

Kolumne 21. April 2016



Text: Mojmir Hlinka Direktor bei AGFIF International AG

So schmeckt auch ein Home Bias

Was die Schweizer Börsenküche im ersten Quartal zubereitet hat, ist so manchem Anleger im Halse stecken geblieben. Doch nicht der Koch allein war schuld. Viele Anleger haben auf das falsche Menu gesetzt.

«Man preist immer den heimischen Herd. Sie sind aber Infektionsherde», behauptete der Schweizer Theologe Vital Kopp einst und beschrieb damit haargenau den klassischen Anlegerfehler: Home Bias. Es steht zwar in jedem Lehrbuch: Eine gesunde Diversifikation ist die absolute Grundlage für den Anlageerfolg. Umgesetzt heisst dies: Die Anlagesumme im Portfolio soll auf eine Vielzahl von Märkten, Sektoren und Produkte verteilt werden. Theoretisch. In der Praxis lässt sich jedoch anderes beobachten. Denn Anleger investieren ihr Geld immer wieder überproportional im jeweiligen Heimmarkt. Das ist der «Home Bias».

Soll ein Schweizer Vermögensverwalter also den heimischen Herd meiden wie der Teufel das Weihwasser? Wir tun das nicht und halten es vielmehr mit dem grossen Goethe und seinen Worten: «Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt so nah?» Der Erfolg gab uns in den letzten Jahren – und auch in den letzten drei Monaten – absolut Recht. Es scheint demnach, dass ein «Home Bias» durchaus nicht ein «Infektionsherd» fürs Portfolio sein muss. Vielmehr kommt es auf die Zutaten an, die auf dem Herd zu einem bekömmlichen Menu zubereitet werden.

Schauen wir uns den Schweizer Leitindex für Aktien an, den SMI. In den ersten drei Monaten dieses Jahres verlor das Barometer rund 12 Prozent an Wert. Soweit so schlecht bekömmlich. Der SMI war «infiziert». Seine Kapitalisierung besteht zu 70 Prozent aus Bank- und Finanz- sowie Pharmaaktien.

Der breitere Schweizer Index, der SMIM, ist das Spiegelbild des Schweizer Unternehmensmittelstandes. Er verlor in diesem ersten Quartal keinen Rappen an Wert. Seit Beginn Oktober des letzten Jahres hat der SMIM den SMI notabene um über 20 Prozent geschlagen.

Während die grossen Vorzeigekonzerne über Probleme und Frankenstärke jammern, beweisen die KMU, dass es auch anders geht. Wir favorisieren nun schon seit rund fünf Jahren die Mittelstandswerte und haben dies immer wieder gesagt. Möge es alle freuen, die diesen Weg mit uns gegangen sind.

Welche Schlüsse können wir daraus ziehen? Der «Home Bias» an sich ist nicht das Problem. Er wird nur zum Problem, wenn man ignoriert, dass die Schweizer Wirtschaft nicht nur aus jenen Banken, Versicherungen, Pharmakonzernen und Nahrungsmittelmultis besteht, «die man halt kennt». Im zweiten Glied stehen erstklassige innovative Unternehmen, die nicht nur sehr solide Wachstumsraten aufweisen, sondern auch konstant attraktive Dividenden zahlen. Wer also sein Menu sorgfältig mit heimischen Zutaten zusammenstellt, braucht keine Infektion zu fürchten.

Mojmir Hlinka ist Direktor bei AGFIF International AG. ✖

Quelle: <http://www.10x10.ch/schmeckt-auch-ein-home-bias>