

MARKTPSYCHOLOGIE

Was tief fällt, muss nicht noch tiefer fallen

Wenn die Angst an den Märkten überhand nimmt, häufen sich die Fehler der Anleger. Einer besteht zum Beispiel darin, fallende Aktien links liegen zu lassen.

Die Märkte schalten wieder in den Panikmodus. Ich komme der Bitte von Lesern gerne nach, die Situation aus der Sicht der Marktpsychologie einzuschätzen. Die Ausgangslage zuerst: Gewinne der Unternehmen, Bewertungen und Marktstimmung sind auseinanderklaffende Welten. Langfristig sehen wir klare, wenn auch selektive Kaufkurse. Kurzfristig wird Griechenland das Geschehen weiter bestimmen. Ich schätze die Wahrscheinlichkeit auf 50 Prozent, dass sich nach den Neuwahlen doch eine Euro-Mehrheit ergibt. So klar ist die Ausgangslage nicht, wenn zunächst eine radikale Protestwahl gestartet wird, danach jedoch alles zur Bank rennt, Konten plündert und in Panik verfällt.

Nun die behavioristische Markteinschätzung anhand zweier klassischer Anleger-Fehlverhalten: «All time high»-Bias und die Angst, in fallende Messer zu greifen. Die Angst vor der scharfen Klinge erklärt sich von selbst. Der «All time high»-Bias beschreibt den Trugschluss von Anlegern, dass Aktien am oder knapp unter dem Allzeithoch nicht weiter ansteigen.

Zu diesen Aktien zählen beispielsweise Nestlé, Swatch, SGS, Burkhälter, Inficon und Richemont. Wir sehen keinen Grund, diese Aktien nicht zu kaufen, nur weil sie nahe an ihren Höchstständen notieren. In Deutschland betrifft dies Adidas, Beiersdorf und BASF sowie Nike und Walt Disney in den USA.

Und nun zu den fallenden Messern oder den Titeln, die in unseren Augen zu sehr der jüngsten Korrektur zum Opfer gefallen sind. In der Schweiz zählen wir Geberit, Syngenta, Holcim, Bucher, Clariant und Barry Callebaut dazu. In den Dividenden-Aktien Ems, Zürich und Swisscom bleiben wir ohnehin. In Deutschland favorisieren wir RWE, Siemens sowie K+S und setzen eine Abstauberlimite bei der Deutschen Bank. In den USA sind unsere Favoriten bei den Techs Google und IBM, bei den Konsum- und Konjunkturtiteln

McDonald's, Caterpillar, PepsiCo, Procter & Gamble. In der gnadenlos abgestraften Green Mountain Coffee sehen wir einen sehr spekulativen, aber interessanten Turn-around-Kandidaten. Bei den Rohstoffen erachten wir Orangensaft nach einer Halbierung des Kurses als sehr interessant. Facebook fällt zwar auch, doch nachdem sich die Gewinnmitnahmen von zehn Prozent gelohnt haben, investieren wir nicht mehr. Gewinne mitgenommen haben wir auch bei Apple. Hier erwägen wir aber einen Neueinstieg, denn bei fallenden Messern ist es so: Man muss sie am Griff erwischen. ■



Mojmir Hlinka ist Direktor der Vermögensverwaltung AGFIF International. Das Geschriebene gibt seine Meinung wieder. Die Umsetzung von Empfehlungen erfolgt auf eigenes Risiko. Für allfällige Verluste übernehmen er und Stocks keine Verantwortung. Herr Hlinka beantwortet Leserfragen auf: kolumnist@stocks.ch.