



# Digitale Reputation beeinflusst Aktienkurse

*November 2017*



CATANA CAPITAL



HERING  
SCHUPPENER

## REPUTATION IN DER DIGITALEN WELT

Das Ansehen eines Unternehmens ist heute wichtiger denn je. Früher war diese Reputation relativ einfach zu verteidigen: Gute wirtschaftliche Kennzahlen, keine Skandale. Heute reicht das längst nicht mehr aus. Das Bild eines Unternehmens und letztlich auch dessen Beurteilung in Form des Unternehmenswertes setzt sich zusammen aus einer Vielzahl an subjektiven Eindrücken und Erlebnissen.

Gerade für börsennotierte Unternehmen ist es daher entscheidend, ihre öffentliche Wahrnehmung und damit ihre Reputation zu verstehen und diese gegenüber der Financial Community aktiv zu managen. Wurde bis vor einigen Jahren die öffentliche Wahrnehmung noch maßgeblich durch die Berichterstattung in den klassischen Wirtschafts- und Finanzmedien geprägt, hat sich dies grundlegend gewandelt: Meinungsbildungsprozesse in der Financial Community finden zunehmend in digitalen Medien und sozialen Netzwerken statt.

Die Folge: Ein signifikanter Bedeutungszuwachs der digitalen Medien und der hier veröffentlichten Datenmenge. Allein auf Twitter werden täglich fast eine Milliarde Beiträge veröffentlicht. Sie erreichen bereits heute deutlich mehr Personen als klassische Medien.

Was, wieviel und in welcher Tonalität über ein Unternehmen in der digitalen Welt geschrieben und diskutiert wird, beeinflusst daher entscheidend dessen Reputation – mit entsprechender Auswirkung auf die Beurteilung des Unternehmenswertes durch die Financial Community. Um diese Reputation in den digitalen Medien angemessen zu managen, sollte ein Unternehmen daher seine Finanzkommunikation gezielt darauf ausrichten.

Unternehmen sollten dafür relevante Kanäle und Communities identifizieren, analysieren und diese durch laufende, aktuelle und relevante Kommunikation bereichern. Das bedeutet: Nur punktuell, beispielsweise bei einer Bilanzpressekonferenz oder während einer Transaktion, aktiv bzw. „online“ zu sein, reicht nicht aus. Analyse, Aufbau, Pflege sowie aktives Management von Communities sind ein langfristiger, kontinuierlicher Prozess.

## BEDEUTUNG UND EINFLUSS DES DIGITALEN SENTIMENTS

Die Analysen und das darauf basierende Handelsmodell des Finanzunternehmens Catana Capital sind ein klarer und starker Beleg für den Einfluss der digitalen Reputation auf die Bewertung börsennotierter Unternehmen. Das Modell des deutschen FinTechs überwacht in Echtzeit via Natural Language Processing die weltweite Online-Kommunikation zu mehr als 40.000 Aktien, großen Wertpapier-Indizes, Währungen und Rohstoffen, und das in Englisch, Deutsch und Chinesisch. Auf diese Weise werden traditionelle Nachrichten sowie Online-Medien, Beiträge in Twitter, Message Boards oder Blogs unter Anwendung von Künstlicher-Intelligenz-Algorithmen überwacht und analysiert – siebzehn Nachrichten pro Sekunde, rund um die Uhr. Das Ergebnis der Auswertungen ist sowohl ein kontinuierlicher Stimmungs- als auch ein Intensitätsindikator zu jedem der überwachten Wertpapiere –

mit hoher Prognosekraft für die zukünftige Kursentwicklung. Seit November 2015 handelt der Finanzdienstleister Catana als einziges Unternehmen weltweit auf Basis dieser Informationen.

Die umfassenden Analysen der Daten aus den vergangenen sieben Jahren durch Catana Capital zeigen klar, dass Big Data-Auswertungen von Informationen und Meinungen zu firmenspezifischen Themen oder Ereignissen in den digitalen Medien ein neuartiger und wichtiger Indikator zur Prognose zukünftiger Aktienkursentwicklungen sein können. Interessant ist hierbei folgender Zusammenhang: Aktien, zu denen die Stimmung beziehungsweise das Sentiment in den digitalen Medien eine bestimmte positive Stimmungsschwelle überschreitet, entwickeln sich signifikant besser als der entsprechende Marktindex. Im Gegensatz dazu entwickeln sich Aktien schwächer als der Marktindex, bei denen die Stimmung unter eine definierte negative Stimmungsschwelle fällt (vgl. Abbildung 1). Interessanterweise besitzen negative und positive Nachrichten in digitalen Medien eine unterschiedlich lange Prognosekraft für zukünftige Aktienkursentwicklung. Während positive Nachrichten Aktienkurse nur wenige Tage bis Wochen beeinflussen, wirken sich negative Nachrichten signifikant länger auf den entsprechenden Aktienkurs aus.

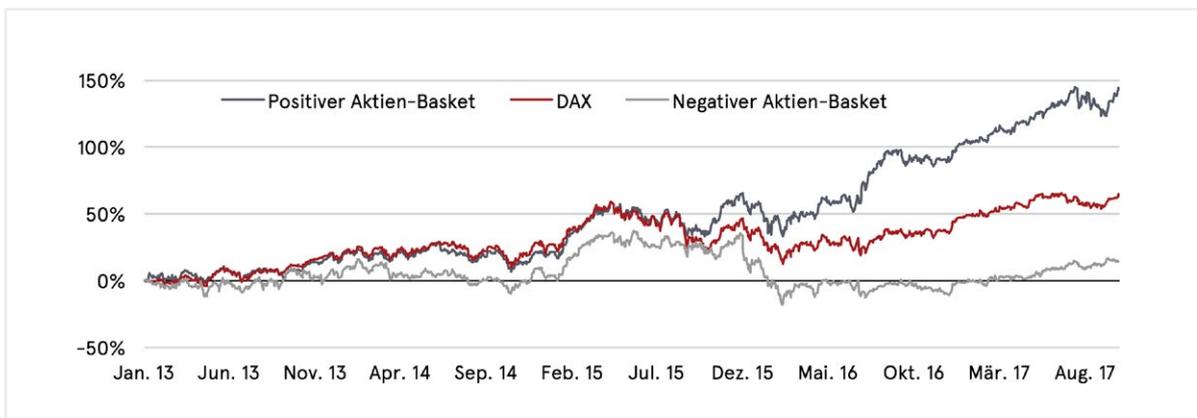


Abb. 1: Performance von positivem und negativem Aktien-Basket im Vergleich zum DAX-Index seit Januar 2013. Aktien, die eine bestimmte positive Stimmungsschwelle überschreiten (positiver Aktien-Basket) entwickeln sich besser als der entsprechende Marktindex, während sich Aktien, die unter einer definierten negativen Stimmungsschwelle (negativer Aktien-Basket) liegen, schwächer als der Marktindex entwickeln.

Daneben ist auch ein Publikationseffekt zu beobachten, der Auswirkungen auf die Aktienkurse hat: Aktien, zu denen die Unternehmen neutrale Meldungen veröffentlicht haben, zeigen eine bessere Preisentwicklung, als diejenigen von Firmen, die gar nicht kommunizieren.

## BEISPIEL BAYER-MONSANTO

Besonders im Vorfeld von Unternehmenspublikationen oder spezifischen „Key-Events“ werden entsprechende Themen oftmals bereits deutlich vor den offiziellen Bekanntmachungen intensiv in der Online-Community diskutiert, wie das in Abbildung 2 angeführte Beispiel der Bayer-Monsanto Übernahme eindrucksvoll verdeutlicht.

Die untenstehende Grafik zeigt im Monat September 2016 die Entwicklung der Intensität der Online-Diskussionen und Stimmung der Online-Diskussionen zur Bayer-Aktie sowie die Entwicklung des Aktienkurses der Bayer AG während des dritten, finalen Übernahmeangebots für Monsanto.

Nachdem Bayer am 6. September 2016 sein Angebot für Monsanto erhöht hatte, führte die Analyse der regen Diskussionen und Spekulationen in der digitalen Community dazu, dass das Handelsmodell bereits am 7. September 2016 ein „Verkaufen“ Handelssignal generierte. Erste Gerüchte über eine Einigung und den erfolgreichen Abschluss gelangten dann am 9. September 2016 an die Öffentlichkeit. Das Handelssignal wurde am 14. September 2016 unmittelbar nach der offiziellen Bekanntgabe der Transaktion nochmals bestätigt.

In diesem Zeitraum ist der Kurs der Bayer-Aktie um 8.8 Prozent gefallen. Neben der frühzeitigen Identifikation der Diskussion in der digitalen Community rund um das Event, wird durch die nachfolgende Handelsumsetzung des Modells die langanhaltende Prognosekraft dieser Informationen ersichtlich. Dies zeigt exemplarisch, wie ineffizient Kapitalmärkte immer noch sind und dass es teilweise noch bis zu drei Wochen dauern kann bis Informationen vollständig am Markt eingepreist sind.

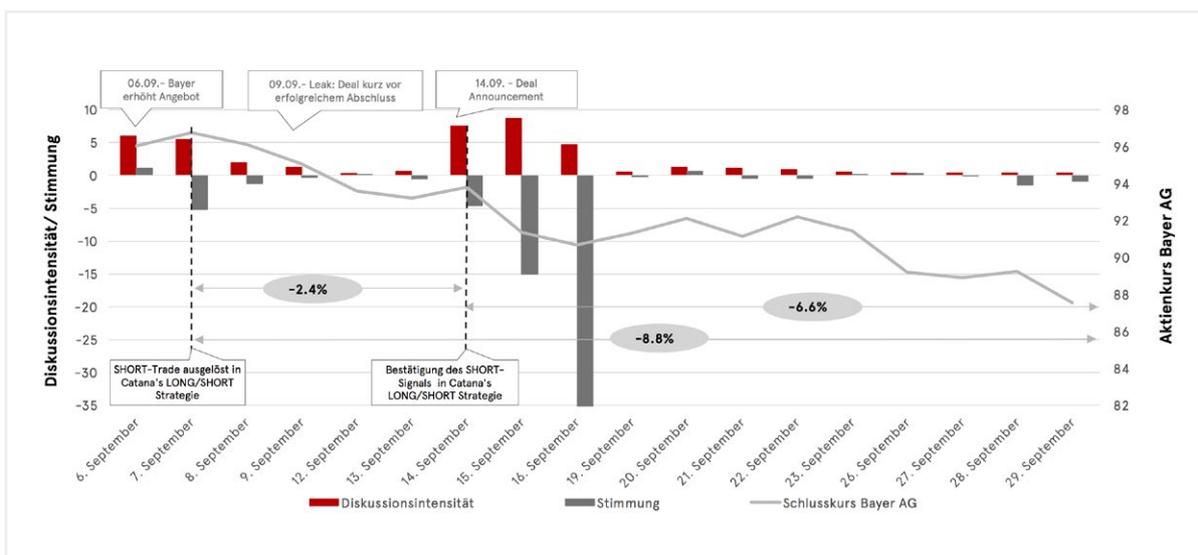


Abb. 2: Entwicklung der Diskussions-Intensität, der Stimmung und des Aktienkurses der Bayer AG während des dritten und finalen Übernahmeangebots für Monsanto.

Catanas Analysen und Auswertungen eignen sich dabei nicht nur für Large Caps, sondern auch für Werte mit niedrigerer Marktkapitalisierung, beispielsweise aus MDAX, TecDAX und SDAX.





## Kontakt

---

### **Bastian Lechner**

*Founder & CEO*

+49 69 256 170 30

[bastian.lechner@catanacapital.de](mailto:bastian.lechner@catanacapital.de)

[www.catanacapital.de](http://www.catanacapital.de)

### **Christian Falkowski**

*Director*

+49 69 921 874 64

[cfalkowski@heringschuppener.com](mailto:cfalkowski@heringschuppener.com)

[www.heringschuppener.com](http://www.heringschuppener.com)