August 2024

Soziale Medien: Die neue Form des Bank Runs

von Annette Matzke und Dr. Andreas Ita

communicators Orbit36
Risk Finance Solutions

Soziale Medien: Die neue Form des Bank Runs

von Annette Matzke und Dr. Andreas Ita

Nach dem Zusammenbruch der Silicon Valley Bank (SVB) wurden soziale Medien schnell als Auslöser der Krise angesehen. Tatsächlich zeigen Untersuchungen, dass sie Bilanzrisiken verschärfen und zu einem verstärkten Abfluss von Kundeneinlagen führen können. Neue Risiko- und Liquiditätsmodelle sind erforderlich, um solche Risken besser zu verstehen und ähnliche Angriffe durch soziale Medien erfolgreich abzuwehren. Eine agile Kommunikation kann zudem helfen, Krisen früher und schneller zu erkennen und geeignete Massnahmen zu ergreifen. Auch kleinere und mittelgrosse Banken sind nicht vor Bank Runs gefeit – auch wenn viele Institute dies anders wahrnehmen.

Soziale Medien – und insbesondere X (ehemals Twitter) – spielten eine entscheidende Rolle beim Bank Run auf die SVB und den Schwierigkeiten einiger US-Regionalbanken nach dem Zusammenbruch der SVB am 10. März 2023. Schätzungen zufolge verzeichneten die auf X am häufigsten genannten Banken zwischen dem 1. und 14. März 2023 einen um 6,6 Prozentpunkte höheren Verlust an der Börse.[1] Dieser enorme Vertrauensverlust in Banken im Allgemeinen und in die SVB im Besonderen zeigte sich auch in einer Flut von Tweets vermeintlicher Einleger, die offen Wörter wie «abheben» verwendeten. Die Offenheit und Schnelligkeit dieses Informationsaustausches im Vorfeld eines Bank Runs ist beispiellos und führte zu sofortigen Diskussionen über ein mögliches Überspringen auf andere Banken.

Suche nach den Ursachen

Rückblickend gibt es eine Reihe von Gründen für die Insolvenz der SVB, angefangen bei einem fehlerhaften Asset- and Liability-Management, der starken Konzentration auf Venture-Capital-Kunden und der Möglichkeit für Grosskunden, hohe Einlagen elektronisch abzuheben. Ein aus unserer Sicht wenig beachteter Aspekt ist ein offensichtliches Kommunikationsversagen, verbunden mit einer wenig ausgeprägten Kompetenz, die Wirkungsweise sozialer Medien zu verstehen und mit ihnen umzugehen. Auch ein Mangel an kommunikativer Proaktivität seitens der SVB könnte die Krise verschärft haben. Laut einer Untersuchung kommunizierte die SVB im ersten Quartal 2023 relativ häufig. In der Zeit um den Bank Run hingegen fand keine aktive Kommunikation statt, während gleichzeitig die mediale Berichterstattung über die SVB sprunghaft anstieg (siehe Abbildung).

Tabelle 1: Anzahl der Veröffentlichungen je Medium im Analysezeitraum

Medium	Presse-nach-richten	Mikro-Blog-ging-Platt-formen	Zeitung	Nach-richten-dienst	Fach-zeit-schrift
	Presse-nach-richten der SVB	X	WSJ	CNBC	Tech-Crunch
Anzahl der Artikel im Zeit-raum 1	4	20	0	1	3
Anzahl der Artikel im Zeit-raum 2	0	10	1	17	8
Anzahl der Artikel im Zeit-raum 3	0	18	98	145	48
Gesamt	**4**	**48**	**99**	**163**	**59**

Quelle: Philippe Krahnhof, Alexander Zureck, FOM Hochschule für Ökonomie & Management, Zeitraum: 1.1.23 bis 31.3.23, Zeitraum 1: 1.1.23 bis 9.3.23, Zeitraum 2: 10.3.23, Zeitraum 3: 11.3-14.3.23

[1] Cookson, J. A., Fox, et. al.(2023). Social media as a bank run catalyst. SSRN Electronic Journal. https://doi..org/10.2139/ssrn.4422754, p. 1.

Merkmale sozialer Medien

Soziale Medien besitzen im Vergleich zu Offline-Medien mindestens drei Eigenschaften, die sie zu einem effektiven Mechanismus für koordinierte Kommunikation machen.

Erstens erfolgt die Kommunikation über soziale Medien wesentlich schneller als über persönliche Kontakte. Zweitens sind Informationen, die beispielsweise auf Plattformen wie X gepostet werden, öffentlich einsehbar, was ihre Verbreitung über enge persönliche Netzwerke hinaus ermöglicht. Drittens können virale Tweets von jedem Nutzer der Plattform verfasst werden, so dass soziale Medien eine Vielzahl von Informationsquellen widerspiegeln. All diese Eigenschaften wirken zusammen. Dienen die sozialen Medien als Forum für den Dialog und Informationsaustausch zwischen Einlegern, kann sich das Risiko eines Bank Runs stark erhöhen.

Rückblick: Informationsaustausch über die SVB

Der Einfluss von Social Media sollte als Krisenfaktor erkannt und durch Kommunikationsmassnahmen bestmöglich flankiert werden. Exemplarisch sollen drei Themenbereiche angesprochen werden, um die Wirkungsweise der sozialen Medien während der SVB-Krise zu verdeutlichen.

1 Dynamik des Informationsaustausches unterschätzt

Nach der Insolvenz der SVB am 10. März 2023 untersuchte ein Forscherteam die Zeitpunkte und Inhalte des Informationsaustausches vor und nach dem Bank Run (also vor und nach dem 8. März 2023). Es stellte sich heraus, dass bereits am 18. Januar 2023 ein Tweet über die SIVB (die Investmentbank der SVB) veröffentlicht wurde, in dem viele der Probleme angesprochen wurden, mit denen die SVB im März 2023 konfrontiert sein würde. Dazu zählten zum Beispiel die sofort fälligen Vermögenswerte, die unversicherten Einlagen und der Druck auf das Management aufgrund des konzentrierten Engagements im VC-Sektor.[2]

Der Tweet vom 18. Januar 2023 hatte zunächst wenig Einfluss auf den Informationsaustausch und wurde kaum weiterverbreitet, das Interesse liess schnell nach. Ab dem 8. März 2023 wurde er jedoch wiederentdeckt und erreichte mehr als 1'000 Retweets, da er eine logische Erklärung für den Bank Run lieferte und damit grosse Aufmerksamkeit erregte.

Einordnung: *Krisen kündigen sich fast immer an – auch und gerade über Social Media. Ein sorgfältiges Social-Media-Monitoring ist daher notwendig, um Krisenherde frühzeitig zu erkennen. Daten und Meinungen in den richtigen Kontext zu setzen und für das Management einzuordnen, ist Aufgabe einer professionellen Kommunikationsabteilung. Sie sollte frühzeitig intern informieren und so Krisen kommunikativ abfedern und begleiten. Auch Wochen nach einem Thema kann eine Eigendynamik entstehen, die nur schwer wieder einzufangen ist.*

2 Desinformation ist die neue Realität

Es ist naiv zu glauben, dass das Problem eines Konkurrenten nicht zum eigenen Problem werden kann. Während der SVB-Krise griff der Vertrauensverlust auch auf traditionelle Institutionen wie die Bank of America (BoA) über. Im Januar 2023 hatte die BoA für einen Tag technische Probleme, über die sie auch in den sozialen Medien informierte. Innerhalb eines Tages wurde die technische Panne behoben. Das hinderte einen Social-Media-Nutzer jedoch nicht daran, das Thema im März wieder «aufzuwärmen» und in einem Video zu erklären, warum ihm und anderen BoA-Kunden Geld auf dem Konto fehlte. Obwohl diese Nachricht nichts mit

[2] Cookson, J. A., Fox, et. al. (2023). Social media as a bank run catalyst. SSRN Electronic Journal. https://doi..org/10.2139/ssrn.4422754, p. 2.

der SVB-Thematik zu tun hatte, wurde dieser BoA-Tweet nach dem 8. März 2023 66-mal retweetet.

Einordnung: *Kein Unternehmen ist vor Fehlinformationen gefeit. Sie mögen unfair sein. Aber sie sind die neue Realität. Je schneller Unternehmen solche Fehlinformationen automatisiert erkennen und routiniert mit ihnen umgehen, desto grösser ist die Chance, ihre Verbreitung zu minimieren und negative Auswirkungen zu begrenzen. Wichtig erscheint uns, dass je nach Schwere der Falschmeldung die betroffenen Gruppen wie Mitarbeitende oder Kunden so schnell wie möglich informiert werden. Hier scheint uns noch viel Handlungsbedarf zu bestehen.*

3 Kenne deine Kunden!

Die Einlagen der SVB konzentrierten sich stark auf Start-ups und Gründer, deren Unternehmen mit Risikokapital finanziert werden. Neben den üblichen Risiken, die mit Einlagen aus einer einzigen Branche verbunden sind, ist diese spezielle Start-up-Gemeinschaft auch über soziale Medien stark vernetzt. Dieses Kommunikationsverhalten hat die SVB in guten Zeiten gestärkt. In schlechten Zeiten wirkte es wie ein Bumerang und scheint laut Studien den Bank Run noch verstärkt zu haben.

Einordnung: *Unternehmen, kennt eure Kunden! Um sie als Zielgruppen besser einzugrenzen, zu charakterisieren und Produkte und Dienstleistungen genau auf sie zuzuschneiden, nutzen Unternehmen häufig das Konstrukt der Persona. Eine Persona wird in Form eines Steckbriefes so beschrieben, als wäre sie eine reale Person. Solche Persona-Profile sollten mit dem Vertriebs- und Kommunikationsteam reflektiert und die Implikationen und Konsequenzen für die Ansprache diskutiert werden. Dieser sehr kollaborative Ansatz mag mühsam erscheinen. Das Ergebnis ist aber ein besseres Verständnis auf allen Seiten und die Möglichkeit, siloübergreifend zu agieren.*

Die neue Form des Bank Runs

Empirische Studien belegen, dass Diskussionen über Banken in sozialen Medien aufgrund ihrer Dynamik und Schnelligkeit die klassischen Risiken eines Bank Runs verstärken. Dieses Phänomen ist jedoch nicht neu und hat seine Wurzeln in traditionellen Bank-Run-Modellen, wie etwa denen von Diamond und Dybvig (1983). Diese Modelle gehen davon aus, dass Kommunikation und Koordination ein Risiko für Banken darstellen, insbesondere wenn ein Grossteil der Einlagen bei der Bank nicht versichert ist. In der heutigen Gesellschaft ermöglichen soziale Medien den Menschen zunehmend, sich zu koordinieren und miteinander zu kommunizieren. Angesichts der wachsenden Verbreitung von Social Media ist nicht zu erwarten, dass dieses Risiko verschwindet, sondern dass es sich auf andere Bereiche ausweitet.

Auswirkungen auf das Liquiditätsmanagement

Die rasant gestiegene Geschwindigkeit der Informationsverbreitung über den vermeintlichen Zustand einer Bank in den sozialen Medien bleibt nicht ohne Auswirkungen auf das Liquiditätsmanagement von Banken. Der jederzeitige elektronische Zugriff auf Bankkonten führt dazu, dass Kunden äusserst rasch auf Informationen und Gerüchte reagieren können. Wie die jüngsten Erfahrungen aufgezeigt haben, können Einlagenrückzüge nicht nur sehr rasch erfolgen, sondern ein bis anhin ungeahntes Ausmass annehmen. So verlor beispielsweise die SVB an einem einzigen Tag einen Viertel ihrer Einlagen. Auch bei der Credit Suisse kam es innert weniger Tage zu einem Abfluss von rund 30 Prozent der Einlagen. Diese neue Ausgangslage erfordert von Banken ein grundlegendes Überarbeiten ihrer Liquiditätsnotfallkonzepte.

Beschränkte Verlässlichkeit regulatorischer Kennzahlen

Die Sicherstellung der Resilienz des Bankensystems ist ein wichtiges Ziel der Aufsichtstätigkeit. Um die Gefahr von Bank Runs zu verringern, müssen Banken regulatorisch vorgeschriebene

Mindestbestände an Kapital und Liquidität halten. Viele Banken schaffen zusätzliches Vertrauen, indem sie diese Mindestvorgaben übererfüllen. In den letzten Jahren wiesen 75 Prozent der Banken in der Schweiz eine Liquidity Coverage Ratio (LCR) von über 150 Prozent auf, deutlich über der Mindestanforderung von 100 Prozent.[3]

Einordnung: Während die Übererfüllung der LCR grundsätzlich positiv zu bewerten ist, birgt sie jedoch auch eine Gefahr. So kann es für den Verwaltungsrat verlockend sein, eine vermeintlich konservative interne Mindestanforderung (z.B. LCR-Limite von 120 Prozent) anzuordnen und sich damit in Sicherheit zu wiegen. Zielführender wäre es jedoch, sich ausführlich mit den Faktoren zu beschäftigen, die unerwartete Mittelabflüsse auslösen können. Darauf basierend sind Strategien zur Abdeckung des potenziell entstehenden Liquiditätsbedarfs abzuleiten. Die alleinige Orientierung an der regulatorischen Mindesterfordernis ist aus unserer Sicht nicht ausreichend.

Unzureichende Notfallkonzepte für abrupte Liquiditätskrisen

Banken müssen über ein umfassendes und wirksames Notfallkonzept für akute Liquiditätsengpässe verfügen. Dieses muss jährlich geprüft und aktualisiert werden.

Frühwarnindikatoren stellen sicher, dass Gefahren rechtzeitig erkannt werden und dass die Bank darauf reagieren kann. Üblicherweise beinhaltet das Liquiditätsnotfallkonzept ein mehrstufiges Eskalationsverfahren mit unterschiedlichen Handlungsoptionen. Im Falle einer durch negative Berichte in sozialen Medien ausgelösten Liquiditätskrise dürften jedoch viele der vorgesehenen Massnahmen nicht innerhalb der erforderlichen Frist Wirkung zeigen. Selbst die umgehende Veräusserung von Finanzanlagen zur Sicherstellung der Liquidität führt erst zwei Valutatage später zu einem Zahlungseingang.

Den Schweizer Banken steht über die Engpassfinanzierungsfazilität (EFF) der Schweizerischen Nationalbank (SNB) ein grundsätzlich wirkungsvolles Instrument zur Verfügung, um auf einen unerwarteten Liquiditätsengpass reagieren zu können. Voraussetzung ist jedoch, dass die Bank über einen Repo-Markt-Zugang verfügt, vorgängig bei der SNB eine Limite beantragt und die zur Deckung erforderlichen Wertpapiere in einem separaten “Deckungsdepot SNB” bei der SIX SIS AG eingeliefert hat. Dies ist jedoch nicht bei allen Banken der Fall.

Einordnung: Der rasche Ablauf digitaler Bank Runs stellt die rechtzeitige Umsetzbarkeit vieler Massnahmen im Liquiditätsnotfallkonzept in Frage. Dies erfordert von den Banken eine grundlegende Überprüfung ihrer Notfallkonzepte. Nebst der Evaluation kurzfristig verfügbarer zusätzlicher Liquiditätsquellen kann die veränderte Risikosituation auch eine Anpassung der Bilanzstruktur erforderlich machen.

Operative Tücken bei der Mittelbeschaffung

Am 9. März 2023 kam es bei der SVB zu massiven Einlagenabzügen. Die in Kalifornien ansässige Bank versuchte deshalb, sich bei der San Francisco Federal Home Loan Bank (FHLB) eine Finanzierung von 20 Milliarden USD zu beschaffen. Dies war jedoch nicht mehr am gleichen Tag möglich. Die SVB entschied deshalb, sich die erforderlichen Mittel stattdessen über das sogenannte «Discount Window» bei der US-Notenbank zu leihen. Diese Möglichkeit stand der SVB grundsätzlich offen, sie musste dazu jedoch zuerst die bei der FHLB hinterlegten Sicherheiten an die Notenbank transferieren. Dieses Unterfangen geriet jedoch zu einem dramatischen Wettlauf gegen die Zeit. Die Bank verpasste das

[3] Schweizerische Nationalbank. (2024). Financial Stability Report 2024, p. 50.

Zeitfenster für den rechtzeitigen Transfer der Sicherheiten und war am Folgetag insolvent.

Einordnung: *Die kurzfristige Liquiditätsbeschaffung in einem Krisenfall kann mit zahlreichen operativen Herausforderungen verbunden sein, gerade weil sie im Normalfall kaum getätigt wird. Es ist deshalb wichtig, dass für den Notfall nicht nur die Entscheidungskompetenzen klar geregelt sind, sondern das auch regelmässig kleinere Mittelaufnahmen zu Testzwecken vorgenommen werden. Dies kann im Krisenfall überlebenswichtig sein.*

Interdisziplinäre Zusammenarbeit

Bank Runs laufen in der heutigen Zeit wesentlich rascher ab als früher und verkürzen die den Entscheidungsträgern zur Verfügung stehende Zeit dramatisch. Wie in diesem Artikel aufgezeigt, besteht aber selbst bei durch die sozialen Medien beschleunigten Krisen eine gewisse Vorlaufzeit. Es gilt, die ersten Anzeichen in den sozialen Medien zu erkennen, rasch mit kommunikativen Gegenmassnahmen zu reagieren und sich die im Notfall benötigte Liquidität auch innert kürzester Frist beschaffen zu können. Dazu sind eine gute Vorbereitung und das regelmässige gemeinsame Training aller involvierten Stellen (Kommunikation, Treasury, Geschäftsleitung und Verwaltungsrat) unerlässlich. Es wird sich im Krisenfall auszahlen!

Annette Matzke ist Mitinhaberin der Financial Communicators AG, einer Kommunikationsagentur für strategische Beratung und Umsetzung in Deutschland, Schweiz und Österreich. Die Agentur betreut vor allem Vermögensverwalter, Banken und Finanzinstitutionen. Ihre Expertise im Finanz- und Kommunikationsbereich sammelte sie bei Fidelity International, UniCredit, DWS, Instinctif Media und GolinHarris.

Dr. Andreas Ita ist geschäftsführender Partner und Mitgründer der Orbit36 Risk Finance Solutions AG, einer Managementberatungsfirma, die auf strategische Planung, Treasury, Risiko- und Kapitalmanagement für Banken und andere Finanzinstitute spezialisiert ist.
Seit 2023 ist er Verwaltungsrat einer Schweizer Regionalbank. Bis 2019 war er als Executive Direktor in der Finanzabteilung der UBS AG tätig.

Kontakt

Annette Matzke
annette.matzke@communicators.swiss
Telefon: +41 44 455 56 51

Financial Communicators AG
Dennlerstrasse 4
8048 Zürich
Schweiz
www.communicators.ch

Dr. Andreas Ita
andreas.ita@orbit36.com
Telefon: +41 44 506 74 36

Orbit36 Risk Finance Solutions AG
Eichholzstrasse 47
8808 Pfäffikon SZ
Schweiz
www.orbit36.com

Die Inhalte dieses Dokuments wurden mit grösster Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte übernehmen wir keine Gewähr. Das Dokument stellt keine rechtliche oder steuerliche Beratung dar. Stand: August 2024.