

**ROTE SEITEN:**  
**DIE GROSSPENDENAKQUISE.**  
**CHANCEN, HERAUSFORDERUNGEN**  
**UND MÖGLICHKEITEN**

Ausgabe 4 | 2016

# &Stiftung Sponsoring

Das Magazin für Nonprofit-  
Management und -Marketing



**STAKEHOLDER. VOM UMGANG  
MIT STIFTERN, GEFÖRDERTEN UND ANDEREN  
ANSPRUCHSGRUPPEN**

**GESPRÄCH:** Ulrich Radtke, Rektor  
der UDE, über Hochschul-Fundraising  
und die Vorzüge einer Hochschul-  
stiftung

**AKTUELLES:** Fehler vermeiden  
bei der Steuererklärung und dem  
Aufbau von Social-Franchising-Sys-  
temen

**SCHWERPUNKT:** Methoden,  
Wege und Ziele für den „richtigen“  
Umgang mit den Stakeholdern einer  
Stiftung

**Herausgeber:** DSZ – Deutsches Stiftungszentrum GmbH, Erich Steinsdörfer  
Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking  
[www.stiftung-sponsoring.de](http://www.stiftung-sponsoring.de)

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

PSYCHOLOGISCHE FALLSTRICKE BEI DER KAPITALANLAGE (3)

## „KAUFEN, WENN DIE KANONEN DONNERN“

von Frank Wettlauffer, München/Basel

In der letzten Ausgabe wurde gezeigt: „Hin und her macht Taschen leer“. Doch wenn es auch nicht vielversprechend ist, einzelne Wertpapiere oder den gesamten Markt zu „traden“, muss doch irgendwann die Entscheidung über Kauf oder Verkauf getroffen werden. Nicht zuletzt, wenn neue Gelder anzulegen sind. Dabei gilt grundsätzlich der Satz: „Eine Aktie ist nur einmal teuer – nämlich beim Kauf“. Diese Regel hilft, den psychologischen Fallstrick des Vermeidens von Bedauern zu überwinden. Denn die Angst vor dem „Hätte ich doch nur ...“ führt zu Hoffen auf niedrigere Kurse bzw. Angst vor kurzfristigen Kursverlusten und damit zu letztlich teurer Inaktivität. Stellen Sie also Regeln auf, nach denen Cash-Flows grundsätzlich sofort und unabhängig von den aktuellen Börsenkursen anzulegen sind. Vertrauen Sie darauf, dass der gegenwärtige Marktpreis richtig und fair ist.

Allerdings gibt es von dieser Regel eine Ausnahme, welche Carl Mayer von Rothschild zugesprochen wird: „Kaufen, wenn die Kanonen donnern und verkaufen, wenn die Violinen spielen“. Wenn die Medien Horrorszenerarien bezüglich der Wirtschaft vermelden und vor Aktienkäufen warnen, ist es Zeit zu kaufen. Umgekehrt ist es bei der sog. „Dienstmädchenhaussse“, bei der Taxifahrer und Friseure Aktien-tips diskutieren und alle für Aktien positiv gestimmt sind. Dann ist es Zeit zu verkaufen bzw. Gewinne mitzunehmen. Dies jedoch nicht, weil die Erwartungen bezüglich der zukünftigen Gewinne auf einmal falsch sind. Deren Qualität ist unabhängig davon, ob die Kurse steigen oder fallen. Vielmehr liegt die Sinnhaftigkeit dieser „Börsenweisheit“ in der höheren Risikoprämie begründet, die ein Investor vereinnahmen kann. Denn die Bewertung von Wertpapieren ergibt sich aus der Summe der abdiskontierten und in der Zukunft erwarteten Gewinne. Als Diskontierungsfaktor dient der risikolose Zins und die geforderte Risikoprämie. Wenn also die Marktteilnehmer aufgrund schlechter (guter) Nachrichten höhere (niedrigere) Risikoprämien verlangen, bietet sich dem Anleger die Chance, günstig zu kaufen (verkaufen).

Oder wie Warren Buffet sagte: „Sei gierig, wenn andere ängstlich sind. Sei ängstlich, wenn andere gierig sind“.

Allerdings ist es aufgrund des Fallstrickes „Vermeiden von Bedauern“ in Verbindung mit dem „Rückschau-Fehler“ („Das hätte man doch sehen können!“) schwierig, sich dem „Mainstream“ zu entziehen. Hinzu kommen noch die lieben Gremien, die dazu führen, dass sich die Menschen verhalten wie John Maynard Keynes es beschrieb: „Rather fail conventionally than succeed unconventionally“. Zur Überwindung dieser psychologischen Fallstricke dient eine genaue Anlagerichtlinie. In dieser könnte z. B. eine möglichst nahe beieinander liegende minimale und maximale Aktienquote vorgeschrieben werden. Um diese Quoten einzuhalten, muss dann bei Kursrückgängen automatisch zugekauft werden und bei stark gestiegenen Kursen Gewinne realisiert bzw. Risiken reduziert werden. Allein dieser sog. „Rebalancierungs-Effekt“ führt Untersuchungen zufolge zu Mehrerträgen zwischen 1 und 2,5% p.a. Ein starkes Argument, die Kosten der psychologischen Fallstricke durch geeignete Maßnahmen zu minimieren. ■

### ZUM THEMA

#### in Stiftung&Sponsoring

Teil 1: **Wettlauffer**, Frank: Warum Stiftungen Ertragsprobleme haben, S&S 2/2016, S. 22-23, [www.susdigital.de/SuS.02.2016.022](http://www.susdigital.de/SuS.02.2016.022)

Teil 2: **Wettlauffer**, Frank: Hin und her macht Taschen leer, S&S 3/2016, S. 21, [www.susdigital.de/SuS.02.2016.022](http://www.susdigital.de/SuS.02.2016.022)

Frank Wettlauffer berät bei der Vescore-Gruppe Stiftungen. [frank.wettlauffer@vescore.com](mailto:frank.wettlauffer@vescore.com), [www.vescore.com](http://www.vescore.com)

