

Får kvalme af Victoza. Kan ikke spise og gi'r ikke meget for Novos vidundermiddel. Kender andre, der også er blevet tynde som siv.

about 19 hours ago via Twitter



klokkeren
Henrik Klokkegaard

Brug TWITTER, når du investerer

Twitter kan forudsige aktiekurserne.

Så kontant var konklusionen bag et forskningsprojekt, der for alvor fyrede op under investormiljøet. Men kan det virkelig passe, at et socialt medie, hvor halvdelen er tant og fjas, gemmer nøglen til succes på børsen? Få her historien bag, og se, hvordan du som privat investor kan bruge Twitter.

På et lille kontor på Indiana University i USA opstod der i sensommeren 2010 en af de tilfældige opdagelser, der kan ændre et lille område af verden. I det her tilfælde blev det en revolutionerende måde at forudsige udsving på de finansielle markeder.

Manden bag opdagelsen var professor i systemanalyse Johan Bollen, der under finanskrisens vildeste dage havde set, hvordan den internationale sindstilstand gik fra total panik den ene dag til lettelse over redning den næste. Nu arbejdede han på noget så højtflyvende som kortlægningen af, hvordan vores kollektive mentale tilstand flytter sig.

Mere præcist ville hans team af interneteksperter, matematikere og sprogforskere finde denne sindstilstand ud fra en matematisk model, der var fodret med millioner af daglige ytringer fra det sociale netværk Twitter.

De korte elektroniske beskeder på maksimalt 140 tegn a la »The End of Euro is near« blev inddelt i forskellige humørkategorier for på den måde at skabe overblik over den generelle sindstilstand. Da de matematiske modeller stod færdige, og Johan Bollen skulle afprøve sine resultater i den virkelige verden, brugte han de stigende benzinpriser i USA som en lakmusprøve. I USA er der intet, der kan gøre folk mere harme end stigende benzinpriser. Ergo: når prisen på benzin går op, burde humøret på Twitter gå ned.

»Men til min store skuffelse viste det sig, at vores målinger af sindstilstanden slet ikke kunne relateres til de daglige stigninger i benzinprisen. Det tydede simpelthen på, at vores algoritme ikke virkede,« siger Johan Bollen i dag.

Men snart blev skuffelsen på det lille kontor afløst af glæde. For ved en nærmere undersøgelse så det ud til, at når sindstilstanden var målt til at være dårlig på Twitter, så steg oliepriserne ikke med det samme, men altid 3-4 dage senere.

»Jeg vil kalde det et eureka-øjeblik. Vi stod og kiggede på grafer, der viste, at den kollektive sindstilstand på Twitter går forud for bevægelserne på børsen,« siger Johan Bollen.

Twitter forudsiger udsving

Professorens opdagelse havde to klare implikationer.

Dels at Twitter giver et unikt datasæt til at analysere den kollektive sindstilstand. Dels at børserne bliver påvirket af den selvsamme sindstilstand og ikke kun af rationelle overvejelser og analyser.

Forsøg viste, at modellerne med 87 procents præcision kunne forudsige generelle bevægelser på Dow Jones Industrial Index, der er det toneangivende indeks i USA.

Johan Bollen lagde sine opdagelser ud på nettet under titlen 'Twitter-humøret forudsiger bevægelser på børsen'. Det medførte en eksplosion af interesse, hvor han optrådte på alverdens finansmedier for at præsentere sin opdagelse. En hedgefond i London blev dannet for at investere på baggrund af modellen, og det blev startskuddet til, at professionelle investorer verden over begyndte at tage Twitter, Facebook og andre sociale medier alvorligt.

Johan Bollens metode repræsenterer måske avantgarden i anvendelsen af Twitter, men flere og flere professionelle investorer bruger i dag i stigende grad sociale medier som et supplement til den basale analyse. Professoren påpeger, at brugen af Twitter-analyser også er for dig, der ikke har tid eller ressourcer til at analysere millioner af tweets.

»Jeg tror, det kan bruges af alle. Fænomenet med sociale medier har bevæget sig ud over at være 13-årige teenagepiger, der tweeter om Justin Bieber. Med flere end 600 millioner brugere af bare Twitter taler vi om så stor en del af klodens befolkning, at det ikke længere er et overfladisk værktøj, men en guldgrube af et datasæt,« siger han.

Prøv selv

Spørgsmålet er dog, hvordan du selv som privat investor konkret kan bruge det enorme datasæt til noget. Anvendeligheden bliver bedst illustreret med et eksempel. Prøv for eksempel at følge denne gennemgang af en populær dansk aktie som Novo Nordisk.

I den forbindelse er der tre værktøjer, som du bør være bekendt med: Google Insights, Twitter og Facebook.

Begynd med Google Insights. Det er en gratis service, som viser noget om folks søgevaner på nettet. Her taster du Novo Nordisk ind i søgefeltet, og det giver dig en oversigt over, hvilke emner folk interesserer sig for, når de søger på Novo Nordisk. Ud over generel interesse for virksomheden

omkring regnskaber og den naturlige interesse blandt diabetikere giver Google Insights også en oversigt over, hvilke søgetermer, der er i stigning. Nummer ét er 'Novo Nordisk careers', mens både nummer to og tre på listen inde-

→

HER KAN DU BRUGE TWITTER

Twitter er mest anvendeligt i globale brancher, der henvender sig direkte til forbrugere. Eksempler kan være medicinalvirksomheder, forbrugsgoder, livsstil, alternativ energi, sundhed og fødevarer. USA og heriblandt de amerikanske virksomheder er i den forbindelse langt foran Danmark.

»Den kollektive sindstilstand på Twitter går forud for bevægelserne på børsen.

Johan Bollen, professor ved Indiana University.

→ holder diabetes præparatet Victoza. Omtalen af Victoza kan derfor give en indikation på, hvad der kan præge kursudviklingen på Novo Nordisk i fremtiden.

Derefter gentager du søgningen på Google Insights, men denne gang med søgetermen 'Victoza'. Denne gang viser det sig, at Brasilien er det sted, hvor flest søger på Victoza. Samtidig er der megen interesse for Victozas egenskaber i forhold til vægttab, der er en bivirkning af præparatet. Bivirkningerne er i det hele taget i fokus, da en interesseorganisation i USA kræver Victoza fjernet fra markedet netop på grund af det.

Interessante tweets om Novo

Efter Google Insights kan du gå et spadestik dybere med Twitter. På sitet med såkaldt mikroblogging skal du ikke forvente, at den administrerende direktør for en virksomhed taler over sig. Børsregler og generel professionalisme forhindrer den slags. Men derimod

er der uanede muligheder for at komme i kontakt med de rigtige kendere af nøgleproduktet – nemlig brugerne. Med Twitter kan du nu finde ud af, hvordan frygt for bivirkninger og fokus på vægttab opleves blandt brugerne. Twitter har endda tegnet \$ for virksomheder, som du kan skrive foran den amerikanske børskode for det selskab, du vil finde. Således er en søgning for Novo Nordisk udført ved at skrive \$NVO. Et parallelt Twitter-univers er sitet stocktwits.com, som bruger data fra Twitter til at præsentere et site dedikeret til investorer. Her viser en søgning på Novo, at Victoza ganske rigtigt er i udpræget fokus.

På den almindelige Twitter vrimler det med kommentarer om Victozas egenskaber i forhold til vægttab. Faktisk er der noget, der tyder på, at mange interesserede sig lige så meget for vægttab som diabetes.

Efter en søgning på Twitter er turen kommet til Facebook. Her sender en søgning på Victoza dig ind til Facebook-gruppen Victoza Users, der består af 434 brugere af Victoza, som diskuterer deres erfaringer med præparatet. Rigtig mange brugere klager over kvalme, der essentielt gør det umuligt for dem at spise de nødvendige daglige kalorier. Brugeren Vicky Gallenz Johnson skriver for eksempel:

»Min mand bliver ved med at sige; 'du bliver nødt til at spise', og jeg svarer, at det er ligesom at have influenza. Jeg kan kun spise ganske lidt, og nogle ting gør mig syg.« Derudover er der en del, der klager over krampe i benene.

Opfanger problemer før de andre

Spørgsmålet er så, hvad du som investor kan bruge alle de indtryk til? Svaret er, at de er med til at give dig et overblik over, hvordan et bestemt præparat bliver modtaget blandt brugerne. En ekstremt vigtig viden i forhold til specielt et medicinalfirma som Novo Nordisk. Og måske er de mange ytringer en indikator for

potentielle problemer langt tidligere end de reaktioner, der ofte kommer med flere års forsinkelse fra myndigheder og virksomheder. Som en investor siger, så drejer det sig om at udføre den basale aktieanalyse med fokus på nøgletal og regnskaber og så bruge sociale medier til at finde ud af, hvad brugere rent faktisk siger. Twitter kan naturligvis ikke stå alene.

Virksomhederne er selvsagt begyndt at lægge mærke til, at deres produkter har deres eget liv online. I Danmark gør nogle virksomheder de første spæde forsøg med åben kommunikation på Twitter, men det er stadig langt fra de maskingeværssalver, som efterhånden bliver afsendt fra nogle af de største amerikanske virksomheder, der blandt andet er begyndt at live-tweete ved offentliggørelse af regnskaber eller analytikerkonferencer. Kulturen i Danmark er stadig lidt mere tillukket, men det kan vise sig at være en stakket frist, for Twitter kan stjæle scenen, når en virksomhed mindst af alt ønsker det.

Det måtte blandt andet BP erfare, da olieselskabets boreplatform i den amerikanske golf eksploderede i 2010. Justin Grindal, en ingeniør fra Houston, var med i forberedelserne til oprydningarbejdet, og han opdaterede løbende om katastrofen på Twitter.

»Det her er i sandhed det værst tænkelige scenario, og industrien vil komme til at bøde for det i årevis,« skrev han på en morgen, hvor BP kæmpede med en kompliceret slukningsmanøvre. Da hans tweets ramte nyhedsfladen på de store nyhedsstationer, bad BP ham stilfærdigt om at tisse sin Twitterkonto ned. På det tidspunkt var BP's aktiekurs allerede blevet halveret i forhold til, da ulykken indtraf.

Hotline til de involverede

Området for råvareanalytikere er et særligt tilfælde, hvor åbenheden har fået et ekstra næk. Arlan Suderman er analytiker for farmfutures.com, og han og 1.367 landmænd udveksler dagligt stimevis af tweets om høst, regn, løst og fast. Pointen er, at han som råvareanalytiker har direkte adgang til producenterne, der gladeligt deler ud af deres oplevelser og iagttagelser i marken. For råvareanalytikere har det ændret måden at arbejde på. De er nu forbundet med dem, de analyserer gennem Twitter.

Eksemplet viser, hvordan især Twitter vender åbenhed på hovedet. Og ifølge Johan Bollen, manden bag formelen, der angiveligt kan vejlede markedstilstanden, giver det helt nye muligheder, hvor grænserne endnu ikke har lagt sig fast.

»I dag opgiver folk frivilligt information om lokalitet, smag og behag, og hvad de laver. De er et datasæt, som vi slet ikke havde for 10 år siden. Og i kraft af at så mange deltager, er resolutionen blevet så stor, at når det kombineres med anden viden, ja, så er det svært at se, hvor det her ender. Der er tale om et socialt mikroskop, hvor man først kan danne sig overblik over helheden og så zoome ind,« siger professoren. ■

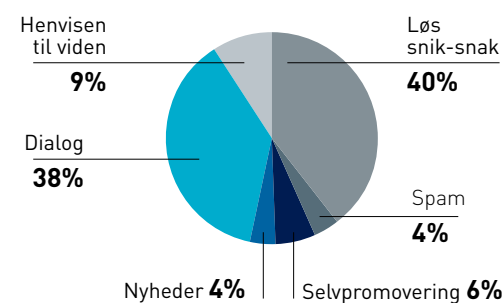


Sådan kommer du i gang

- **Søg efter relevante selskaber:** Find den amerikanske kode for det selskab, som du gerne vil følge på for eksempel Reuters Finance. Sæt et \$ foran navnet, og søg i Twitter.
- **Find konkurrenter:** Der er endnu kun få danske selskaber til stede på Twitter. Søg derfor efter de danske konkurrenter som Siemens som alternativ til Vestas og Heineken i stedet for Carlsberg.
- **Vælg forbrugere eller professionelle:** Forbrugere på Twitter siger noget om deres subjektive vurdering af et bestemt produkt, mens de professionelle investorer kan sætte informationerne ind i en større kontekst.
- **Følg forbrugerne:** Hvis det er forbrugernes reaktioner, du søger, så suppler Twitter med søgninger på produkter og virksomhedsnavne på Facebook og Google Insights. Jo mere specifikt du søger, jo tættere kommer du på forbrugernes reaktioner. Søg eksempelvis på Beosound 8 i stedet for Bang & Olufsen.
- **Følg de professionelle:** Brug sitet stocktwits.com til at følge de professionelle investorer. Her kan du søge efter selskaber, analytikere, kommentatorer og andet godtfolk, der kommenterer på udviklingen.
- **De danske kommentatorer:** På twitter.com er danske kommentatorer begyndt at tweete om danske selskaber. Vestas og A.P. Møller-Maersk bliver flittigt kommenteret.

Det taler man om på Twitter

En undersøgelse kiggede i 2009 på 2000 tweets for at se, hvad folk talte om.



Kilde: Pear Analytics, 2009.

FOTO: SHUTTERSTOCK, SCANPIX, STANDARD CHARTERED, PRIVAT

INTERESSANTE TWITTER-PROFILER

Her er nogle interessante twitter-profiler, du kan følge inden for forskellige kategorier.

International økonomi

Nouriel Roubini, professor, New York University @Nouriel



En af de få økonomer, der forudså kollapset i det amerikanske boligmarked og finanskrisen. Har tilnavnet Dr. Doom.

Gerard Lyons, chefanalytiker, Standard Chartered @DrGerardLyons



Har stor indsigt i global økonomi. Advarede i 1999 mod britisk deltagelse i euroen, fordi han forudså fremtidige problemer.

Yves Smith, kommentator @yvessmith



Højt respekteret blogger om økonomi. Bag aliaset Yves Smith gemmer sig Susan Webber, grundlægger af det finansielle konsulentfirma Aurora Advisors.

Market Watch Economy, nyhedssite @MKTWeconomics

Dansk økonomi

Mads Kolby, erhvervsjournalist @madskolby

Mathias Kryspin, afdelingschef i erhvervsministeriet @MathiasKryspin

Containerfragt

Shipping News Daily, nyhedssite @sellcontainers

MTS Logistics, nyhedssite @MTSLogistics

Peter Tirschwell, Journal of Commerce @petertirschwell

Alternativ energi

Carbon Finance, nyhedssite @carbonfinance

Windpower Monthly, nyhedssite @windpower_m

Oil & Gas Observer, nyhedssite @oilgasobserver