

HWZ Working Paper Series

Bitcoin – Wie Social Media
Privatanlegende in ihrem
Handeln beeinflussen

2023

Eine fallstudienbasierte Untersuchung

Thierry Berger, B.A.

Bernhard Schneider, M.A.

Hochschule für Wirtschaft Zürich

HWZ

Bitcoin – Wie Social Media Privatanlegende in ihrem Handeln beeinflussen¹

Thierry Berger, B.A.²

Bernhard Schneider, M.A.³

¹ In diesem Paper werden die Inhalte der Bachelor Thesis von Berger T. (2022) «Bitcoin – Wie Social Media Privatinvestoren in ihrem Handeln beeinflusst» in komprimierter Form wiedergegeben.

² Thierry Berger arbeitet bei Orell Füssli AG als Marketing & Communications Manager und hat im Jahr 2022 den Bachelor of Science in Business Communications an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (Schweiz) abgeschlossen. Seine E-Mail-Adresse lautet: thierry.berger.workingpaper@gmail.com

³ Bernhard Schneider ist Dozent an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (Schweiz) für Kommunikations- und Medienpsychologie. Hauptberuflich ist er Inhaber einer Kommunikationsagentur. Seine E-Mail-Adresse lautet: bernhard.schneider@schneidercom.ch

Abstract

Bitcoin ist, plakativ ausgedrückt, digitales Gold: Das Angebot ist fixiert und somit das härtere monetäre Gut als klassische Fiatwährungen. Der Wert gegenüber dem USD stieg zwischen 2011 und 2021 um durchschnittlich 230 % pro Jahr, was es zur erfolgreichsten Anlageklasse der Welt macht. Erfolg zieht Privatinvestorinnen und -investoren an. Diese informieren sich oftmals über Social-Media-Kanäle wie Twitter über Trends und lassen sich vom herrschenden Sentiment beeinflussen. Die Eintrittsbarrieren sind tief. Jeder hat schnell ein Bitcoin-Wallet erstellt und ist Teil der Bewegung.

Wenn ein Preis ohne fundamentale Ursache stark steigt, erhöht sich dadurch der ebenfalls nicht fundamental bedingte Spielraum nach unten. Die hohe Volatilität ist ein Merkmal des noch jungen Marktes. Die Mehrheit der Privatinvestorinnen und -investoren kann mit diesem Druck nicht umgehen. Viele verlassen den Markt bereits nach wenigen Wochen oder Monaten in Panik, wenn ein satter Verlust anstelle eines hohen Gewinns eingetreten ist, um das übriggebliebene Investment vor einem Totalverlust in Sicherheit zu bringen.

Mithilfe von Fachpersoneninterviews werden in der vorliegenden Arbeit theoretische Aspekte mit Erfahrungen aus der Praxis ergänzt, um einen ganzheitlichen Blick auf die Wechselwirkung des Verhaltens von Markt und Privatanlegenden zu erhalten.

Indem verlässliche Twitter-Accounts mit Mehrwert gesucht werden, sich nicht auf eine einzige Informationsquelle verlassen sowie eine klare und langfristige Strategie verfolgt wird und das Investment auf fundierten Kenntnissen gründet, kann eine Neuinvestition in diesem Markt bestehen, denn der Markt geht mittel- und langfristig nach oben.

Schlüssel- Bitcoin, Social Media, Medienpsychologie

Wörter

Reviewed Dezember 2022

Verfügbar Mai 2023

online

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Problemstellung.....	3
1.3 Zielsetzung	3
2. THEORIE	4
2.1 Geld – Geschichte und Anforderungen.....	4
2.1.1 Bitcoin als Wertspeicher	5
2.2 Medienpsychologische Betrachtung.....	6
2.2.1 Motivation	6
2.2.2 Emotion	7
2.2.3 Verhalten	7
2.3 Elon Musks Social Media Plattform Twitter	8
2.3.1 Twitter	8
2.3.2 Tesla – Elon Musk	9
3. METHODISCHE VORGEHENSWEISE	11
3.1 Thesen und Untersuchungsziel	11
3.2 Aufbau des Interviews.....	11
3.3 Qualitative Inhaltsanalyse und Gütekriterien	11
4. EMPIRIE	12
4.1 Geld – Geschichte und Anforderungen.....	12
4.2 Medienpsychologische Betrachtung.....	13
4.2.1 Motivation	13
4.2.2 Emotion	14
4.2.3 Verhalten	15
4.2.4 Empirische Erkenntnisse, Fall Tesla	16
5. SCHLUSSFOLGERUNGEN	17
5.1 Beantwortung der Unterfragen / Forschungsfrage.....	17
5.2 Gefahren	18
5.3 Kritische Würdigung	18
Quellenverzeichnis	19
Abbildungsverzeichnis	21
Anhang A.....	22

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Im Jahr 2008 erschütterte eine Finanzkrise die Welt (BTC Direct, 2021). Die amerikanische Grossbank Lehman Brothers implodierte, was zu einer Hypothekenkrise führte und über Monate unzählige Personen in die Arbeitslosigkeit zog. Das Vertrauen in Banken sank. Die Krise kann als Katalysator für den Erfolg von Bitcoin als eine dezentralisierte Währung betrachtet werden. Bereits in den 90er Jahren wurden in Projekten namens DigiCash, Hashcash oder Bitgold erste Versuche unternommen, ein Peer-to-Peer Electronic Cash System zu erschaffen, das die Existenz eines kontrollierenden Drittanbieters überflüssig machen sollte. Die hohe Volatilität und das auf 21 Millionen Coins begrenzte Angebot machen Bitcoin nicht nur zu einer digitalen Währung, sondern auch zu einem Investitions- und Spekulationsgut.

Dies ist unter anderem deshalb bemerkenswert, da Bitcoin mit durchschnittlich 230 % jährlicher Rendite von Yahoo! Finance zum erfolgreichsten Asset von 2011 bis 2021 gekürt wurde (Yahoo! Finance, 2021). Im Jahr 2022 erfolgte jedoch ein Preiszerfall um bis zu 77 %. Und doch ändert das nichts am Fakt: Die aktualisierte Rechnung der letzten 10 Jahre ergibt einen jährlichen ROI von 130 % (Rechnungsweg mit Datenpunkten vom 4. Januar 2013 und 2023: $[16'900 / 12.85]^* [1:10]-1$). Abbildung 1 zeigt die prozentuale Entwicklung im Preis der bedeutendsten Assetklassen pro Jahr. Bei Bitcoin fallen die enormen Schwankungen auf (positiv wie negativ). Diese beeinflussen Privatinvestorinnen und -investoren in ihrem Handeln.

Abbildung 1: Performance Assetklassen über die letzten 10 Jahre und 3 Monate (Jan 11 – März 21)

ETF	Asset Class	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 YTD	2011-21 Cumulative	2011-21 Annualized
N/A	Bitcoin (\$BTC)	1473%	186%	5507%	-58%	35%	125%	1331%	-73%	95%	301%	109%	20037142%	230.6%
QQQ	US Nasdaq 100	3.4%	18.1%	36.6%	19.2%	9.5%	7.1%	32.7%	-0.1%	39.0%	48.6%	0.5%	541.3%	20.0%
SPY	US Large Caps	1.9%	16.0%	32.2%	13.5%	1.2%	12.0%	21.7%	-4.5%	31.2%	18%	5.4%	282.4%	14.0%
IWM	US Small Caps	-4.4%	16.7%	38.7%	5.0%	-4.5%	21.6%	14.6%	-11.1%	25.4%	20.0%	19.1%	244.7%	12.9%
VNQ	US REITs	8.6%	17.6%	2.3%	30.4%	2.4%	8.6%	4.9%	-6.0%	28.9%	-4.7%	7.9%	147.7%	9.3%
TLT	Long Duration Treasuries	34.0%	2.6%	-13.4%	27.3%	-1.8%	1.2%	9.2%	-1.6%	14.1%	18.2%	-13.5%	88.7%	6.4%
PFF	Preferred Stocks	-2.0%	17.8%	-1.0%	14.1%	4.3%	1.3%	8.1%	-4.7%	15.9%	7.9%	-0.6%	76.3%	5.7%
EFA	EAFE Stocks	-12.2%	18.8%	21.4%	-6.2%	-1.0%	1.4%	25.1%	-13.8%	22.0%	7.6%	4.6%	76.3%	5.7%
HYG	High Yield Bonds	6.8%	11.7%	5.8%	1.9%	-5.0%	13.4%	6.1%	-2.0%	14.1%	4.5%	-0.2%	71.0%	5.4%
LQD	Investment Grade Bonds	9.7%	10.6%	-2.0%	8.2%	-1.3%	6.2%	7.1%	-3.8%	17.4%	11.0%	-6.4%	69.4%	5.3%
EMB	EM Bonds (USD)	7.7%	16.9%	-7.8%	6.1%	1.0%	9.3%	10.3%	-5.5%	15.5%	5.4%	-5.8%	62.4%	4.9%
TIP	TIPS	13.3%	6.4%	-8.5%	3.6%	-1.8%	4.7%	2.9%	-1.4%	8.3%	10.8%	-2.1%	40.3%	3.4%
EEM	EM Stocks	-18.8%	19.1%	-3.7%	-3.9%	-16.2%	10.9%	37.3%	-15.3%	18.2%	17.0%	4.5%	39.8%	3.3%
BND	US Total Bond Market	7.7%	3.9%	-2.1%	5.8%	0.6%	2.5%	3.6%	-0.1%	8.8%	7.7%	-3.7%	39.5%	3.3%
GLD	Gold	9.6%	6.6%	-28.3%	-2.2%	-10.7%	8.0%	12.8%	-1.9%	17.9%	24.8%	-9.5%	16.4%	1.5%
BIL	US Cash	0.0%	0.0%	-0.1%	-0.1%	-0.1%	0.1%	0.7%	1.7%	2.2%	0.4%	0.0%	4.8%	0.5%
DBC	Commodities	-2.6%	3.5%	-7.6%	-28.1%	-27.6%	18.6%	4.9%	-11.6%	11.8%	-7.8%	18.5%	-34.9%	-4.1%

Quelle: Twitter (2021a)

Geschichten gemäss dem Bild „Vom Tellerwäscher zum Millionär“ schreiben Individuen immer wieder (Handelszeitung, 2020). Dies ist möglich, wenn neue Märkte in den Anfängen stark wachsen, sich etablieren und exponentiell an Wert zulegen.

Suchanfragen über Google Trends belegen, dass sich die grösste Aufmerksamkeit der Allgemeinheit dann gezeigt hat, wenn der Markt bereits stark überkauft war und kurz vor dem Kollaps stand. Dieses Phänomen ist in der Finanzwelt verbreitet. Institutionelle Anlegerinnen und Anleger sowie Investment Funds (Smart Money) haben durch ihr Netzwerk in der Regel Zugriff auf wertvolle und zeitsensitive Informationen. Hingegen sind die durchschnittlichen Financiers (Dump Money) im Vergleich schlecht und zeitversetzt informiert. Es erschliesst sich die Regel: Investorinnen und Investoren mit Smart Money verkaufen, wenn der Mainstream mit Dump Money in den Markt eintritt. Antizyklisches Verhalten hat in der Vergangenheit den grössten finanziellen Erfolg erzielt. Dies setzt eine emotionslose Betrachtung des Marktes voraus, was Teil der auf Seite 3 präsentierten Problemstellung ist.

In den folgenden zwei Abbildungen ist ersichtlich, dass die Suchabfrage auf Google mit dem Begriff „Bitcoin“ eine positive Korrelation mit Zyklen-Preistops aufweist.

Abbildung 2: Google Trends Suchwort „Bitcoin“



Quelle: Google Trends (2023, abgerufen am 04.01.2023)

Abbildung 3: Preisentwicklung Bitcoin mit eingezeichneten Cycle-Tops



Quelle: Eigene Darstellung nach Tradingview (2023)

1.2 Problemstellung

Ein Medium, über das der Mainstream Informationen zum Thema bezieht, ist die Social-Media-Plattform Twitter (Ortiz, 2021). Beleg dafür, dass Crypto Twitter unter privaten als auch institutionellen Anlegenden als wichtige Quelle anerkannt ist, zeigt der Einfluss der Tweets von Elon Musk auf den Markt (Ausführungen unter Kapitel 2.3.2). Die Gefahr, die Stimmung schaukelt sich in bullischen Phasen hoch (Twitter, 2022a). Von März bis April 2021, nach einem starken Preisanstieg und kurz vor dem ersten Preistop, wurden 110 Beiträge mit dem Schlagwort „Bitcoin“ und über 500 „Gefällt-mir-Angaben“ analysiert. 97 berichteten positiv, sieben neutral und lediglich sechs skeptisch. Die meistverbreitete Beitragsart sind positive Preisprognosen. Diese generieren Klicks, haben das Potenzial, FOMO (Fear of missing out – Angst, etwas zu verpassen) auszulösen und Privatanlegende zu unüberlegten Käufen zu verführen (siehe Anhang A).

Die Einleitung ergibt folgende Hauptkenntnisse:

- Die Idee Bitcoin wurde durch die Finanzkrise initiiert und lockt durch seinen starken Wertzuwachs diverse Anlegerinnen und Anleger an.
- Unerfahrene Privatfinanciers können ihr Investment durch die volatile Art von Bitcoin trotz Wachstum verlieren.
- Twitter bietet den einfachsten Zugang zu tagesaktuellen Informationen über den Kryptomarkt und die kurz-, mittel- und langfristige Kursentwicklung für Investorinnen und Investoren, welche die einzelnen Urheber beurteilen können.

Aus dem bisherigen Beschrieb wird folgende Forschungsfrage hergeleitet: **Wie beeinflusst Twitter weltweit das Handeln von Privatanlegenden, die in Bitcoin investiert haben?**

1.3 Zielsetzung

In dieser Arbeit soll der Einfluss von Twitter auf das Verhalten von Privatfinanciers mithilfe von medienpsychologischen und ökonomischen Theorien untersucht werden. Dabei sollen Muster erkannt werden, die für die Einschätzung der Tragweite von Mitteilungen über Twitter hilfreich sind. Von den Erkenntnissen soll jene Leserschaft profitieren, die in Erwägung zieht, zukünftig in Bitcoin zu investieren, oder die bereits investiert hat. Aufgrund dieser Zielsetzung wurden zwei Unterfragen hergeleitet, welche die Forschungsfrage mitbeantworten sollen.

1. Welche medienpsychologischen Theorien erklären das Verhalten der Privatanlegenden?
2. Können Aktivitäten von Individuen auf Social Media den Kursverlauf beeinflussen?

Disclaimer: Die Arbeit analysiert Bitcoin und das Verhalten von Anlegenden aufgrund der Historie. Sie erteilt keine Ratschläge und übernimmt keine Haftung beim Anwenden der Schlussfolgerungen. Mögliche Einflüsse durch andere Faktoren werden vernachlässigt.

2. Theorie

Im theoretischen Teil geht es darum, die Hintergründe und Zusammenhänge von Geld und Medienpsychologie mithilfe von Modellen, Theorien und historischem Kontext miteinander zu verbinden. Dieses Kapitel ist in zwei Bereiche unterteilt. Als Basis und Grundverständnis wird die Lehre des Geldes aufgegriffen und kurz erklärt (2.1). Der zweite Teil widmet sich den medienpsychologischen Theorieansätzen sowie dem Praxisfall auf Twitter „Tesla – Elon Musk“, wodurch die Unterfragen durch das Bilden von Thesen bearbeitet werden (2.2 / 2.3).

2.1 Geld – Geschichte und Anforderungen

Damit ein monetäres Gut seinen Gegenwert behält, darf sein Angebot nicht zu stark zunehmen (Ammous, 2019). Jede Einheit, die eine Inhaberin oder ein Inhaber besitzt, verliert an Rarität und somit an Wert mit jeder zusätzlichen Einheit, die das Angebot erhöht. Es braucht deshalb einen Mechanismus, der die Produktion von neuen Einheiten eines Guts einschränkt. Wirtschaftlich gesprochen ist das Verhältnis zwischen Bestand (Stock) und Neuzugang (Flow) ein zuverlässiger Indikator für die Härte eines Guts, das als Geld genutzt wird. Je unelastischer (härter) ein Gut ist, desto besser ist es dafür geeignet, die Funktion eines monetären Guts zu übernehmen. In der Praxis wird das Stock-to-Flow-Verhältnis der Währung einer Volkswirtschaft an der M3-Klassifizierung gemessen (Fielitz, 2022). Dieser Wert besteht aus institutionellen Geldmarktfonds, Termineinlagen, grösseren liquiden Vermögenswerten und kurzfristigen Repogeschäften. Durch eine grösser werdende Wirtschaft wächst die Geldmenge im jeweiligen Land. Wenn dieser Indikator exzessiv steigt, ist dies ein Zeichen dafür, dass der Staat das Angebot der Währung erhöht, was die Entwicklungen der Inflation mittel- und langfristig negativ beeinflussen kann. In Abbildung 4 ist das M3 der USA abgebildet. Durch die Stützung der Wirtschaft infolge der Pandemie hat sich die Geldmenge überdurchschnittlich erhöht.

Abbildung 4: M3 USA in den letzten 20 Jahren

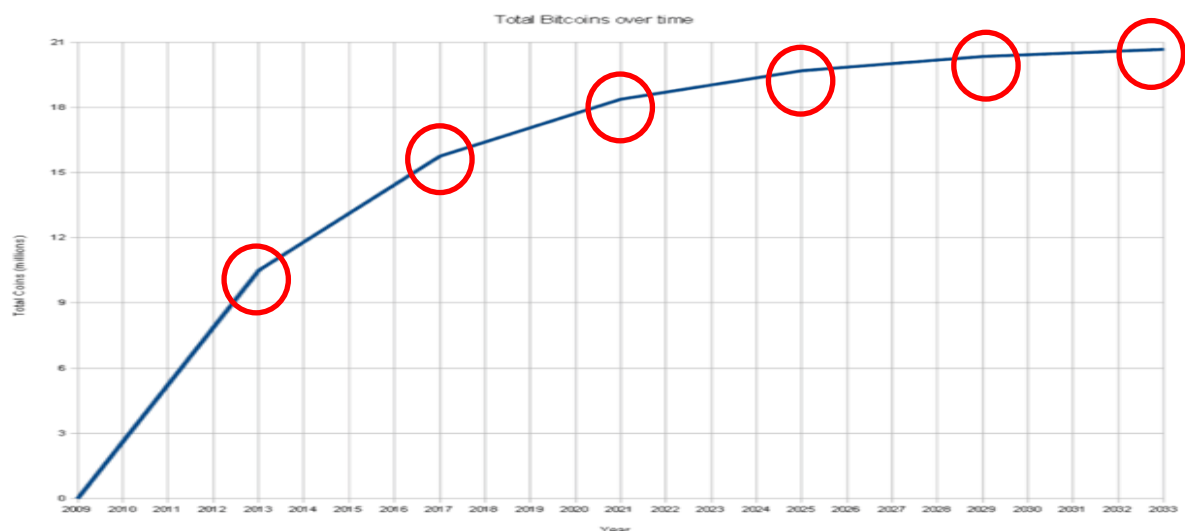


Quelle: FRED (2023, abgerufen am 04.01.2023)

Wenn in Folge einer natürlichen, technologischen oder politischen Entwicklung das monetäre Gut innerhalb kurzer Zeit stark im Angebot erhöht wird – so die Theorie –, verliert es seinen monetären Status an ein anderes Tauschmedium mit zuverlässigem Stock-to-Flow-Verhältnis und wird ersetzt (Ammous, 2019).

Abbildung 5 zeigt auf, dass sich nach jeweils 210'000 geschürften Blöcken die herausgegebene Menge an Bitcoins halbiert. Im Jahr 2140 wird die fixierte Menge von 21 Millionen erreicht sein. Die Inflation kann auf jeden Zeitpunkt in der Zukunft benannt werden und halbiert sich mit jedem Halving. Steigt dazu die Anzahl an Menschen, die Bitcoin als monetäres Medium akzeptieren, steigt auch dessen Liquidität.

Abbildung 5: Anzahl Bitcoin über Zeit



Quelle: Lookintobitcoin (2022, abgerufen am 29.09.2022)

2.1.1 Bitcoin als Wertspeicher

Bis zur Erschaffung von Bitcoin war es die Zeit eines jeden Menschen, welche die eigentliche und tatsächliche Mengenbegrenzung jeder Ressource darstellte (Ammous, 2019). Mit mehr menschlicher Zeit, die endlich ist, kann die Menge aller anderen Ressourcen vergrößert werden. Welches Objekt die Menschheit auch immer als Wertspeicher wählt, sein Wert würde steigen. Und weil immer grössere Mengen von diesem Objekt produziert oder abgebaut werden können, würden andere Marktteilnehmende mehr davon produzieren, um sich den darin gespeicherten Wert anzueignen. Dank der chemischen Zusammensetzung, die es niemandem ermöglicht, das Angebot aufzublähen, war Gold in der Lage, das Problem eines Preiseinsturzes infolge Überproduktion nahezu zu lösen. Gold geriet jedoch immer stärker unter die Kontrolle des Staates, was dessen monetäre Rolle einschränkte, da es durch Geld ersetzt wurde. Im Jahr 1971 wurde der Goldstandard durch Präsident Nixon aufgehoben. Die Kaufkraft des Dollars im Vergleich zu Gold ist seitdem um 83 % gesunken.

Abbildung 6: Kaufkraft des US-Dollars seit 1950 VS Gold



Quelle: Goldsilbershop (2020, abgerufen am 06.03.2022)

Es gibt keine technische Möglichkeit, das Angebot von Bitcoin aufgrund von steigender Nachfrage zu erhöhen (Ammous, 2019). Der einzige Weg, eine steigende Nachfrage zu befriedigen, ist die durch die Bewertung des Angebots.

2.2 Medienpsychologische Betrachtung

Mit dem wirtschaftlichen Grundverständnis im Hinterkopf werden nun die medienpsychologischen Bereiche **Motivation**, **Emotion** und **Verhalten** anhand anerkannter Theorien beschrieben.

2.2.1 Motivation

Rezipientinnen und Rezipienten nutzen Medien sehr selektiv (Unz, 2016). Neben der Medienwahl sind sie selektiv in der Aufmerksamkeit, in der Wahrnehmung und der Interpretation einer Medienbotschaft. Dementsprechend ist der Medienkonsum ein komplexer psychologischer Vorgang. Viele Einflussfaktoren können das Motiv der Nutzerin bzw. Nutzers bilden. Es gibt Personen, die mit der Mediennutzung eine bestimmte Stimmungslage erreichen wollen. Andere setzen den Fokus auf die Reichhaltigkeit des Mediums. Wieder anderen ist die soziale Komponente bei der Medienwahl am wichtigsten.

Der Uses-and-Gratifications-Ansatz geht davon aus, dass sich ein Rezipient bzw. eine Rezipientin für das Medium entscheidet, das seine Bedürfnisse in diesem Moment am besten befriedigt (Aelker, 2016). Wurde dieses Ziel erreicht, steigt die Chance, dass dieses Medium bei ähnlicher Bedürfnislage wieder genutzt wird.

Aufgrund dessen listet Aelker (2016) vier grundlegende Motive für die Mediennutzung:

- Information (Lernen, Hintergründe, Ratsuche)
- Unterhaltung (Realitätsflucht, Entspannung)
- Persönliche Identität (Bestärkung eigener Werte)
- Integration und soziale Interaktion (Austausch unter Gleichgesinnten)

These 1: Ein Privatfinancier, der auf Twitter zum Thema Bitcoin Beiträge nutzt, folgt einem der vier beschriebenen Motive und sucht dessen Befriedigung.

2.2.2 Emotion

Nicht alle Themen, denen ein Rezipient oder eine Rezipientin über die Medien nachforscht, sind gleich bewegend (Schwab & Lange, 2016). Dies lässt sich mit dem Involvement-Konzept erklären. Sind die Konsumentinnen und Konsumenten emotional direkt von den Entwicklungen oder den vertretenen Ansichten betroffen, werden sie sich wahrscheinlich auch Tage nach dem Lesen des Artikels noch damit beschäftigen. Dies heisst aber nicht, dass sich die Einstellungen nachhaltig ändern lassen. Je stärker ein beurteilendes Individuum in ein Thema involviert ist, desto weniger lässt es sich durch Persuasion (Überzeugung) von anderen Meinungen beeinflussen.

Eine weitere Dimension der Emotion ist die Spannung (Brill & Schwab, 2016). In vielen Medien wird sie gezielt eingesetzt, denn Leserinnen und Leser reagieren auf Ereignisse, während sich die übergeordnete Erzählung des Themas im Laufe der Zeit entwickelt. Hoffnung und Furcht sind Schlüsselemotionen, zwischen denen der Rezipient bzw. die Rezipientin schwankt.

These 2: Bei hoher Wahrscheinlichkeit und mit zunehmender Bedeutung einer möglichen Konsequenz steigt die erlebte Spannung.

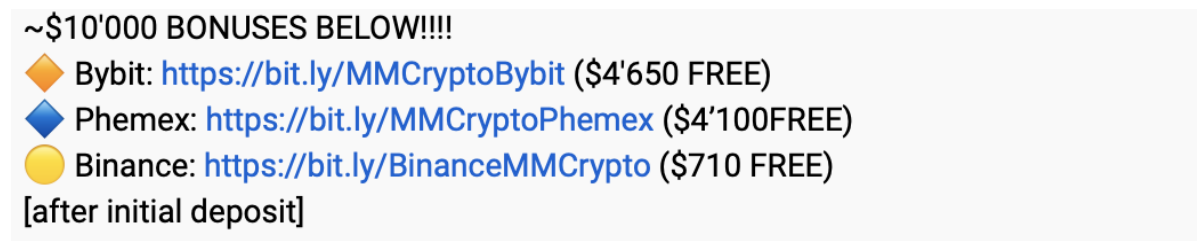
2.2.3 Verhalten

Das Verhalten spielt in medienpsychologischen Fragestellungen eine zentrale Rolle (Rösner, 2016). Es gibt neben dem direkten Einfluss des Medieninhalts auch verschiedene Motive, die Handlungen im Umgang mit Medien erklären. Das prosoziale Verhalten beschreibt Handlungen, die für die Allgemeinheit einen Mehrwert stiften. Es wird freiwillig ausgeübt, ist jedoch nicht ausschliesslich altruistisch begründbar. Es können auch egoistische Motive dahinter versteckt sein. Die Erklärungsansätze beruhen dabei auf verschiedenen Persönlichkeitsvariablen wie beispielsweise das persönliche Empathievermögen. Weiter spielen auch Kontextvariablen eine wichtige Rolle. Beispiele dafür sind die Anzahl anwesender Personen, die erwarteten Kosten in Gegenüberstellung zur Belohnung und die Gefährlichkeit der Situation.

In der Gesellschaft wird prosoziales Verhalten als Norm angesehen, die als Verhaltensform bei der Früherziehung mitgegeben wird (Rösner, 2016). Einer Person in Not zu helfen, ist Bestandteil der sozialen Verantwortung. Die Werte der sozialen Regeln sind jedoch von Mensch zu Mensch unterschiedlich ausgeprägt. Aus lerntheoretischer Sicht wird Hilfeverhalten wahrscheinlicher, wenn in der Vergangenheit positive Konsequenzen daraus entstanden sind. Weiter kann gesagt werden, dass sich ein Individuum von Beobachtungen bei anderen Personen im Verhalten beeinflussen lässt. So kann die Ausprägung erlernt, gehemmt oder aktiviert werden.

Twitter-Konten, die über Bitcoin berichten, verweisen vielfach auf ihre weiteren Kanäle (Telegram, YouTube, TikTok, Instagram) oder eigene Produkte (Merchandising, eigene Projekte). Einzelne bewerben dabei Kryptobörsen, auf welchen Hebel-Trading betrieben werden kann. Dabei wird propagiert, dass damit viel Geld verdient werden kann (Twitter, 2022b).

Abbildung 7: Beispiel Affiliate-Link



~\$10'000 BONUSES BELOW!!!!

- ◆ Bybit: <https://bit.ly/MMCryptoBybit> (\$4'650 FREE)
- ◆ Phemex: <https://bit.ly/MMCryptoPhemex> (\$4'100FREE)
- Binance: <https://bit.ly/BinanceMMCrypto> (\$710 FREE)

[after initial deposit]

Quelle: YouTube (2022)

These 3: Die Akteurinnen und Akteure hinter den Kryptokonten auf Twitter verfolgen egoistische Ziele und sind an ihrer eignen Gewinnmaximierung durch Werbung und Affiliate-Links interessiert.

2.3 Elon Musks Social-Media-Plattform Twitter

Wie also manifestieren sich die wirtschaftlichen und medienpsychologischen Grundsätze auf Twitter? Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, wird die Plattform kurz vorgestellt. Als Grundlage für die Empirie wird zum Ende des Kapitels in das Praxisbeispiel „Tesla – Elon Musk“ eingeführt.

2.3.1 Twitter

Twitter ist eine Social-Media-Plattform, auf der jeder Mensch seine Gefühle, Meinungen oder Informationen mit Nutzenden des Netzwerks, vorwiegend in Textformat, teilen kann (Brandwatch, 2020). Auf der Plattform gibt es 330 Millionen monatlich aktive Nutzende. Twitter wurde im Jahr 2006 von Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone und Noah Glass gegründet und ist seit 2022 im Besitz von Tesla-Gründer Elon Musk.

Noch bevor Twitter im Jahr 2013 ein börsennotiertes Unternehmen wurde, hat sich Hal Finney, die erste identifizierbare Person, welche die Bitcoin-Software laufen liess, auf der Plattform mitgeteilt (Krypto Guru, 2021). Twitter war und ist für Bitcoin ein wichtiger Kanal, der die Entwicklung des Netzwerkes mitgeprägt.

Abbildung 8: Erster Beitrag zum Thema Bitcoin



2.3.2 Tesla – Elon Musk

Elon Musk, CEO von Tesla, kommuniziert viel über Twitter. Sein Profil zählt 122 Millionen Follower (Twitter, 2023). Im Vergleich dazu hat der amtierende Präsident der USA Joe Biden lediglich 28 Millionen Follower (Stand Januar 2023). Dass diese Reichweite Macht mit sich bringt, ist selbstredend.

Am 8. Februar 2021 wurde im Jahresbericht an die Securities and Exchange Commission United States (SEC) angekündigt, dass Tesla für 1.5 Milliarden USD Bitcoins gekauft habe und in Zukunft plane, den Kauf ihrer Fahrzeuge über die Kryptowährung zu ermöglichen. Dies löste über Twitter eine Welle an begeisterten Beiträgen zum Thema Bitcoin aus.

Abbildung 9: Auszug aus dem Jahresbericht von Tesla an die SEC

We hold and may acquire digital assets that may be subject to volatile market prices, impairment and unique risks of loss.

In January 2021, we updated our investment policy to provide us with more flexibility to further diversify and maximize returns on our cash that is not required to maintain adequate operating liquidity. As part of the policy, which was duly approved by the Audit Committee of our Board of Directors, we may invest a portion of such cash in certain alternative reserve assets including digital assets, gold bullion, gold exchange-traded funds and other assets as specified in the future. Thereafter, we invested an aggregate \$1.50 billion in bitcoin under this policy and may acquire and hold digital assets from time to time or long-term. Moreover, we expect to begin accepting bitcoin as a form of payment for our products in the near future, subject to applicable laws and initially on a limited basis, which we may or may not liquidate upon receipt.

Quelle: SEC (2021, abgerufen am 12.04.2022)

In Abbildung 10 ist zu sehen, dass innerhalb der ersten 20 Stunden nach dem Beitrag (13:00 MESZ) der Preis von Bitcoin von 39'000 auf 48'000 USD stieg, was einer Preissteigerung von knapp 23 % entspricht.

Abbildung 10: Preisausbruch nach Offenlegung von Teslas Bitcoinkauf



Quelle: Eigene Darstellung nach Tradingview (2023)

Im Mai 2021 folgte dann die Kehrtwende (Twitter, 2021b). Elon Musk twitterte, dass er betreffend Nachhaltigkeit des Bitcoin Minings Bedenken habe und den Fahrzeugkauf über Bitcoin wieder rückgängig mache, bis die digitale Währung „grüner“ werde. Dieser Beitrag wurde am 13. Mai kurz nach Mitternacht (MESZ) gepostet. In den ersten drei Stunden nach Veröffentlichung sank der Preis von 54'500 auf 45'600 USD. Dies entspricht einer Reduktion von 16 %.

Abbildungen 11 und 12: Preissturz respektive Tweet, Tesla verbietet Autokauf mit Bitcoin



Quelle: Eigene Darstellung nach Tradingview (2023)

Quelle: (Twitter, 2021b)

These 4: Elon Musk hat mit seiner grossen Reichweite auf Twitter die Macht, Märkte zu seinen Gunsten zu bewegen.

3. Methodische Vorgehensweise

3.1 Thesen und Untersuchungsziel

Aufgrund der Erkenntnisse aus den Recherchen wurden Thesen formuliert, die als Basis für die Erarbeitung der Leitfragen für die Interviews dienen sollen.

Das Untersuchungsziel besteht darin, die Erfahrungen und das Fachwissen der Fachleute abzufragen, ohne dass diese die Thesen kennen (Meier et al., 2019). Befragt wurden fünf Fachpersonen (aufgrund Anonymisierung alle als männlich beschrieben) mit Erfahrung in den Sektoren FinTech, Blockchain, Banken, Informatik sowie Medien, Marketing und Kommunikation (Berger, 2022).

Person 1: Mitgründer von House of Satoshi (u.a. Bitcoin Schulungen)

Person 2: Senior Manager bei Knowledge Lab AG (Digitalisierung des Bankensektors)

Person 3: Startup Investor, Host eines Finanz Podcasts

Person 4: Ehemaliger Direktor der Schweizerischen Bankiervereinigung

Person 5: Ehemaliger Head of Social Media bei Schweiz Tourismus

Im empirischen Teil sollen die Antworten der Befragten mit den Thesen aus der Theorie verglichen und Gemeinsamkeiten sowie Abweichungen erkannt werden. Die Thesen werden dadurch geprüft und weiterentwickelt, um die Forschungsfrage zu beantworten.

3.2 Aufbau des Interviews

Der Interviewleitfaden bestand aus vier Themenblöcken (analog zu den Thesen). Das Gespräch fand online über MS-Teams statt und dauerte im Durchschnitt knapp eine Stunde. Die Interviews wurden im Anschluss transkribiert. Wichtige Zitate wurden mit dem Tool Atlas.ti nach Themenfeld sortiert. In der Empirie wird aus Textstellen der Gespräche zitiert. Die transkribierten Gespräche mitsamt Codebook und Leitfaden sind in der dazugehörigen Bachelorarbeit zu finden (Berger, 2022).

3.3 Qualitative Inhaltsanalyse und Gütekriterien

Nach der Definition von Mayring wurde die qualitative Inhaltsanalyse angewendet (Mayring in Meier et al., 2019). Die Analyse ist an den zugehörigen theoretischen Überlegungen orientiert und berücksichtigt die Gütekriterien Wissenschaftlichkeit, Validität und Reliabilität.

Für weitere Details zur Methodik wird auf die angesprochene Quelle Berger (2022) verwiesen.

4. Empirie

In diesem Kapitel werden die Erkenntnisse aus den Fachpersoneninterviews der Theorie gegenübergestellt. Dabei werden die aufgestellten Thesen geprüft und weiterentwickelt.

4.1 Geld – Geschichte und Anforderungen (Grundlage)

Ob Bitcoin als Protokoll die Welt radikal und nachhaltig verändern wird, konnten die Fachpersonen nicht geschlossen beantworten. Doch Bitcoin hat Eigenschaften, die keine andere Wertanlage oder Währung auf der Welt anbieten kann: ein fixiertes Angebot. Es gibt keinen CEO, keinen Verwaltungsrat, keine Adresse, auf die politischer Druck ausgeübt werden könnte – eine Entwicklung Richtung Dezentralität. Jeder ist sein eigener CEO und selbstständig verantwortlich für die Verwahrung seines Vermögens. Bitcoin ermöglicht es, Geld und Werte sicher zu transportieren und zu verwahren. Das Thema Inflation ist vom Tisch, so der Mitgründer des House of Satoshi.

Nicht erst seit der Covid-Pandemie machen Staaten Schulden. Es wird immer mehr und noch mehr Fiatgeld gedruckt, um das System am Laufen zu halten. Dies gehe zulasten der Erwerbstätigen, die unter dem zunehmenden Kaufkraftverlust litten, fasst der ehemalige Direktor der Schweizerischen Bankiervereinigung zusammen.

Der interviewte Startup-Investor wies als Beispiel auf die hohe Inflation in Argentinien hin (56 %). Damit die Argentinierinnen und Argentinier ihre inländische Währung nicht abstoßen, beschränkt der Staat den maximalen Umtausch von Pesos auf einen Wert von 200 USD pro Monat. Argentinien ist bei weitem nicht das einzige Land, das auf einer kollabierenden Währung sitzt. Dass dort das Bedürfnis nach einer Alternative wächst, ist verständlich.

Die argentinische Bevölkerung macht nun die harte Erfahrung, dass Bargeld keine sichere Anlage sein muss. Viele Menschen in westlichen Ländern verstehen nicht, dass Bargeld auch eine Assetklasse ist. Das ist schwer erkennbar, weil der Wert immer der gleiche ist, aber die Kaufkraft kann sich massiv verändern (Person 4).

Ein weiteres Beispiel neben Inflation und Kaufkraftverlust war die Teilenteignung von Konteninhaberinnen und -inhabern in Zypern im Jahr 2013. Um Staatsschulden abzuführen, wurde in das Vermögen des Volkes eingegriffen, was an Existenzen rüttelte. Es kamen 5 Milliarden zusammen (Person 1). Dies ist eines von vielen Beispielen, das zeigt, dass ein Individuum das Geld auf der Bank im Unterschied zu Bitcoin auf einem Cold Wallet nicht besitzt, argumentiert der Senior Manager bei Knowledge Lab AG.

4.2 Medienpsychologische Betrachtung

Wirtschaftliche Zusammenhänge sind aufgrund ihrer Komplexität nicht nur für privat anlegende Personen, sondern auch für institutionelle Financiers je nach Tiefe schwierig zu interpretieren. Die Märkte werden zu einem nicht zu unterschätzenden Teil von medienpsychologischen Einflüssen bewegt (Person 4).

4.2.1 Motivation

Ohne die Fachpersonen explizit auf die vier Motive hinzuweisen, wurden im Verlauf der Gespräche zu jedem Bereich mehrere Beispiele genannt. Der ehemalige Head of Social Media bei Schweiz Tourismus hat auf die Frage nach dem Motiv eines Mediennutzenden passend zusammengefasst: «Informationsbezug und -weitergabe genauso wie Selbstdarstellung sind die wichtigsten Motive von Nutzern und Unternehmen. Interaktion hilft auf Nutzerseite dabei, sich zugehörig und anerkannt zu fühlen.»

Der Informationsbezug über Twitter ist für einen Privatfinancier deshalb interessant, weil die Plattform einen kostenlosen Zugang bereitstellt. Zahlreiche Unternehmungen machen ihre Neuigkeiten über diesen Kanal bekannt. Unzählige Privatpersonen, mit oder ohne Reichweite, können ihre Einschätzungen einem Millionenpublikum mitteilen, was Vor- und Nachteile mit sich bringt (Person 1).

Das Bedürfnis nach Informationen zum Thema Bitcoin ist gross, da das Thema schnell sehr technisch werden kann. Die Menschen, die sich über Twitter informieren, suchen aufbereitete Inhalte, weil Projektbeschreibungen der Unternehmen in Form von Whitepapers oder Fachartikeln nicht oder nur schwer für Neuinvestoren verständlich sind. Influencerinnen und Influencer, die sich dieser Thematik annehmen, erfüllen demnach die Aufgabe, komplexe Themen zu simplifizieren und der Allgemeinheit zugänglich zu machen (Person 3).

Die Information, das Grundmotiv, soll schliesslich in einer Form aufbereitet und weitergegeben werden, die Unterhaltungscharakter hat. Das Spektrum von Beiträgen, die das Motiv Entertainment abdecken, sind weitreichend. Oft werden dazu Rechnungen präsentiert, wie wenig Geld für ein Millioneninvestment während der ersten Jahre von Bitcoin notwendig gewesen wäre. Dabei werden primitive Bedürfnisse wie die Angst, etwas zu verpassen (FOMO), getriggert. Der Rezipienten möchte clever sein und das System schlagen (Person 4).

Über die Zeit baut eine privat investierende Person zu einer gewissen Anzahl Twitter-Accounts und deren Inhalten Vertrauen auf. Diese Werte und Einstellungen werden mit den eigenen überlagert und übernommen (persönliche Identität). Die einzelnen Individuen legen einen hohen Wert auf die Voraussagen und Entscheidungsempfehlungen dieser Personen. Vor allem,

wenn sich diese in der Vergangenheit als überwiegend richtig herausgestellt haben. Person 2 teilte eine seiner Lebensregeln mit, die zu dieser Thematik passt: «Wenn dir jemand ein Informationsstück gibt, musst du dich immer fragen, wieso er es dir gibt. Welche Interessen könnten dahinterstecken?»

Die These wird deshalb weiterentwickelt und angepasst: *Ein Privatfinancier, der auf Twitter zum Thema Bitcoin Beiträge nutzt, folgt mehreren oder allen der vier beschriebenen Motive und sucht dessen Befriedigung.*

4.2.2 Emotion

Es gibt viele privat investierende Personen, die keine Ahnung haben, was Bitcoin ist und welche Funktionen es anbietet und trotzdem Bitcoin im Portfolio halten. Dies macht den Kryptomarkt zu einem spekulativen Investment, da die Währung auf einem emotionalen Gerüst gebaut und damit leicht manipulierbar ist. Es sollte jedem investierenden Individuum bewusst sein, dass das, worin es Geld investiert, sehr schnell an Wert verlieren könnte (Person 2).

Financial Literacy ist in der Bevölkerung ein noch viel zu unbedeutendes Thema. Der Umgang mit Geld und Investments wird in der Schule nicht gelehrt, weshalb viele Marktteilnehmenden mit ihrem Unwissen und den daraus entstehenden emotionalen Reaktionen Geld verlieren (Person 1).

Falls die Investition ins Minus gehen sollte, kippt meist die Stimmung. Doch Verluste und Gewinne materialisieren sich nicht, wenn man sie nicht auszahlen lässt. *«Wenn wir zwei uns das hier so erzählen, tönt das wahnsinnig cool. Ich behaupte, 9 von 10 Personen halten das emotional nicht durch. Die halten die Gewinne und monetarisieren die Verluste. Da muss man knallhart sein.»* Eine Privatperson kann sich kaum auf diese emotionalen Spannungen vorbereiten. Da gehen alle durch, die zum ersten Mal Geld investieren. Wichtig ist, dass man aus den gemachten Fehlern und Erfahrungen lernt. *«Es gibt eine uralte Weisheit, die man jedem Privatinvestor eintrichtern sollte: Du kannst zwei Dinge nie erwischen, den Top und den Boden. Es wird auch immer einen Anlagewert geben, der mehr Gewinne gebracht hätte»* (Person 4).

Die erlebte Spannung kann ein Privatfinancier mindern, indem er nur das Geld investiert, das zu verlieren er auch gewillt ist. Die Grundregel lautet: Diversifizierung über Zeit, Märkte und Produkte. Die Märkte gehen grundsätzlich nach oben (Person 2 und 5).

Weiter ist eine Strategie hilfreich, um einen Plan zu verfolgen. Dollar Cost Average (DCA), der regelmässige Einkauf mit einem Dauerauftrag, gibt einem Financier einen fairen Durchschnittspreis als Einstieg. Steigt der Preis, ist man froh, bereits investiert zu haben. Sinkt der Preis, hat man noch Kapital, um günstiger nachzukaufen (Person 1).

Die These wird deshalb weiterentwickelt und angepasst: *Gezielte Reflexion von gemachten Erfahrungen und das Verfolgen einer klaren Strategie helfen, die erlebte Spannung zwischen den Emotionen Gier und Angst richtig einzuordnen.*

Die Theorie geht davon aus, dass ein Rezipient oder eine Rezipientin zwischen der Emotion Hoffnung und Furcht schwankt. Adaptiert auf den Kryptomarkt bilden nach Auswertung der Fachpersoneninterviews die Emotionen Gier und Angst die beiden Extreme. Hoffnung ist omnipräsent, sonst würde eine Person nicht in ein Asset investieren.

4.2.3 Verhalten

In der heutigen, global vernetzten Welt ist es zunehmend schwierig geworden, die Clickbater und Scammer von den wertvollen Inhalten mit starken Communitys auseinanderzuhalten. Das bedeutet, dass eine privat anlegende Person, die sich über Twitter zum Thema Bitcoin informieren möchte, zuerst die Arbeit machen sollte, in eigener Recherche „den Schrott von den guten Quellen zu trennen“ (Person 1).

Wenn Influencerinnen oder Influencer einen guten Eindruck machen, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie schnell das Vertrauen der Community für sich gewinnen. Mit grösserer Reichweite steigt auch die Verantwortung. Auch wenn sie in der Regel einen Haftungsausschluss und den Vermerk „not financial advice“ auf ihren Profilen platzieren, folgen viele vor allem unwissende Privatfinanciers ihren Ratschlägen. Ein Investment sollte jedoch nie aufgrund nur einer Meinung oder Quelle getätigt werden (Person 5).

Es soll auch erwähnt werden, dass die erfolgreichsten Influencerinnen und Influencer zum Thema Kryptowährungen den grösseren Teil ihres Vermögens nicht mit den Investitionen in Bitcoin oder alternativen Coins (Altcoins) gemacht haben, sondern über bezahlte Partnerschaften, beispielsweise mit Börsen, die Hebeltrading anbieten. Viele Accounts bieten auch exklusive Eintritte zu Telegram-Gruppen im Abo-Modell an oder verkaufen Merchandising-Produkte wie Pullover oder T-Shirts. Dennoch gibt es auch etliche Accounts, die Informationen ohne kommerzielle Hintergedanken mit ihren Communitys teilen (Person 4).

Die These wird deshalb weiterentwickelt und angepasst: *Die Akteurinnen und Akteure hinter den Kryptokonten auf Twitter verfolgen oft kommerzielle Ziele. Ein Financier sollte sich der vielfältigen Geschäftspraktiken bewusst sein und sich vor dem Handeln (Kauf- oder Verkauf eines Assets) eine differenzierte Meinung über verschiedene Informationsquellen und Medien bilden.*

4.2.4 Empirische Erkenntnisse, Fall Tesla

Elon Musk ist auf eine interessante Art erfrischend direkt in seiner Kommunikation nach aussen. Rechtlich befindet er sich damit jedoch im Graubereich (Person 4). Eine Person sollte nicht so viel Macht entwickeln können, um damit den Marktpreis eines Assets auf Dauer bewegen zu können (Person 2). Denn falls dies möglich wird, handelt es sich nicht nur um eine Manipulation des Kaufpreises, sondern um Marktversagen. Das ist für das Asset wie auch den Gesamtmarkt nicht förderlich. Ob Elon Musk die durch ihn erzeugten Kursbewegungen zu seinem Vorteil nutzt, kann nicht bewiesen werden, zumal er sich auch nach seinem Investment noch kritisch zu dessen Nachhaltigkeit geäussert hat (Person 4).

Elon Musk spielt mit seiner Glaubwürdigkeit. Mit jedem Tweet riskiert er, weniger ernst genommen zu werden. Mit dem Investment in Bitcoin läuft er Gefahr, auch den Aktienpreis von Tesla zu beeinflussen, was die Börsenaufsicht als Verstoss deklarieren könnte. Die Regulatorien an der Börse unterliegen strengen Regeln (Person 1).

Die These wird deshalb weiterentwickelt und angepasst: *Elon Musk hat mit seiner grossen Reichweite auf Twitter die Macht, Märkte kurzfristig zu seinen Gunsten zu bewegen. Ist der Markt reguliert, läuft er Gefahr, eine Klage zu erhalten.*

5. Schlussfolgerungen

5.1 Beantwortung der Unterfragen/Forschungsfrage

Die Theorie und die Empirie haben die Unterfragen mithilfe der Thesen beantwortet. Im Folgenden soll die Antwort auf den Kern reduziert zusammengefasst werden.

Welche medienpsychologischen Theorien erklären das Verhalten der Privatanlegenden?

→ Der **Uses-and-Gratifications-Ansatz** geht davon aus, dass sich Rezipienten oder Rezipientinnen für das Medium entscheiden, das ihre Bedürfnisse am besten befriedigen kann. Daraus leiten sich vier Motive ab, wieso jemand einen spezifischen Beitrag lesen möchte.

Wenn Rezipienten oder eine Rezipientinnen emotional direkt von Entwicklungen betroffen sind, werden sie sich wahrscheinlich auch Wochen nach dem Lesen eines Beitrags noch damit beschäftigen (**Involvement-Konzept**).

Je weniger Privatfinanciers von ihren Investments verstehen, desto mehr laufen sie Gefahr, irrationale Entscheidungen zu treffen. Wenn der Preis stark steigt, lassen sie sich zu einem FOMO-Kauf hinreissen. Wenn der Preis stark sinkt, wirken sich FUD-News auf die Emotionen aus, und Panik kann daraus entstehen.

Gibt es Aktivitäten durch Individuen auf Social Media, welche in der Lage sind, den Kursverlauf zu beeinflussen?

→ Ja. Elon Musk beweist im Fall Tesla, dass eine Privatperson mit grosser Reichweite Märkte mit ihren Aktivitäten auf Social Media (hier Twitter) beeinflussen kann. Diese Bewegungen können auf den langfristigen Trend nicht einwirken, wohl aber auf den kurzfristigen Preisverlauf.

Wie beeinflusst Twitter weltweit das Handeln von Privatanlegenden, die in Bitcoin investiert haben?

→ Das Jahr 2021 war ein sehr wildes Jahr, das viele Neuinvestorinnen und Neuinvestoren anzog. Viele von ihnen haben im ersten Quartal ihre ersten Käufe getätigt in der Hoffnung, Preise von über 100'000 USD pro Bitcoin bis Ende des Jahres zu erleben. Die Gier zeigte sich auf Twitter in maximaler Form. Im Markt kam es zu Korrekturen. Schlechte News machten auf Social Media ihre Runden. Elon Musk bemängelte die Energieeffizienz, China plante den Bann von Bitcoin. Viele Privatfinanciers haben dem Druck nicht standgehalten, sind in Panik verfallen und haben vielfach im Minus wieder verkauft. Wir befinden uns im Cryptowinter 2022/2023, der Markt kapituliert und spült die letzten Spekulantinnen und Spekulanten aus.

Twitter hat die Privatanlegenden und ihr Handeln auf diversen Ebenen beeinflusst:

- **Spreu vom Weizen getrennt** – Langjährige Halterinnen und Halter sind schlecht beeinflussbar, da sie hinter den Funktionen und Eigenschalten von Bitcoin stehen. Neuanlegende sind leicht beeinflussbar, von ihren Emotionen geleitet (unwissend) und meist wegen dem schnellen Geld im Markt.
- **Emotionen ausgelöst** – Niemand verliert gern Dreiviertel eines Investments. Wer diese Erfahrung jedoch durchgemacht hat, wird mental stärker, bleibt in rosigen Zeiten demütig und verpasst es nicht, Profite aus den Positionen zu ziehen.
- **Wissen vermittelt** – Viele Twitter-Accounts versuchen, die Community zum Thema zu bilden. Es tut der Branche gut, wenn Vorurteile aus dem Weg geräumt werden können. Bitcoin ist keine Währung, die das „Böse“ finanziert – zumindest nicht mehr als Gold oder Fiatwährungen. Bitcoin ist aber auch kein Schema für „How to get rich quick“.

Twitter bietet eine Plattform, um sich mit anderen Menschen zu vernetzen und sich zu einem Thema auszutauschen. Mit ein wenig Übung kann jeder Rezipient und jede Rezipientin die für ihn bzw. sie nützlichen Informationen aus der Plattform ziehen, etwa die Erkenntnis, dass Nichtstun schwierig, aber meist der effektivste Weg ist.

5.2 Gefahren

Der Druck auf die Bitcoin-Industrie für Regulierungen wird mit steigender Adaption zunehmen. Dies ist nicht per Definition schlecht. Die Anpassungen sollten jedoch im Sinn der Sache Verbesserungen für die Endkundschaft mit sich bringen und keine Verbote beinhalten (Person 3).

Eine weitere, jedoch sehr kleine Gefahr sind Hackerangriffe. Bitcoin gibt es nun seit mehr als 14 Jahren und wird mit seiner steigenden Hash Rate immer noch sicherer. Bitcoin hat den Test der Zeit wohl bestanden (Person 1).

5.3 Kritische Würdigung

Bitcoin ist schwer greifbar. Es gibt unzählige verschiedene Meinungen. Ob in zehn Jahren noch jemand über Bitcoin spricht oder diese Arbeit die Anfänge einer Revolution im Umgang mit Werten beschreibt, kann niemand voraussagen.

Bitcoin reagiert auf Veränderungen der traditionellen Börse. Vor allem wenn Technologieaktien stark fallen, wird Bitcoin mit nach unten gezogen. Ein Financier sollte deshalb die Aktienmärkte und auch die Stärke des USD stets im Auge haben. Wenn der DXY an Wert verliert, ist das in der Regel ein positives Zeichen für Bitcoin respektive die Aktienmärkte.

Quellenverzeichnis

- Aelker, L. (2016). Uses-and-Gratifications-Ansatz. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte* (S. 17-24). W. Kohlhammer GmbH.
- Ammous, S. (2019). *Der Bitcoin-Standard: Die dezentrale Alternative zum Zentralbankensystem*. Aprycot.
- Berger, T. (2022). *Bitcoin – Wie Social Media Privatinvestoren in ihrem Handeln beeinflusst*. <https://thierry-berger.my.canva.site>
- Brandwatch. (2020). *60 Incredible and Interesting Twitter Stats and Statistics*. <https://www.brandwatch.com/blog/twitter-stats-and-statistics/>
- Brill, M., & Schwab, F. (2016). Spannung. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte* (S. 274-283). W. Kohlhammer GmbH.
- BTC Direct. (2021). *Die Ursprünge und die Geschichte von Bitcoin*. <https://btcdirect.eu/de-at/geschichte-von-bitcoin>
- Fielitz, U. (2022). *Inflation USA – aktuelle US-Inflationsrate September 2022 = 8,2 %, jährliche Inflation 2021 = 4,7 %*. <https://www.inflationrate.com/usa-inflation-cpi/>
- FRED. (2023). *M3 for the United States*. <https://fred.stlouisfed.org/series/MABMM301USM189S>
- Goldsilbershop. (2020). *Dollar verlor 99 % zum Gold in den letzten 88 Jahren*. <https://www.goldsilbershop.de/blog/aktuelles/dollar-verlor-99-zum-gold-in-den-letzten-88-jahren.html>
- Google Trends. (2023). *Trendsuche des Begriffs „Bitcoin“ weltweit von Jan 2012 bis heute*. <https://trends.google.de/trends/explore?date=2012-01-01%202022-09-28&q=bitcoin>
- Handelszeitung. (2020). *Vor zwanzig Jahren platzte die Dotcom-Blase: Was war passiert?* <https://www.handelszeitung.ch/panorama/vor-20-jahren-platzte-die-dotcom-blase-was-war-passiert>
- Krypto Guru. (2021). *Heute vor 7 Jahren gestorben: Hat Hal Finney Bitcoin entwickelt?* <https://krypto-guru.de/news/hat-hal-finney-bitcoin-entwickelt/>
- Lookintobitcoin. (2022). *Stock-to-flow Model*. <https://www.lookintobitcoin.com/charts/stock-to-flow-model/>
- Meier, C., Polfer, L., & Ulrich, G.-S. (2019). *Das 1x1 des Wissenschaftlichen Arbeitens in der Betriebswirtschaft*. Verlag SKV AG.
- Ortiz, N. (2021). *Let's talk about Bitcoin, Baby: Social Media Conversations Around Cryptocurrency Have Soared This Year*. *Adweek, July 2021*, S. 11.

Rösner, L. (2016). Prosoziales Verhalten. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte* (S. 432-441). W. Kohlhammer GmbH.

Schwab, F. & Lange, B. P. (2016). Involvement. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte* (S. 253-260). W. Kohlhammer GmbH.

SEC. (2021). *United States Securities and Exchange Commission: Annual Report Tesla INC.* https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001318605/000156459021004599/tsla-10k_20201231.htm

Tradingview. (2023). *BTC/USD.* <https://de.tradingview.com/chart/>

Twitter (2009). *Halfin. Running Bitcoin.* <https://twitter.com/halfin/status/1110302988?s=20&t=kJtKwRlvX2uDjrU51oWlug>

Twitter (2021a). *Charlie Bilello. Asset Class Returns over the last 10 Years.* <https://twitter.com/charliebilello/status/1370722188739891202/photo/1>

Twitter (2021b). *Elon Musk. Tesla & Bitcoin.* <https://twitter.com/elonmusk/status/1392602041025843203?s=20&t=Vu528JSboapAor4olv-TbA>

Twitter (2022a). *Erweiterte Suche.* https://twitter.com/search?q=Bitcoin%20min_faves%3A500%20until%3A2021-04-30%20since%3A2021-03-01&src=typed_query

Twitter (2022b). *CryptoMo. Just took around 50.000\$ Profit of my #Bitcoin Long, will only scale up again if we break the 0.618 Fib!* <https://twitter.com/CryptoMo/status/1501543149868572676?s=20&t=i2iLoimscq1Lud%20-WRmhMYA>

Twitter (2023). *Profil Elon Musk.* https://twitter.com/elonmusk?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Unz, D. (2016). Einführung Motivation. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte* (S. 15). W. Kohlhammer GmbH.

Yahoo! Finance. (2021). *Bitcoin becomes best performing Asset of the decade, returning 10 times more than Nasdaq 100.* <https://finance.yahoo.com/news/bitcoin-becomes-best-performing-asset-132208120.html>

YouTube. (2022). *Bitcoin, last Warning.* https://youtu.be/5_AQqBl6478

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Performance Assetklassen über die letzten 10 Jahre und 3 Monate	1
Abbildung 2: Google Trends Suchwort „Bitcoin“	2
Abbildung 3: Preisentwicklung Bitcoin mit eingezeichneten Cycle-Tops.....	2
Abbildung 4: M3 USA in den letzten 20 Jahren.....	4
Abbildung 5: Anzahl Bitcoin über Zeit.....	5
Abbildung 6: Kaufkraft des US-Dollars seit 1950 VS Gold	6
Abbildung 7: Beispiel Affiliate-Link	8
Abbildung 8: Erster Beitrag zum Thema Bitcoin.....	9
Abbildung 9: Auszug aus dem Jahresbericht von Tesla an die SEC	9
Abbildung 10: Preisausbruch nach Offenlegung von Teslas Bitcoin Kauf	10
Abbildungen 11 und 12: Preissturz respektive Tweet, Tesla verbietet Autokauf mit Bitcoin ..	10

Anhang A

Kevin Svenson @KevinSvenson_ · 5. März 2021
 What if I told you the **#Bitcoin** Bull Market ... has only just begun 🙌

166 623 2.652

Willy Woo @woonomic · 20. Apr. 2021
 This revisit of lower price has created incredibly strong price validation for **Bitcoin** about \$1T cap. 14% of the supply last moved above \$1T cap.

This is a key line in the sand imprinted into BTC's price discovery, an area immense support.

276 807 3.936

Documenting Bitcoin @DocumentingBTC · 20. Apr. 2021
 Google searches of "**#Bitcoin** " surged in Turkey after the government recently banned the use of it for payments.

126 584 3.380

Peter Brandt @PeterLBrandt · 24. März 2021
 Is **Bitcoin** a form of money?

U.S. Dollars in circulation = \$2.1 Trillion
 Market cap of **Bitcoin** = \$1.1 Trillion
 Officially Held Gold Reserves (35,000 tonnes) = \$2.2 Trillion

Looks to me as if **Bitcoin** has joined the big leagues

Is **Bitcoin** a world currency? You decide.

Thoughts?

266 727 2.886

Jon Erlichman @JonErlichman · 13. Apr. 2021
 Value of \$1,000 invested 5 years ago:

- Ethereum: \$273,716
- Bitcoin**: \$148,194
- Shopify: \$41,662
- AMD: \$28,639
- Etsy: \$26,388
- Nvidia: \$17,071
- Tesla: \$14,975
- PayPal: \$7,101
- Amazon: \$5,530
- Netflix: \$5,050
- Apple: \$4,799
- Microsoft: \$4,670
- Salesforce: \$3,055
- Google: \$3,016
- Facebook: \$2,803

426 4.358 16.780

MrBeast @MrBeast · 24. März 2021
 Antwort an @elonmusk
 What's even funnier is you can buy a Tesla for less than 1 **Bitcoin**. Seems like a good deal to me!

1.058 791 60.215

Fred Ehsam @FEhsam · 14. Apr. 2021
 When @brian_armstrong and I started @coinbase in 2012, a **Bitcoin** was worth \$6 and only known by a few nerds on the internet. **Bitcoin** was the crazy idea that the world could have a digital money for everyone.

@coinbase had one mission: to make crypto easy to use.

265 1.528 7.773

Tyler Winklevoss @tyler · 14. Apr. 2021
#Bitcoin 100k now just feels inevitable

348 1.070 10.334

ksi @KSI · 24. März 2021
 I might buy a Tesla soon with **Bitcoin**. lmao what is life

532 715 53.828

OKUNG @RussellOkung · 23. Apr. 2021
 For all those wondering...

I bought the **Bitcoin** dip and I'm never selling.

435 926 11.909

ChartsBTC @ChartsBtc · 28. März 2021
#Bitcoin linear scale by epoch - Each epoch scale is 20x the prior one

1st draft - feedback welcome

240 1.887 6.085

Quelle: Twitter, 2022a