



ESSAY I » BÖRSEINFORMATIONEN Der Schlüssel für den Erfolg am Kapitalmarkt sind Informationen. Für Prognosen und Investitionsentscheidungen können auch Inhalte aus Blogs und sozialen Netzwerken im Internet wertvoll sein. Deren Analyse durch innovative Datenverarbeitungslösungen steht im Mittelpunkt des EU-Projekts FIRST, erklärt **ULLI SPANKOWSKI**

Unterschätzte Macht des Internets

Wer an den Finanzmärkten die richtigen Informationen zuerst bekommt, hat meistens die Nase vorn. Die Art und Weise der Informationsgewinnung verändert sich dagegen für Marktteilnehmer ständig. Die Bedeutung traditioneller Medien rückt bei Investmententscheidungen zunehmend in den Hintergrund. Wegen der größeren Aktualität hat sich das Internet als zentrale Quelle etabliert.

Soziale Netzwerke und Blogs als Informationsquelle nutzen

Aber nicht nur die Informationsbeschaffung, auch die Entscheidungsfindung hat sich für Investoren grundlegend verändert. Das Dilemma hat der US-Zukunftsforscher John Naisbitt treffend beschrieben: „Wir ertrinken in einer Flut von Informationen, doch uns dürstet nach Wissen.“ Die Schwierigkeit in der heutigen Informationsgesellschaft besteht nicht mehr darin, hinreichenden Zugang zu Informationen zu erhalten. Vielmehr gilt es, die Informationsflut zu bewältigen: Fundierte Investmententscheidungen setzen voraus, dass die tatsächlich wichtigen Nachrichten aus dem täglichen Meldungs- und Meinungsüberfluss auf Tausenden Kommunikationsplattformen herausgefiltert werden.

Eine bedeutende Rolle spielen dabei „unstrukturierte“ Informationen aus Beiträgen in Blogs und sozialen Netzwerken. Unstrukturiert deshalb, weil sie in Textform vorliegen. Anders als beispielsweise Bilanzkennzahlen sind diese Kurztexpte erst in eine quantitative Form zu bringen, damit eine computergestützte Interpretation möglich wird. Und die kann sich lohnen: Die Informationen zeigen aktuelle Gerüchte, Meinungen und Stimmungen der Menschen – zusammengekommen eine relevante Markteinschätzung, das sogenannte Sentiment.

Vorbei sind die Zeiten des Präsenzhandels, als Neuigkeiten und Meinungen hauptsächlich auf dem Börsenparkett kursierten: Heute finden der Informationsaustausch und die Meinungsbildung zu finanzwirtschaftlichen Themen vor allem im Internet statt. Gerüchte über die neuesten Smartphone-Features, Insolvenzgefahren von Staaten oder Unternehmen oder Fehlverhalten von Topmanagern verbreiten sich heutzutage über soziale Netzwerke wie etwa Twitter in rasender Geschwindigkeit.

Auf den internationalen Finanzmärkten lässt sich tagtäglich beobachten, wie Gefühle, Stimmungen und Meinungen das Marktgeschehen beeinflussen. In einem stetig komplexer werdenden Finanzmarktumfeld stellt ein komprimiertes Sentiment somit eine wertvolle Information dar, um eventuelle Marktbewegungen oder versteckte Trends frühzeitig zu erkennen – und entsprechend zu reagieren. Entscheidend für den so erzielbaren Informationsvorsprung ist, dass das Sentiment nahezu in Echtzeit erfasst wird.

Eine enorme Flut an unbeständigen Informationen zeitnah erfassen und analysieren – ohne automatisierte Filterung und Verdichtung ist diese Aufgabe nicht zu bewältigen. Die Finanzmarktakteure benötigen neuartige, intelligente IT-Lösungen. Diese zu entwickeln ist das Ziel des EU-Projekts FIRST, das von der Börse Stuttgart und acht weiteren Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus Deutschland, Italien, Slowenien und Spanien umgesetzt wird.

Das Forschungsprojekt konzentriert sich auf Anwendungsbereiche im Onlinebanking für Privatkunden, in der Marktüberwachung sowie im Risikomanagement. So untersuchen beispielsweise immer mehr wissenschaftliche Arbeiten den Einfluss der Anlegerstimmung in sozialen Netzwerken auf die Preisbildung an Aktienmärkten. Ergebnisse aus diesen Untersuchungen deuten darauf hin, dass die zusätzliche Aufnahme bestimmter Twitter-Stimmungen in Finanzmarkt-Prognosemodelle deren Vorhersagegenauigkeit signifikant erhöht.

Ein aus sozialen Netzwerken und Blogs herausgefiltertes Sentiment kann demnach eine wertvolle Zusatzinformation bei konkreten Anlageentscheidungen darstellen. Schließlich geht es bei Finanzanlagen meist darum, die zukünftige Preisentwicklung zutreffend vorherzusagen. Ein Tool, das die aktuelle Stimmung der Marktteilnehmer abbildet und dadurch die eigene Prognosefähigkeit verbessert, ist hier eine sinnvolle Ergänzung.

Manipulation von Märkten besser und früher erkennen

Ein weiteres Anwendungsfeld der Sentimentanalyse ist die Früherkennung illegaler Marktmanipulation durch einzelne Marktteilnehmer. Da sich eine Vielzahl von Marktmanipulationspraktiken auf soziale Netzwerke und Blogs stützt, ist die Relevanz in diesem Bereich besonders hoch. Dank ihrer Anonymität und Offenheit eignen sich Onlineplattformen sehr gut, um Fehlinformationen zur künstlichen Preisbeeinflussung unauffällig zu verbreiten. Ein Indiz für manipulatives Verhalten ergibt sich beispielsweise aus der

Häufigkeit der Nennung eines Wertpapiers und der Anzahl der Quellen, in denen dies geschieht. Nimmt die Anzahl der Nennungen in einem bestimmten Zeitraum überproportional zu und konzentrieren sich diese gleichzeitig auf nur wenige Quellen, so verdichtet sich der Verdacht eines Manipulationsversuchs. Solche Szenarien frühzeitig erkennen zu können bietet zukunftsweisende Möglichkeiten für die Prävention von Marktmissbrauch.

Reputation von Unternehmen ist im Web schnell ruiniert

Die globale Finanzkrise hat eindrucksvoll belegt, welche Bedeutung die Reputation von Unternehmen für die Finanzwirtschaft hat. Bisher werden zur Beurteilung des Reputationsrisikos im Risikomanagement überwiegend quantitative Faktoren eingesetzt – etwa kurzfristige Refinanzierungskosten, Ratingeinstufungen oder, falls vorhanden, die Preise von Kreditausfallversicherungen.

Diese Betrachtung lässt aber außer Acht, dass die Stimmungen und Meinungen anderer Marktakteure die Reputation eines Unternehmens entscheidend beeinflussen. Ein rapider und sprunghafter Anstieg negativer Äußerungen in Blogs und sozialen Netzwerken zu einem bestimmten Unternehmen könnte beispielsweise bereits in einem frühen Stadium auf einen möglichen Reputationsverlust hindeuten. Eine frühzeitige Erkennung mithilfe der Sentimentanalyse kann folglich dazu beitragen, in angebrachter Weise auf eine derartige Entwicklung zu reagieren.

Diese Beispiele zeigen: Die Auswertung unstrukturierter Datenquellen birgt ein erhebliches Potenzial für einen Informationsvorsprung – und somit auch Profitmöglichkeiten. Doch nicht nur Anleger oder Unternehmen maximieren dadurch ihren individuellen Nutzen, gleichzeitig steigt auch die Informationseffizienz der Märkte insgesamt. Die Bedeutung der Technologien zur Sentimentanalyse, die das Projekt FIRST erforscht, wird in Zukunft kontinuierlich zunehmen. Denn bei der Nutzung und Verbreitung von Blogs und sozialen Netzwerken ist kein Ende der Wachstumsdynamik in Sicht.

ULLI SPANKOWSKI

Stellv. Leiter Stuttgart Financial

Der Diplom-Ökonom verantwortet die Bereiche Forschung und Bildung. In Kooperation mit der Börse Stuttgart leitet er für diese das EU-Forschungsprojekt FIRST. Daneben promoviert er an der Universität Hohenheim im Bereich Marktstrukturtheorie. Stuttgart Financial ist eine Plattform für Finanzthemen. Sie wurde 2007 von der Vereinigung Baden-Württembergische Wertpapierbörse gemeinsam mit dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg und der Stiftung Kreditwirtschaft der Universität Hohenheim ins Leben gerufen, um die Stärken der Finanzwirtschaft im Südwesten Deutschlands sichtbar zu machen und zu fördern.

Besser kombinieren

Bisher nutzen Investoren für Anlageentscheidungen überwiegend strukturierte Informationen wie Finanzkennzahlen und Kurshistorien. Eine neue Datenverarbeitungslösung des EU-Projekts FIRST soll es ihnen ermöglichen, die aktuelle Stimmung der Marktteilnehmer in sozialen Netzwerken zu dem jeweiligen Investment miteinzubeziehen – und besser mit den vorhandenen Fakten zu kombinieren.

DIE FIRST-METHODE: INFORMATIONEN AUS SOZIALEN NETZWERKEN AUSWERTEN UND FÜR DIE ANLAGEENTSCHEIDUNG NUTZEN

