

Der Kapitalmarkt und digitale Drogen

Seit längerem zählen digitale Leader zu den beliebtesten Aktien. Alphabet verfügt mit seiner marktführenden Suchmaschine Google und mit der Videoplattform Youtube über vielversprechende Kanäle, die mit erhöhter Intelligenz stets raffinierter werden. Microsoft stärkt gerade mit der 69 Milliarden Dollar teuren Übernahme von Activision Blizzard sein Gaming-Geschäft. Zudem verfügt es mit LinkedIn über ein professionell attraktives Netzwerk, um Geschäftsleute mit cleveren Algorithmen möglichst lange auf der Plattform zu halten.

Meta forciert nach dem gleichen Prinzip die Plattformen Instagram, WhatsApp und Facebook. Zudem versucht Mark Zuckerberg, mit Threads eine Twitter/X-Alternative zu etablieren. Schon kurz nach dem Start der neuen App wurde die Marke von 100 Millionen Nutzern geknackt. Allesamt sind kaum vergleichbar mit der Verbreitung von WeChat in China, die erst zwölfjährige Superapp von Tencent, auf die kaum ein Chinese mehr verzichtet. Denn diese App etablierte sich nicht nur als gesellschaftlich stark verankertes Messenger-System, sondern dient zugleich als offizieller Ausweis, ermöglicht mobile Zahlungen, beinhaltet die eigene Krankheitsakte und noch viel mehr.

Doch kein soziales Netzwerk ist derart stark gewachsen wie TikTok, die weltweit beliebteste App unter den Jungen. Als Anleger muss man sich jedoch fragen, ob der Wert einer App tatsächlich linear mit höheren Nutzerzahlen und der längeren Verweildauer zunimmt. Das zumindest ist die einfache Denkweise auf den Kapitalmärkten. Aber wie verhält es sich, wenn die App süchtig macht und irgendwann auch Sammelklagen auslösen könnte?

Viele Erwachsene unterschätzen noch immer die «digitale Droge» TikTok. Junge verbringen, ohne dass es ihre Erzieher erfassen, nicht selten drei, vier Stunden täglich auf TikTok. Beim Ansehen der meist 15-sekündigen Clips, die empfehlungsalgorithmisch auf den jeweiligen User optimiert sind, wird der Botenstoff Dopamin ausgeschüttet, welcher glücklich macht. Zwar nur für eine

kurze Zeit, aber immerhin – und so geht's weiter, die User bleiben auf der Plattform, fasziniert vom Dopamin. Sich dem Trend zu entziehen, fällt auch schwer, weil im Klassenzimmer oftmals ein Gruppendruck entsteht, was man gesehen haben muss. Ein Nebeneffekt: Die Schulaufgaben bleiben liegen, die Mitarbeit im Haushalt sowieso, und der nächste Streit mit den disziplin-einfordernenden Eltern ist vorprogrammiert.

Doch mit der Zeit verringert sich die Aufmerksamkeits-spanne des Users. Seien sie also bloss nicht überrascht, wenn ihr 13-jähriges Kind keine zwei Seiten mehr konzentriert lesen kann – schon zwei Abschnitte sind für einen TikTok-Süchtigen eine Mühsal. Und der Entzug sorgt dann für einen Einbruch. Die Glücksgefühle verschwinden, das Loch wird tief und tiefer. Der Anblick des eigenen Kindes macht traurig, wenn es sich mit einer «ich fühle mich so traurig»-Stimmung in die Sitzecke verkriecht und bittet, doch wieder ins Smartphone zu schauen.

Gemäss der Schweizerischen Gesundheitsstiftung Radix haben in der Schweiz rund 370 000 Menschen ein Problem mit der exzessiven Nutzung des Internets – überproportional viele 12- bis 19-jährige. In den USA kommt es immer mehr zu Zivilklagen gegen TikTok. Opfer sammeln ihre Anliegen im sogenannten «Social Media Victims Law Center», in dem die Fälle vertreten werden, in denen soziale Medien Essstörungen, Depressionen oder Suizid verursacht haben. Denn die dunkle Seite von TikTok besteht darin, die Schwachstellen seiner User zu finden und zu nutzen, extrem zugespitzt auf die aktuelle Interessen- und Gefühlslage. Und soll sich der Anleger gut fühlen, damit noch Geld zu verdienen?



Maurice Pedergnana ist Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).