



Janine Zimmermann, Senior Consultant

## Likes, Shares & Co: Aktienkurse im Social-Media-Taumel

Zürich, 10. August 2023

**IRF Reputation AG**

Rämistrasse 4  
Postfach  
CH-8024 Zürich  
Rue du Commerce 4  
CH-1204 Genève  
+41 43 244 81 44  
info@irf-reputation.ch  
www.irf-reputation.ch

**Miriam Dippe-Nistor**  
**Stefan Mathys**  
**Martin Meier-Pfister**  
**Oliver Seifried**  
**Jürg Stähelin**

Affiliate Partner  
FTI Consulting

Es war ein stürmischer Tag an den Börsen, als ein einziger Tweet die Finanzwelt auf den Kopf stellte. Ein prominenter Investor, bekannt als Meinungsführer auf Twitter, sprach seine begeisterte Unterstützung für ein aufstrebendes Technologieunternehmen aus. Innerhalb von Minuten verbreitete sich diese Nachricht wie ein Lauffeuer und erreichte Millionen von Menschen weltweit. Die Auswirkungen waren phänomenal: Der Aktienkurs des Unternehmens schoss in die Höhe, und Investoren konnten ihre Freude kaum verbergen.

Willkommen in der Ära «Social Media», wo ein einziger Beitrag das Potenzial hat, die Finanzmärkte zu beeinflussen und das Schicksal von Unternehmen zu besiegeln. Studien und jüngste Ereignisse, wie der Fall der Credit Suisse, haben gezeigt, dass Social Media eine mächtige Kraft ist, die Aktienkurse sowie die Reputation eines Unternehmens massgeblich beeinflussen kann. Doch die fesselnde Macht der sozialen Medien geht weit über blossе Tweets hinaus. Einflussreiche Persönlichkeiten wie Influencer, der Hobby-Finanzanalyst oder der Journalist mit seinen Followern spielen eine ebenso bedeutende Rolle wie die Beiträge der Unternehmen, ihrer CEOs oder CFOs.

### **Social Media und die Finanzmärkte: Eine neue Realität**

Ein simples "Daumen hoch" oder "Daumen runter" kann den Aktienkurs eines Unternehmens in die Höhe schnellen oder in die Tiefe stürzen lassen. Ein positiver Tweet – mittlerweile genauso relevant wie eine Medienmitteilung oder ein Finanzbericht – eines einflussreichen CEOs kann eine Welle der Begeisterung auslösen und die Anleger zu euphorischen Käufen anregen. Genauso kann ein kritischer Beitrag eines prominenten Influencers eine Verkaufspanik auslösen und den Kurs ins Bodenlose stürzen.

Studien haben bewiesen, dass die Aktivitäten von Unternehmen, CEOs und Influencern auf Social-Media-Plattformen einen direkten Einfluss auf die Aktienkurse haben können. Eine Studie der New York University hat gezeigt, dass positive Tweets von CEOs zu einem durchschnittlichen Anstieg des Aktienkurses um 2,5% führen können, während negative Tweets den Aktienkurs um bis zu 5% fallen lassen können (Quelle: NYU Stern School of Business). Ein Beispiel dafür ist Tesla, als CEO Elon Musk im Jahr 2018 einen Tweet über einen möglichen Börsengang absetzte, der den Aktienkurs beeinflusste und zu Diskussionen in den sozialen Medien führte. Eine weitere Untersuchung der Harvard Business School ergab, dass die Anzahl der Erwähnungen eines Unternehmens auf Social-Media-Plattformen einen starken Einfluss auf die Wahrnehmung der Investoren hat. Unternehmen mit einer höheren Anzahl positiver Erwähnungen verzeichneten im Durchschnitt eine höhere Investorenbeteiligung und eine bessere Kursentwicklung (Quelle: Harvard Business School).

### **Social Media spielt keine Nebenrolle**

Insgesamt ist der Einfluss der sozialen Medien auf die Finanzmärkte eine Tatsache, mit der Anleger und auch die Unternehmenskommunikation oder Investor Relations gleichermassen umgehen müssen. Eine effektive Nutzung von Social Media kann die Bekanntheit und die Reputation verbessern, während ein unbedachter Umgang zu erheblichen Verlusten führen kann.

Die Antwort auf diese Herausforderungen liegt in einer klaren Social-Media-Strategie. Unternehmen müssen die Macht der sozialen Medien erkennen und gezielt nutzen, um ihre Botschaften zu verbreiten und eine positive Wahrnehmung aufzubauen. Dabei sollten sie Social Media als zentrales Instrument der Unternehmenskommunikation betrachten. Transparenz und Ehrlichkeit sind dabei unerlässlich. Unternehmen sollten eine transparente Kommunikationskultur pflegen und ehrliche Informationen bereitstellen. Fehlinformationen oder unklare oder verspätete

Aussagen können das Vertrauen der Investoren erschüttern und den Aktienkurs negativ beeinflussen.

Zudem ist es wichtig, spezialisierte Social-Media-Monitoring-Tools einzusetzen, um Diskussionen und Trends frühzeitig zu erkennen. So können Unternehmen schnell auf mögliche Krisen reagieren und angemessen kommunizieren, um mögliche Schäden zu begrenzen. Verantwortungsvolle Kommunikation ist dabei entscheidend. CEOs und Kommunikationsverantwortliche sollten sich bewusst sein, dass ihre Aussagen auf Social-Media-Plattformen weitreichende Auswirkungen haben können.

Des Weiteren bieten Social-Media-Plattformen den Unternehmen die Chance, direkt mit ihrer Community zu interagieren. Das Eingehen auf Fragen, Sorgen und Anregungen – kurz: ein Dialog auf Augenhöhe – zeigt Engagement und schafft Vertrauen.

#### **Die Macht der sozialen Medien nutzen**

Die Macht der sozialen Medien als neuer Einflussfaktor ist unbestreitbar. Unternehmen können sie strategisch nutzen. Eine klare Vision und eine durchdachte Social-Media-Strategie ermöglichen es, die Chancen der sozialen Medien effektiv zu nutzen und die Erfolgsaussichten auf dem Börsenparkett zu verbessern.

Gleichzeitig gilt: Die Risiken sind erheblich. Die Regelwerke der Börsen, in der Schweiz namentlich die Ad-hoc-Regularien der SIX Swiss Exchange, binden jede kotierte Firma in ein enges Korsett. Eine verantwortungsvolle Nutzung der sozialen Medien ist von grösster Bedeutung, um das Vertrauen der Investoren zu wahren.