Unterstützung“, so Tenhagen.

Darin stimmt er mit den Finanztip-Gründern Haselsteiner und Wolsdorf überein. „Wir regen uns seit Jahren darüber auf, wie Verbraucher von Produkthanbietern unter hohem Marketing-Aufwand zu falschen Entscheidungen verführt werden.“ So gut wie keinem Anbieter könne man trauen, „die meisten wollen vor allem eines: Möglichst viel Geld an Ihnen verdienen“. Ihrer Empörung folgte der Entschluss, daran etwas zu verändern. Weil Haselsteiner und Wolsdorf nicht nur den guten Willen, sondern auch genügend Mittel mitbringen, gibt es heute Finanztip.de. Berichtet wird über alles, was mit Geld zu tun hat: Kredit und Konto, Versicherung, Energie und Medien, Auto und Reise, Recht und Steuern.

Die Ziele sind ambitioniert, das Versprechen ist deutlich. Wolsdorf: „Finanztip soll die Webseite werden, auf der Verbraucher kostenlos Hilfe für all ihre Finanzentscheidungen finden und bei der sie sicher sein können, dass sie ausschließlich ihre Interessen vertritt.“ Jedes Thema werde so durchleuchtet, „wie wir es für

unsere besten Freunde tun würden“. Den Macher der seriösen Zeitschrift „Finanztest“ dafür zu gewinnen, ist auch deshalb ein mehr als kluger Schachzug. Denn Tenhagen ist so etwas wie der personifizierte Vertrauensvorschuss.

Finanztip agiert als gemeinnützige GmbH. Das bedeutet: Nicht in erster Linie Gewinnerzielung, sondern das Interesse der Verbraucher steht im Vordergrund. „Finanztip ist ein gesellschaftlich verantwortungsvolles Projekt, das wir nicht des Geldes wegen machen“, betonen Haselsteiner und Wolsdorf. Eine solche Haltung muss man sich leisten können. Sie können: 1999 gründeten die beiden ehemaligen Goldman-Sachs-Investmentbanker den Internet-Baukreditvermittler Interhyp, beim Börsengang 2005 des rasant gewachsenen Unternehmens wurden sie Multimillionäre. Drei Jahre später verkaufte das Duo seine restlichen Anteile, die zusammen einem Drittel der Interhyp AG entsprachen, an die niederländische ING-Gruppe – für 134 Millionen Euro.

Provisionen sind einzige Erlösquelle

Haselsteiner/Wolsdorf finanzieren den Aufbau von Finanztip, ohne das Ganze ewig alimentieren zu wollen. „Mittelfristig soll es sich

selbst tragen.“ Die vom Gemeinsinn beseelten Unternehmer akzeptieren allerdings nicht jede mögliche Erlösquelle. Für Nutzer sind Inhalte gratis, das ist ein Kern des Geschäftsmodells – also werden keine Abo- oder Downloadgebühren verlangt. Und „auch Werbung passt nicht zu uns“. Jeglicher Anschein, die unabhängige Berichterstattung könnte beeinträchtigt sein, wird vermieden. Hier handelt Finanztip ganz so wie „Finanztest“, das ebenfalls auf Anzeigen und Onlinewerbung verzichtet.

Was bleibt: Geld verdienen via Affiliate-Marketing. Dabei zahlen Unternehmen, bei denen Interessierte über finanztip.de auf deren Seite landen und ein Angebot anfordern oder einen Vertrag abschließen, eine Provision an das Portal. Vergütungen an Vermittler zu entrichten, ist im Internet ein üblicher Vorgang (siehe Interview nächste Seite). Kritiker bemängeln, dass es zu einer Vermischung von Redaktion und Werbevermarktung kommen kann. Zum Beispiel, indem Anbieter, die höhere Provisionen ausschütten, in Vergleichen, Berichten und Darstellung bevorzugt werden.

Deshalb verspricht finanztip.de eine rigorose Trennung: Erst wenn die Rangliste der besten Anbieter feststeht, kümmern sich die

Info

Verdienen durch Vermitteln

Finanztip vertraut auf Erlöse durch Affiliate-Links. Wie das Modell funktioniert.

Finanztip.de setzt auf eine einzige Einnahmequelle: Vergütungen für Affiliate-Links.

Die Redaktion recherchiert ein Thema und stellt dann die besten Anbieter beispielsweise einer Geldanlage, einer Versicherung, eines Mobilfunkvertrags, eines Stromtarifs vor. „Völlig unabhängig und ausschließlich mit dem Ziel, das Beste für unsere Leser herauszufinden“, versprechen die Macher. Erst danach werde „eine von der Redaktion getrennte Abteilung“ überprüfen, ob es Affiliate-Links zu diesen Anbietern gibt. Nehmen wir an, ein Nutzer interessiert sich für einen Bausparvertrag von Schwäbisch Hall und klickt auf den zu dessen Website führenden Link. Im Normalfall wird Schwäbisch Hall ein Affiliate-Programm und entsprechende Vermittlungsprovisionen anbieten. Manchmal gibt es bereits Geld, wenn die Seite geklickt wird, meistens allerdings erst, wenn der Nutzer ein konkretes Angebot fordert oder einen Vertrag abschließt. In der Fachsprache werden diese Stufen der Nachfrage unterschieden nach Click, Lead und Sale.

Auf Internetseiten wie affili.net und 100partnerprogramme.de sind konkrete Konditionen

genannt. Beispiel Targobank: Über eine Partnerseite kommt der Kontakt zu einem Nutzer zustande. Beantragt dieser einen Kredit, zahlt die Bank dem „Zulieferer“, also vielleicht finanztip.de oder Check24.de, eine Vergütung von 15 Euro für den sogenannten Lead. Kommt es zum Abschluss des Kreditvertrags (Sale), dann werden 150 Euro fällig. Nach dem gleichen Prinzip zahlt etwa die Commerzbank-Tochter Comdirect eine Vermittlungsprämie von 30 Euro für die Eröffnung eines Girokontos und 60 Euro bei einem Wertpapierdepot.

Finanztip.de betont, dass die Höhe der Affiliate-Provision „nie unsere Empfehlung für oder gegen einen Anbieter oder ein Produkt beeinflusst“. Ob ein Anbieter überhaupt ein Affiliate-Programm anbiete und wie die Vergütung aussehe, sei den Experten und Redakteuren nicht bekannt. Mithilfe ist freilich willkommen. Wörtlich heißt es auf der Website: „Unsere Bitte an Sie: Unterstützen Sie Finanztip, indem Sie über die jeweiligen Affiliate-Links auf die Seiten der Anbieter klicken. Nur so können wir unsere aufwendige redaktionelle Arbeit finanzieren.“

Vermarkter darum, ob es entsprechende Affiliate-Links gibt. Die werden bei Finanztip.de, um das Ganze so transparent wie möglich zu machen, mit einem Sternchen gekennzeichnet.

Wenn das Konzept aufgehen soll, müssen Tenhagen und seine Leute es schaffen, dass sich Nutzer auf finanztip.de nicht nur informieren – und dann beispielsweise auf eine andere Vergleichs- oder Anbieterseite wechseln. Denn nur wenn Affiliate-Links auf finanztip.de geklickt werden, fließt dem Verbraucherportal auch Geld zu.

Umzug nach Berlin

Der neue Chefredakteur hat angekündigt, das Portal freundlicher und optisch leichter zugänglich zu machen. Er ist davon überzeugt, dass es wesentlich von der Anmutung abhängt, wie gut die Seiten von Nutzern angenommen und geklickt werden. Zuletzt zählte

die IVW 785.486 Besucher (5/2014) – der Trend ist leicht rückläufig. In Spitzenzeiten kam Finanztip auf mehr als eine Million Visits pro Monat. Tenhagen startet also zu einem guten Zeitpunkt: Die Website kann einen prominenten Chef, kreativen Kopf und neue Ideen vertragen. Es wäre keine Überraschung, wenn sich künftig noch deutlichere Ähnlichkeiten mit moneysavingexpert.com herauschälten. Bei Tenhagen hat das britische Verbraucherportal nämlich mächtig Eindruck hinterlassen.

Die Finanztip-Zentrale ist München – noch. Tenhagen und ein Teil seiner Mannschaft startet in Berlin, der Rest wird in absehbarer Zeit übersiedeln. Während für „Finanztest“ zwischen 60 und 70 Mitarbeiter aktiv waren, muss der Chefredakteur nun mit rund einem Drittel auskommen. Zu seinem Dienstantritt bringt er gleich einige Neuzugänge mit. Sein Stellvertreter wird Matthias Urbach, der 16

Jahre lang bei der „taz“ gearbeitet und dort die Online-Redaktion aufgebaut hat. Zuletzt war er Director Portale, Magazine und Events Technik beim wissenschaftlichen Verlag Springer. Neu sind auch der Finanzjournalist und Buchautor Markus Neumann sowie Textchefin Nina Zimmermann, früher dpa und Inforadio.

Sie sollen mithelfen, Tenhagens Agenda umzusetzen. Das gesamte Angebot und die Beiträge auf der Website sollen übersichtlicher strukturiert, die Texte tendenziell kürzer werden. Geplant ist, die Erscheinung des Newsletters von 14-täglich auf wöchentlich zu verdoppeln – und dafür möglichst schnell eine Million Abonnenten zu gewinnen.

Auch deshalb dürfte Tenhagen, obwohl er in nächster Zeit viel zu tun hat, Einladungen in TV-Talkshows gerne annehmen. Finanztip will schließlich groß und stark werden.

WJ

Interview

„Finanztip kann ein großer Player werden“

Maximilian Wagner, Berater Performance Marketing bei der Mediaagentur Pilot in Hamburg, über das Konzept und die Erfolgsaussichten für finanztip.de.



Maximilian Wagner: „Viele sehr erfolgreiche Internetportale verdienen mit Affiliate-Marketing prächtig.“

Es gibt schon zahlreiche Finanz- und Vergleichsportale im Internet. Welche Erfolgschancen räumen Sie finanztip.de ein?

Maximilian Wagner: Viele Vergleichsportale beschränken sich darauf, Zahlen auszuwerten und sie nicht weiter einzuordnen. Finanz-Websites beschäftigen sich oft mit Kursen und Details

aus dem Finanzmarkt. In der Mischung aus redaktioneller Berichterstattung, fundierter Analyse und dem auf Affiliate-Marketing basierenden Vermarktungskonzept sehe ich für finanztip.de durchaus ein Alleinstellungsmerkmal. Auch weil es ein breiteres Publikum anspricht, das unterschiedliches Vorwissen mitbringt. Da kann durch redaktionell gut aufbereiteten Content ein eindeutiger Mehrwert entstehen.

Finanztip.de will ausschließlich Geld verdienen durch Affiliate-Marketing, also Provisionen von Partnern, mit denen Nutzer des Portals ins Geschäft gekommen sind. Kann das funktionieren?

Klar. Viele sehr erfolgreiche Internetportale verdienen mit diesem Modell prächtig. Und es gibt auch immer wieder neue Ideen, die viel Bewegung in eigentlich gefestigte Märkte mit scheinbar fest etablierten Playern bringen – wie zum Beispiel das erst vor zwei Jahren gegründete urlaubsguru.de in der Travel-Branche zeigt. Was mir positiv auffällt: Finanztip.de erklärt offen und ausführlich, wie einerseits die redaktionelle Unabhängigkeit gewahrt und andererseits mit Affiliate-Links Geld verdient werden soll. Das wird sehr transparent gehandhabt.

Arbeiten andere Vergleichs- und Finanzportale unseriös?

Ich glaube nicht, dass die anderen unseriös arbeiten. Ein Vergleichsportale sollte einen Mehrwert für den User schaffen und ihm ein unabhängiges Ranking bieten. Wer dauerhaft über dieselben Angebote berichtet oder nur eine bestimmte Marke pusht, der wird langfristig nicht erfolgreich werden. Das wissen auch die anderen Portale.

Sind Anbieter wie Check24, Verivox oder Toptarif im Wettbewerb um Werbeerlöse gegenüber einem Neuling wie finanztip.de nicht im Vorteil?

Finanztip.de kann ein richtig großer Player im Markt werden. Es hat ein überzeugendes Konzept und ist attraktiv für Vermarktungspartner. Die lieben Content, kooperieren daher gerne mit solchen Seiten.

Und die begrüßen es auch, dass mit dem bisherigen „Finanztest“-Chefredakteur Hermann-Josef Tenhagen ein anerkannter Experte das Portal führt?

Er steht für Kompetenz, Glaubwürdigkeit, Bekanntheit. Von Tenhagens gutem Ruf wird finanztip.de profitieren. Das bringt einen Vertrauensvorschuss.