



Stuttgart, 17. Juli 2017



[Startseite](#) ▶ [Alle Meldungen](#) ▶ [Die Grundlagen der Modern Portfolio Theory von Harry M. Markowitz](#)

Moderne Portfoliotheorie und Soziale Medien:

Wenn Markowitz getwittert hätte?

Als Harry M. Markowitz in den 50er Jahren mit der Portfolio Selection Theorie den Grundstein der Modernen Portfoliotheorie legte, gab es das Internet und die Sozialen Medien, die heute aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken sind, schlichtweg nicht. Wirtschafts- und Börsendienste hatten eine Informationshoheit inne, die dazu führte, dass nur das was berichtet wurde, in der Öffentlichkeit überhaupt stattfand. Insiderwissen war an der Börse heiß begehrt und viele Broker bauten darauf ihr Geschäftsmodell auf.

Seiner Theorie legte Markowitz das idealtypische Modell des „homo oeconomicus“, eines rational handelnden Investors, zu Grunde. Die Folge: Würden sich alle Investoren bei der Informationsverarbeitung völlig rational verhalten, dann folgten die Kurse einem Random-Walk und könnten aus einer Analyse der Vergangenheitsdaten nicht prognostiziert werden. Ein wichtiger Faktor dafür ist das Vorliegen der strengen Informationseffizienz: in diesem Zustand wären alle verfügbaren Informationen – auch Insiderinformationen – in den aktuellen Aktienkursen enthalten.

In der Spezialdisziplin der Verhaltensökonomie, der Behavioral Finance, wurden bereits zahlreiche, teils massenpsychologisch-geprägte Phänomene untersucht, durch die nachgewiesen wurde, dass es in der Praxis effiziente Märkte auf Basis rational handelnder Investoren nicht gibt. Markt- und Renditeanomalien sind in der Praxis an den Finanzmärkten die Folge. Leisten nun Soziale Medien nicht aber einen wichtigen Beitrag zur Ökonomisierung von Anlageentscheidungen?

Zumindest theoretisch wäre dies denkbar. Denn durch die Schnelligkeit des Internets sind Informationen an jedem Ort der Welt nahezu zeitgleich verfügbar, und in Zeiten der „Ad-hoc-Publizität“ werden Investoren gewissermaßen parallel mit Informationen versorgt. Dagegen sprechen in der Praxis der Sozialen Medien jedoch gleich mehrere Faktoren:

- ⇒ So werden in Sozialen Medien Informationen auf Basis von Algorithmen - zum Teil sogar individualisiert - vorselektiert. Algorithmen, Filterblasen und Echokammern verhindern, dass alle Anleger zum gleichen Zeitpunkt über Soziale Medien den gleichen Informationsstand erreichen.
- ⇒ Die Informationsflut in den Sozialen Medien erfordert ohnehin eine gewisse Vorselektion – ein bestelltes Feld für selektive Wahrnehmung.
- ⇒ Die Schnelligkeit, mit denen Informationen übers Internet in die Sozialen Medien übertragen und dort multipliziert werden, verführen tendenziell geradezu zum emotionalen Handeln. Massenpsychologische Effekte verhindern eine eingehende, Bauchgefühl-freie Analyse.
- ⇒ Über Falschmeldungen („Fake-News“) und das gezielte Streuen von Gerüchten, die sich in den Sozialen Medien ebenfalls schnell verbreiten, versuchen bestimmte Investorengruppen, wie z.B. Short-Seller oder Hedgefonds, trendverstärkend auf Börsenkurse zu wirken. Nicht umsonst hat die BaFin in einer Mitteilung vom Mai 2017 vor derartigen Manipulationen in den Sozialen Medien, die eine rationale Entscheidungsfindung unterlaufen, dezidiert gewarnt.

Vermutlich hätte Markowitz seine Portfolio-Selection-Theorie mit einem Beipackzettel ausgestattet, wenn es zu seiner Zeit bereits Internet und Soziale Medien gegeben hätte. Denn durch die Sozialen Medien werden all die menschlichen Schwächen, die irrationales Marktverhalten eher begünstigen als bereinigen, tendenziell verstärkt. Analysten, die sich auf die Untersuchung des Sentiments an der Börse spezialisieren, versuchen daher aus dem Treiben in den Sozialen Medien mittels Datenanalyse, Emotionen der Marktteilnehmer zu destillieren, um daraus Handelsmodelle oder Sentimentindikatoren zu entwickeln. In effizienten Märkten wäre für solche Handelsmodelle kein Platz. Private Anleger sollten sich daher bei ihren Anlageentscheidungen nicht von Stimmungen in Sozialen Medien anstecken lassen, ohne die Hintergrundinformationen einer 140-Zeichen Twitter-Meldung oder anderer Postings eingehend zu studieren. Medienkompetenz und Analyse sind auch für Anleger unerlässlich!

Thomas Wüst, Geschäftsführer valorvest Vermögensverwaltung

Ihr Ansprechpartner bei Rückfragen:

Thomas Wüst, Geschäftsführer valorvest Vermögensverwaltung

Telefon (07 11) 8 60 53 72

Mobil (01 51) 58 04 15 62

Email thomas.wuest@valorvest.de

valorvest Vermögensverwaltung | Holderäckerstraße 4 | 70499 Stuttgart

Tel.: (07 11) 8 60 53 70 | Fax: (07 11) 8 60 53 79 | Internet: www.valorvest.de



valorvest Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG / Sitz Stuttgart / Handelsregister Amtsgericht Stuttgart HRA725773
 Persönlich haftender Gesellschafter: Valorvest Verwaltungs-GmbH / Sitz Stuttgart / Handelsregister Amtsgericht Stuttgart
 HRB735701 / Geschäftsführer: Torsten Armbruster, Stephan Auer, Gregor Jörg, Oliver König, Mathias Kramer, Thomas Wüst