

travis dyer • gerrit köchling • peter limbach

**traditional investment research and social networks:
evidence from facebook connections**

CFR working paper 24-03

Traditionelles Investment-Research – wie zum Beispiel das Lesen und Analysieren von Finanzberichten, Pressemitteilungen und sogenannten Proxy Statements – ist seit Jahrzehnten ein Grundpfeiler funktionierender Aktienmärkte und erfolgreicher Anlagestrategien. Mit dem Aufkommen des Internets und der sozialen Medien stoßen Anleger jedoch zunehmend auf eine Vielzahl zusätzlicher Informationen, die traditionelles Research aufgrund ihrer substitutiven oder komplementären Natur entweder ersetzen oder ergänzen könnten. In diesem Zusammenhang deuten jüngste Forschungsergebnisse darauf hin, dass Informationen, die aus sozialen Netzwerken wie etwa Facebook und Twitter gewonnen werden, einen signifikanten Einfluss darauf haben, wie Anleger ihr Kapital allokierten. Während diese Netzwerke wichtig für die Kapitalallokation von Investoren sind, bleibt der Einfluss sozialer Netzwerke und Beziehungen auf die Qualität und Tiefe des traditionellen Investment-Research und daraus resultierender Informationsgewinne der Anleger weitgehend unerforscht. An dieser Stelle setzt das Arbeitspapier „Traditional Investment Research and Social Networks: Evidence from Facebook Connections“ von Peter Limbach und seinen Koautoren an.

Tatsächlich können soziale Netzwerke und Beziehungen Informationen liefern, die traditionelles Investment-Research ergänzen oder ersetzen. Zum einen können soziale Netzwerke die Aufmerksamkeit von Anlegern auf Unternehmen lenken, die sie bisher nicht in Erwägung gezogen haben. Dies kann dazu führen, dass Anleger insgesamt mehr Research betreiben, oder aber, dass Anleger weniger Ressourcen darauf verwenden, Unternehmen zu analysieren, die weniger Aufmerksamkeit in den sozialen Medien erhalten. Zum anderen können soziale Netzwerke die laufende Informationsgewinnung von Anlegern beeinflussen, wenn diese bereits in Unternehmen investiert sind. So können Hinweise aus sozialen Netzwerken Anleger veranlassen, weitere Informationen über Unternehmen einzuholen, oder sich auf die Informationen und Anlageempfehlungen von Netzwerkmitgliedern zu verlassen.

Für den Untersuchungszeitraum 2007 bis 2017 zeigen die Autoren, dass Investoren mehr öffentliche Informationen über Unternehmen erwerben, denen sie sozial näherstehen. Im Durchschnitt ist ein Anstieg des auf Facebook-Daten basierenden Social Connectedness Index (Bailey et al., 2018) um eine Standardabweichung mit 30 % mehr Downloads von Unternehmensberichten vom EDGAR-Server der Securities and Exchange Commission (SEC) verbunden. Dieser Effekt wird nicht durch geografische Nähe erklärt, ist besonders ausgeprägt für weniger bekannte Unternehmen und zeigt sich selbst im Research-Verhalten einzelner großer Fondsgesellschaften. Die von sozial stärker vernetzten Investoren gesammelten Informationen prognostizieren kurzfristige Unternehmensgewinne und Aktienrenditen, sind jedoch auch mit höherer Volatilität assoziiert. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass soziale Netzwerke Informationsfraktionen mindern und die Informationsbeschaffung auf den Finanzmärkten fördern können.