PRINZIPIEN DES MARKTES

Titelseiten

Wenn Börsianer sich mit dem Thema „Titelseiten" beschäftigen, hört man schnell abfällige Bemerkungen über die „Journaille" und deren scheinbar untrügliches Gespür, zum rechten Zeitpunkt das Falsche zu tun. Dieses Gespür soll derart ausgeprägt sein, dass die Titelseite erst als Kontraindikator zur Höchstform aufläuft.

„Titelseitenindikator"

Der so genannte Titelseitenindikator geistert bereits seit längerer Zeit durch die Börsenliteratur, obwohl er im engeren Sinne gar kein Indikator ist. Zwar gibt es zahlreiche, mitunter anekdotenhaft verklärte Berichte, wonach Titelseiten just am Ende einer Marktbewegung diese in den leuchtendsten Farben schilderten (bei Abwärtsbewegungen ist das die Nicht-Farbe Schwarz), einer statistisch aussagekräftigen Analyse entzieht sich dieses Phänomen jedoch weitestgehend aufgrund der geringen Anzahl entsprechender Vorkommnisse. Zudem ist die Bewertung der einzelnen Titelseite oder Schlagzeile auch eher ein qualitatives denn ein quantitatives Thema. Wie euphorisch, wie aggressiv wurde getitelt? Eine Entscheidung, die manchmal erst in der Rückschau leicht fällt. Zudem muss ganz generell davor gewarnt werden, einzelne Beispiele als Beweise zu akzeptieren oder daraus unzulässige Verallgemeinerungen ableiten zu wollen. Ein Beispiel mag eine These veranschaulichen, über deren Richtigkeit sagt es allerdings kaum etwas aus.

Der Pfau der Sentimentanalyse...

Die Analyse von Titelseiten gehört zwar eindeutig zur Sentimentanalyse, aufgrund der erwähnten schlechten statistischen Erfassbarkeit schaffen Titelseiten den Sprung in entsprechende Marktstudien aber regelmäßig allenfalls als schmückendes Beiwerk. Als Teil der Sentimentanalyse unterliegen Titelseiten dennoch den gleichen Restriktionen wie die Disziplin insgesamt: Über weite Strecken sind Titelseiten vollkommen unverdächtig und liefern gar keine Aussage. Man sollte sich davor hüten, sie in diesen Phasen überzustrapazieren. Nur wenn sich in ihnen eine extreme Stimmungslage der schreibenden Zunft ausdrückt, werden sie zu einem brauchbaren Instrument. Als Faustregel gilt: Solange man nach solchen extremen Stimmungslagen bewusst suchen muss, sind sie tendenziell nicht gegeben. Erst wenn man selbst Mühe hat, sich einer vorherrschenden Stimmung zu entzie-

DAX und Smart Investor-Titelbilder mit Marktprognosen

Abb. 1: Smart Investor-Titelbilder im Zeitablauf – Nicht jedes Titelbild ist ein Kontraindikator.

Dieses Dokument ist lizenziert für Smart Investor Media GmbH, uf11608G.
Alle Rechte vorbehalten. © Smart Investor. Download vom 16.06.2021 11:18 von smartinvestor.genios.de.

hen, dürfte man sich in einer für Sentimentanalysen interessanten Marktphase befinden.

Geldwerte Nachrichten gibt es durchaus auch auf der Straße

...ein Aufreißer!

Betrachten wir jedoch zunächst den Zweck von Titelseiten: Neben dem hier nicht interessierenden Zeitschriften-Logo, das den Wiederholungstätern unter den Käufern Vertrautheit signalisieren soll, sind Schlagzeile und Titelbild sichtbarster Ausdruck des Produkts. Am Kiosk sind es die Titelseiten, die um die Aufmerksamkeit und Gunst potenzieller Käufer buhlen. Primäre Funktion der Titelseite ist also auch bei Börsenmedien nicht, eine möglichst zutreffende Prognose abzugeben, sondern viele Leser, oder besser, viele Käufer zu gewinnen. Langfristig wird man sich zwar auch in diesem Bereich durch nützliche Inhalte, also beispielsweise zutreffende Prognosen, tendenziell seine Leserschaft erarbeiten, kurzfristig aber ist der Kampf um die Laufkundschaft entscheidend. Besonders betroffen von diesem Phänomen ist natürlich die so genannte Boulevardpresse, die sich schwerpunktmäßig über den Kiosk verkauft. Smart Investor wird dagegen weit überwiegend im Abonnement vertrieben, weshalb sich hier gewisse Spielräume im Hinblick auf eine auch inhaltlich zutreffende Titelgestaltung eröffnen.

Am Pulsschlag der Massen

Massenmedien bedienen die Masse. Je höher die Auflage eines Blattes, desto sicherer kann man sein, dass es sich ganz nah am Pulsschlag der Massen befindet. Börsenerfolg dagegen ist ein Thema, das regelmäßig nur wenig mit dem aktuellen Geschmack der Massen zu tun hat. Wie aber trifft man den Nerv des Publikums? Hierzu erscheint ein kleiner Ausflug in die Welt der Werbetreibenden hilfreich: Demnach gilt es vor allem, die Bedürfnisse der Adressaten anzusprechen. Es ist daher nicht verwunderlich, dass viele Titel Themen wie Jugend, Gesundheit, Schönheit, oder im Falle von Börsenmagazinen eben Reichtum ansprechen. Wenn, ja wenn man nur das angebotene Heft kauft, dann – so verheißt der Titel – erfahren wir den schnellen und mühelosen Weg zur Bedürfnisbefriedigung. Besonders leicht fällt der Zugang zum Leser immer dann, wenn dieser bereits ein Vorverständnis des Themas hat und den angedeuteten Weg für praktikabel hält. „Reich mit Internetaktien“ mochte Anfang des Jahres 2000 als äußerst praktikabler Weg erscheinen, weil praktisch jeder schon von den geradezu märchenhaften Chancen dieses Segments gehört hatte und es diese Vertrautheit war, die der Sache Glaubwürdigkeit verlieh. Heute jedoch würde der gleiche Titel, ebenfalls aufgrund von Vorerfahrungen, eher auf Unverständnis oder gar Ablehnung stoßen. Dies erklärt andererseits, warum es auch große Trends selten schon zu Beginn auf die Titelseite schaffen, unabhängig davon, ob es nun um eine Branche, eine Region oder eine (neue) Anlageklasse geht. Als Newcomer qualifizieren sie sich allenfalls für eine Randnotiz im Innenteil des Heftes; die Titelseite dagegen bleibt den Themen vorbehalten, die im Publikum die richtigen Saiten zum Klingen bringen. Es sind die Sternstunden einer Börsenredaktion, in denen sie ihren Lesern schon auf dem Titel gänzlich Neues zumutet.

Schnell reich werden ist einfach – das suggerieren viele Börsenmagazine

Glaubensgemeinschaften

Vor diesem Hintergrund ist aber auch das Verhältnis zwischen Redaktion und Leserschaft zu sehen, wobei sich hier nicht selten ein symbiotisches Beziehungsgefüge herausbildet, das man als Glaubensgemeinschaft oder schlichte Kumpanei charakterisieren könnte – mit durchaus wechselseitiger Abhängigkeit. Eine Zeitschrift oder Zeitung wird für eine bestimmte Zielgruppe produziert, und die Erwartungshaltung der Zielgruppe nimmt daher in erheblichem Maße Einfluss auf das, was berichtet wird, aber auch darauf, wie es berichtet wird. Im Extremfall einer Parteizeitung werden wir neben allerlei belangloser Garnierung im wesentlichen Berichte über die Großtaten eben dieser Partei finden, während wir allenfalls im Vermischten einen Hauch von Selbstironie erhaschen werden. Nach einem langen Aufwärtstrend gleicht manches Börsenmagazin dem „Zentralorgan der Bullenpartei“. Wer hier zur Vorsicht mahnt oder gar ein Ende der Aufwärtsbewegung voraussagt, kann sich vor allem einer Sache sicher sein, des Zornes der emotionalisierten Leser! Nur Wenige lassen sich ohne Maulen aus ihrer mentalen Kuschelecke vertreiben, sobald sie es sich dort einmal gedanklich bequem gemacht haben. Auch dies mag erklären, warum Titelseiten tendenziell prozyklisch gestaltet sind. Daneben gibt es aber auch ganz praktische Erwägungen, die dazu führen, dass Titelseiten in aller Regel nicht nur pro-, sondern sogar spätzyklisch sind: Bis ein Thema einmal zur Titelgeschichte reift, vergeht regelmäßig Zeit, und Zeit ist fast alles, worum es an den Märkten geht.

Extreme Verhältnisse

Wie eingangs erwähnt, entfalten Sentimentanalysen ihre Aussagefähigkeit nur in Extremsituationen. Die entscheidende Frage lautet also, wann liegt eine Extremsituation vor? Ein vereinzeltes Titelblatt einer vielleicht nicht einmal sonderlich auflagenstarken Zeitschrift macht da ebenso wenig eine Extremsituation

Dieses Dokument ist lizenziert für Smart Investor Media GmbH, uf11608G.
Alle Rechte vorbehalten. © Smart Investor. Download vom 16.06.2021 11:18 von smartinvestor.genios.de.

wie die sprichwörtliche Schwalbe den Sommer. Im Gegenteil, bei großen Trends ist sehr häufig eine Phase der Begleitung zu beobachten, also vereinzelte trendbestätigende Titelseiten. Erst in der Folge kommt es zum Exzess. Smart Investor beispielsweise zeigte schon mit der Erstausgabe eine glückliche Hand bei der Auswahl von Titelseiten, die die weitere Marktentwicklung recht zutreffend prognostizierten (vgl. Abb. 1).

Die Masse macht's

Außergewöhnlich dagegen ist die schiere Masse an Titelbildern. Masse bedeutet dabei zunächst einmal Auflagenstärke. Aus einleuchtenden Gründen ist es bedeutsamer, falls sich auflagenstarke Magazine oder Zeitungen eines Themas annehmen, als wenn dies weitgehend unter Ausschluss einer breiteren Öffentlichkeit geschieht. Noch bedeutungsvoller ist es natürlich, falls gleich mehrere Redaktionen unabhängig voneinander gleichzeitig dem gleichen Impuls nachgeben und ähnliche Titel produzieren. Für den Leser bedeutet dies, dass er in solchen Phasen – gleich welche Zeitschrift – immer wieder prominent mit dem gleichen Thema konfrontiert wird. Woher soll danach eigentlich noch die Schubkraft für eine weitere Fortsetzung der Bewegung kommen?

Fachfernes Interesse

Nun, es gibt tatsächlich noch eine weitere Eskalationsstufe: Sobald sich ein Börsenthema so sehr verselbständigt hat, dass es auch von eigentlich fachfernen Publikationen auf die Titelseiten gehoben wird. Neben den überregionalen Tageszeitungen ist da an die großen Nachrichtenmagazine zu denken. Häufig ist das Über- oder Unterschreiten prominenter Marken oder das Erreichen neuer All-Time-Highs der Aufhänger für derartige Titelgeschichten (vgl. Abb. 2). Erreicht ein Thema schließlich die Massenblätter des Boulevards, erscheint eine weitere Steigerung nicht möglich (vgl. Abb. 3). Nachdem über diese Kanäle das letzte Aufgebot aktiviert wurde, ist der Zusammenbruch des Nachschubs absehbar. Einziger Zweck der auf diese Weise Aktivierten scheint zu sein, die Gewinnsicherung der Profis zu unterstützen, indem sie deren Positionen übernehmen.

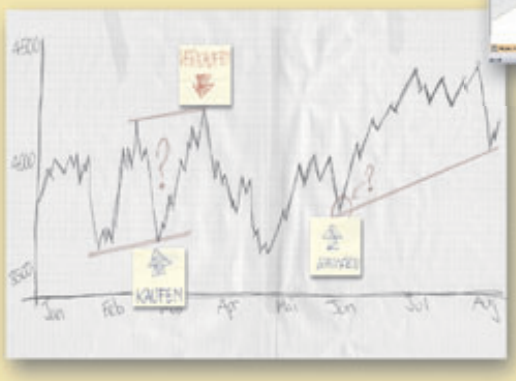
Abb. 2: Feiern mit dem MDAX – Nicht jedes All-Time-High ist ein Kaufsignal (Euro am Sonntag vom 11.2.2007).

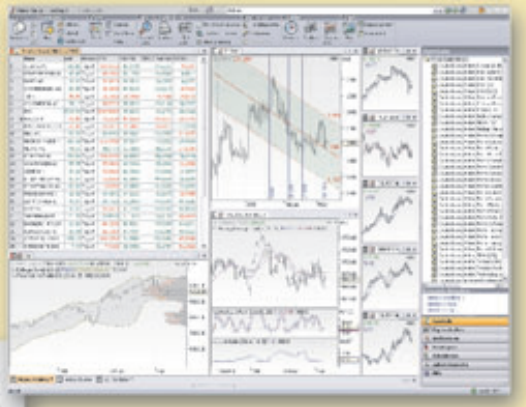
Lifestyle goes Market

Während man den eben genannten Publikationen noch eine allgemeine Informationspflicht attestieren kann, die auch Bör-

Anzeige

Signale missverstanden?





besser charten mit ...

tradesignal 5

überlegen handeln

- Aufbauend auf den genialen Tradesignal Chartsystem
- NEU! Dem Markt immer einen Schritt voraus durch Real-Push-Kurse
- Backtesten und optimieren Sie Ihre Handelssyteme auf bis zu 3 Jahren Intradaykursen und 10 Jahren auf Tagesbasis
- Beliebige Indikatoren in Ihren Kurslisten: Drag. Drop. Fertig!
- Märkte automatisch nach jeder Bedingung scannen und filtern
- Profitieren Sie vom automatischen Orderrouting

www.tradesignal.com Alles für € 49,- pro Monat zzgl. Börsengebühren

Dieses Dokument ist lizenziert für Smart Investor Media GmbH, uf11608G.
Alle Rechte vorbehalten. © Smart Investor. Download vom 16.06.2021 11:18 von smartinvestor.genios.de.

Abb. 3: Deutschland im Geld-Rausch – Bild war dabei! (Archiv Alexander Hirsekorn, www.wellenreiter-invest.de); Bild vom 22.2.2000

senentwicklungen einschließt, nehmen fachfremde Themenmagazine eine Sonderrolle ein. Erwähnt seien in diesem Zusammenhang Fernsehzeitschriften und Lifestyle-Magazine, deren programmatische Inhaltslosigkeit sie selten daran hindert, zu wirklich jedem Thema „die 10 wichtigsten Tipps" abzugeben. Was aber beispielsweise ein TV-Magazin reitet, das „Spekulieren mit Rohstoffen" zu propagieren, ist von hier aus nicht nachvollziehbar (vgl. Abb. 4). Für Lifestyle-Magazine sind derartige Anlagen dann publikumsentsprechend „total trendy" und werden individuell zusammengestellt: „Welcher Rohstoff-Typ bist Du?!" Derlei praktischer Rat aus unberufenem Munde endet aber wohl allzu oft schmerzhaft, als ob TV-Programm und Shopping-Tipps nicht schon alleine schlimm genug wären.

Marktschreier

Wie wir gesehen haben, sind Titelbilder aufgrund ihrer Funktion selten von zurückhaltender Nachdenklichkeit geprägt. Aber auch hier gibt es Abstufungen: Je aggressiver und eindeutiger die Titelbotschaften daherkommen, je mehr sie den Empfänger unter Handlungsdruck setzen, desto eher charakterisieren sie eine Extremsituation; wenn „1000 Prozent" als konservatives Kursziel gelten und es auf den Titelseiten nur so von schnaubenden Bullen und sich zackig in den Himmel reckenden Pfeilen wimmelt, dann hat sich der Markt Abkühlung redlich verdient. Aktuell sehen wir zwar gewisse Übertreibungen („Geschenke für die Anleger", vgl. Abb. 5), insgesamt ist der Optimismus aber noch eher subtiler Natur. Dennoch würden wir das jüngste Titelbild eines anderen Anlegermagazins eher auf den Kopf stellen (vgl. Abb. 6).

Abb. 4: Rohstoffe, Rente, Rücken – Programmzeitschriften, die letzten Universalgelehrten (Hörzu vom 26.1.2007)!

So nah und doch so fern

Sozusagen am anderen Ende der Skala bewegen sich Börsenzeitschriften, die vom eigenen Thema nichts mehr wissen wollen. Wenn ein Aktienmagazin plötzlich vor Aktien warnt, dann ist das schon alleine deshalb bemerkenswert, weil es auf diese Weise seine Existenzgrundlage gefährdet. Wer keine Aktien hat, braucht schließlich auch kein Aktienmagazin. Die meisten Börsenmagazine neigen daher zu einem gewissen Zweckoptimismus. Eine Verkaufsempfehlung löst zudem das Band der Abhängigkeit zwischen Leser und Redaktion, da Erstgenannter nun nicht mehr an den neuesten Einschätzungen zu „seinem" Papier interessiert sein dürfte. Falls also die Redaktion eines auflagenstarken Magazins einmal so sehr in Panik gerät, dass sie zum generellen Verkauf bläst, dann stellt auch dies eine Extremsituation dar.

Abb. 5: „Der Aktionär" verteilt Geld-Geschenke für die Anleger. Wir sagen: „Herzlichen Dank!" (Der Aktionär vom 7.2.2007)

Abb. 6: „Börse Online" vom 8.2.2007: Manche Titel treffen die Wahrheit besser, wenn man sie auf den Kopf stellt.

Fazit

Titelbilder können ein Hinweis auf bevorstehende Wendepunkte eines Marktes sein. Sie sind Ausdruck emotionalster Publikumsansprache und spiegeln häufig genau dessen Erwartungen. Die gezielte Ausschau nach Titelbildern dürfte allerdings weniger hilfreich sein. Erst wenn sich diese förmlich aufdrängen und uns die volle Wucht des Boulevards trifft, ist der Moment gekommen, sich von der vorherrschenden Stimmung abzukoppeln.

Ralph Malisch

Dieses Dokument ist lizenziert für Smart Investor Media GmbH, uf11608G.
Alle Rechte vorbehalten. © Smart Investor. Download vom 16.06.2021 11:18 von smartinvestor.genios.de.