

NETZWIRTSCHAFT

Wenn der Algorithmus Unternehmen bei der richtigen Wortwahl hilft

Ein Software-Start-up aus Freiburg analysiert mit massenhafter Datenanalyse Finanzkommunikation /
Davon kann viel abhängen / Von Oliver Schmale

STUTTGART, 1. November

Egal ob Gewinnwarnung, eine positive Geschäftsentwicklung oder ein Wechsel im Vorstand des Unternehmens: Alle relevanten Kursinformationen müssen börsennotierte Aktiengesellschaften zeitnah veröffentlichen, damit sich Investoren oder Anleger ein umfassendes Bild machen können. Beim Kommunizieren der Fakten gibt es keine Stellschrauben für die Unternehmen, aber die Formulierungen können sie selbst wählen. Und gerade die Sprache in den Mitteilungen an Investoren habe einen entsprechenden Einfluss auf den Verlauf des Kurses, wie Stefan Feuerriegel, Geschäftsführer und Mitgründer von Tonalitytech, erläutert. Er und seine Mitgründer sind am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg über einen längeren Zeitraum der Frage nachgegangen, wie Investoren Nachrichten lesen und auf was sie sich konzentrieren.

Das Ergebnis: Nach einer schlecht verfassten Pressemitteilung entwickelt sich der Aktienkurs um bis zu 2,7 Prozentpunkte negativer als nach einer gut verfassten. Für den größten Dax-Wert Bayer bedeute dies einen um drei Milliarden Euro geringeren Unternehmenswert, für den kleinsten Dax-Wert Lanxess eine Differenz von immerhin noch 135 Millionen Euro, wie der 26 Jahre alte Informatiker weiter berichtet. Feuerriegel und seine Mitstreiter haben mit Hilfe der unter dem Begriff "Big Data" zusammengefassten massenhaften Datenanalyse einige zehntausend englische Investorenmitteilungen von 741 Unternehmen genauer unter die Lupe genommen. Erst mit dieser Auswertung sei es möglich geworden, große Textmengen mit Hilfe der Rechner zu verarbeiten und entsprechend zu analysieren. Von Hand sei eine Auswertung solcher Datenmengen praktisch unmöglich. Anhand historischer Nachrichten sind den Angaben zufolge Rückschlüsse vom

Nachrichteninhalt auf die der Veröffentlichung folgende Änderung des Börsenkurses gezogen wurden.

Feuerriegel verweist darauf, dass nicht der klassische nominale Börsenkurs verwendet worden ist, sondern die abnormale Rendite. Also die Rendite der Aktie abzüglich der Rendite, die der gesamte Markt erzielt hat. Damit sollen Börsentrends aus der Betrachtung ausgeschlossen werden. Die Untersuchungen lieferten interessante Ergebnisse: So wird demnach das englische Wort "increase" (steigen) von den Investoren positiver wahrgenommen als "improve" (verbessern). Das Wort "announce" (ankündigen) wird häufig verwendet, "wenn ein Unternehmen negative Nachrichten" zu verkünden hat, so Feuerriegel, der in Freiburg jüngst seine Promotion abgeschlossen hat. Auch der "Chief Executive Officer" (Vorstandsvorsitzender) werde negativ wahrgenommen. Er tauche in den Mitteilungen oftmals auf, wenn es schlechte Nachrichten zu verbreiten gebe. "Erfolge werden von anderen Personen kommuniziert."

Die insgesamt fünf Informatiker haben aus den Erkenntnissen eine Software entwickelt, die nun Unternehmen bei der Formulierung ihrer Nachrichten helfen soll. Das Ganze ist als Zusatzprogramm für die Microsoft Textverarbeitungssoftware Word geplant. Als Ergänzungssoftware lässt sich das Analysewerkzeug in die vorhandene Programmoberfläche integrieren. Das Programm soll noch in diesem Jahr für englische Nachrichten zum Einsatz kommen. Ein führendes Pharmaunternehmen habe es bestellt, sagt Feuerriegel. Den Namen des Konzerns will er noch nicht preisgeben. Eine deutsche Version ist ebenfalls geplant.

Feuerriegel und seine Mitstreiter hoffen, dass sich mit ihrer Softwarelösung Investorenmitteilungen schneller erstellen lassen. Heute gebe es noch zahlreiche Abstimmungsprozesse innerhalb der Konzerne. "Für eine sehr kurzfristige Ad-hoc-Meldung braucht man mehrere Stunden. Und eine normale Pressemeldung kann schon ein bis zwei Tage dauern, bis sie perfekt ist", sagt der Informatiker. Er und seine Kollegen haben im Vorfeld mit verschiedenen ranghohen Verantwortlichen in den Abteilungen für Investorenbeziehungen gesprochen. Aktuell würden solche Mitteilungen durch "subjektive Präferenzen für Worte und Formulierungen" dominiert.

Die Verfasser der Mitteilungen würden nicht überflüssig, versichert Feuerriegel. Ihm geht es vor allem darum, dass die neue Software aufmerksam darauf macht, wie ein möglicher Begriff belegt ist: Wird mit dem entsprechenden Wort eine positive Verbindung assoziiert, wird es blau hervorgehoben. Rot steht für negative Assoziationen. Mit Hilfe der neuen Technik werde eine Pressemitteilung zugleich transparenter - und leichter zu lesen. Feuerriegel ist zusammen mit seinen Kollegen bei den Analysen der Mitteilungen auch auf eine gestoßen, deren erster Satz über sieben Zeilen gegangen sei. Da habe man zweimal lesen müssen, um sie zu verstehen, meint er.

Als Copyright-Nachweis geben Sie bitte die Quelle in vollem Wortlaut mit dem Datum der Erstveröffentlichung und dem Autor sowie dem folgenden Hinweis an: "© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv".