

# INHALT

<b>Vorwort</b>	<b>15</b>
<b>Vorwort</b>	<b>21</b>
<b>Danksagung</b>	<b>25</b>
<b>TEIL I: HÄUFIGE FEHLER UND GRUNDLEGENDE VOREINGENOMMENHEITEN .....</b>	<b>29</b>
1. <b>Emotion, Neurowissenschaft und Investieren: Anleger als     Dopamin-Süchtige .....</b>	<b>31</b>
SPOCK ODER MCCOY? .....	33
DER VORRANG DER GEFÜHLE .....	35
SELBSTBEHERRSCHUNG IST WIE EIN MUSKEL .....	45
KONSTRUIERT FÜR DAS KURZFRISTDENKEN .....	48
ALS HERDENTIER KONSTRUIERT .....	50
PLASTIZITÄT ALS RETTUNG .....	51
2. <b>Halb Mensch, halb Affe .....</b>	<b>53</b>
DIE VOREINGENOMMENHEITEN, DENEN WIR AUSGESETZT SIND .....	56
VOREINGENOMMENHEIT NR. 1: ICH WEISS ES BESSER, WEIL ICH MEHR WEISS .....	56
VOREINGENOMMENHEIT NR. 2: GROSS ≠ WICHTIG .....	61
VOREINGENOMMENHEIT NR. 3: ZEIG MIR, WAS ICH SEHEN WILL .....	63
VOREINGENOMMENHEIT NR. 4: KOPF WAR KÖNNEN, ZAHL WAR PECH.....	64
VOREINGENOMMENHEIT NR. 5: DAS HABE ICH MIR GLEICH GEDACHT .....	65
VOREINGENOMMENHEIT NR. 6: DAS IRRELEVANTE HAT WERT ALS SIGNAL.....	66

VOREINGENOMMENHEIT NR. 7: ICH KANN MIR DANACH, WIE ETWAS AUSSIEHT, EIN URTEIL BILDEN	69
VOREINGENOMMENHEIT NR. 8: ICH HABE DAS ANDERS IN ERINNERUNG	71
VOREINGENOMMENHEIT NR. 9: WENN SIE SAGEN, DASS ES SO IST, DANN MUSS ES WOHL STIMMEN	73
VOREINGENOMMENHEIT NR. 10: EINVERLUST IST ERST DANN EINVERLUST, WENN ICH IHN MACHE .....	76
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	84
<b>3. Tun Sie mal etwas Ungewöhnliches</b>	<b>87</b>
IMPACT BIAS .....	90
EMPATHIELÜCKEN .....	92
DIE URTEILSFEHLER BEKÄMPFEN .....	98
<b>4. Gehirnschaden, Drogensüchtige und Tauben</b>	<b>103</b>
<b>5. Was haben Sekretärinnen, Papierkörbe und der Da Vinci Code gemeinsam? .....</b>	<b>115</b>
<b>6. Die Grenzen des Lernens .....</b>	<b>125</b>
DER FEHLER DER SELBSTZUSCHREIBUNG: KOPF IST KÖNNEN, ZAHL IST PECH .....	133
RÜCKSCHAUFEHLER: ICH HABE ES DIE GANZE ZEIT GEWUSST .....	137
DIE TAUBEN SKINNERS .....	139
DIE ILLUSION VON KONTROLLE .....	141
VERZERRUNG DES FEEDBACK .....	143
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	147
<b>TEIL II: DIE PROFIS UND DIE URTEILSFEHLER .....</b>	<b>149</b>
<b>7. Sich schlecht benehmen</b>	<b>151</b>
DER TEST .....	153
DIE ERGEBNISSE .....	155
ÜBERTRIEBENER OPTIMISMUS .....	156
DIE BESTÄTIGUNGSTENDENZ .....	157
REPRÄSENTATIVITÄT .....	158
DER KOGNITIVE REFLEXIONSTEST (KRT) .....	161
VERANKERUNG .....	165

KEYNES SCHÖNHEITSWETTBEWERB .....	169
DAS MONTY-HALL-PROBLEM .....	173
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	175
TEIL III: DIE SIEBEN SÜNDEN DES FONDSMANAGEMENTS .....	177
8. <b>Eine behavioristische Kritik</b> .....	179
STADT DER SÜNDEN .....	181
ALTERNATIVE ANSÄTZE UND KÜNSTLICHE RICHTUNGEN ...	187
SÜNDE 1: PROGNOSEN (STOLZ).....	189
9. <b>Der Prognose-Unsinn:</b>	
Ignorieren Sie alle Ökonomen, Strategen und Analysten.....	191
ZU GROSSES SELBSTVERTRAUEN ALS URSCHE	
SCHLECHTERE PROGNOSEN .....	198
ZU GROSSES VERTRAUEN IN DAS EIGENE URTEIL	
UND DIE EXPERTEN .....	200
WOZU PROGNOSTIZIEREN, WENN ES	
ERWIESEN MAREN NICHT MÖGLICH IST? .....	206
WOZU PROGNOSEN? .....	215
VERSCHLECHTERUNG .....	217
10. <b>Was schätzen Analysten?</b> .....	219
SÜNDE 2: DIE ILLUSION DES WISSENS (VÖLЛЕREI)....	231
11. <b>Die Illusion des Wissens, oder sind mehr Informationen bessere</b>	
<b>Informationen?</b> .....	233
SÜNDE 3: DAS GESPRÄCH MIT UNTERNEHMENS-	
VERTRETERN (WOLLUST) .....	247
12. <b>Wozu Ihre Zeit damit verschwenden, der Unternehmensleitung</b>	
<b>zuhören?</b> .....	249
MANAGER SIND GENAU SO VOREINGENOMMEN	
WIE ALLE ANDEREN .....	251
BESTÄTIGUNGSTENDENZ UND VOREINGENOMMENE	
ANPASSUNG .....	256
AUTORITÄTSHÖRIGKEIT .....	261

WAHRHEIT ODER LÜGE? .....	265
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	272
SÜNDE 4 : DER GLAUBE, ALLE ANDEREN AUSTRICKSEN ZU KÖNNEN (NEID) .....	273
13. <b>Wer ist ein hübscher Junge? Oder: Schönheitswettbewerbe, Rationalität und größere Narren .....</b>	275
HINTERGRUND .....	277
DAS SPIEL .....	278
DIE LÖSUNG .....	279
DIE ERGEBNISSE .....	281
EIN EINFACHES MODELL UNSERES WETTBESSERBS .....	287
VERGLEICH MIT ANDEREN EXPERIMENTEN .....	290
LERNEN .....	295
SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	296
SÜNDE 5: KURZE ZEITHORIZONTE UND ZU HÄUFIGES TRADEN (HABSUCHT) .....	297
14. <b>ADHS, Zeithorizonte und unterdurchschnittliche Entwicklung</b>	299
SÜNDE 6: ALLES FÜR WAHR HALTEN, WAS MAN LIESST (TRÄGHEIT).....	313
15. <b>Nur die Geschichte zählt (oder: der Reiz des Wachstums) .....</b>	315
16. <b>Skepsis kommt selten vor (oder Descartes gegen Spinoza).....</b>	329
KARTESISCHE SYSTEME .....	333
SPINOZAISCHE SYSTEME.....	334
BIBLIOTHEKEN .....	335
EIN TESTVERFAHREN .....	336
DIE EMPIRISCHEN SYSTEME .....	337
STRATEGIEN GEGEN NAIVE ÜBERZEUGUNGEN .....	342
SÜNDE 7: GRUPPENENTSCHEIDUNGEN (ZORN) .....	345
17. <b>Sind zwei Köpfe besser als einer? .....</b>	347
VOREINGENOMMENHEIT ÜBERWINDEN.....	358

TEIL IV: DER ANLAGEPROZESS ALS VERHALTENSBEZOGENE VERTEIDIGUNG .....	361
18. Das Tao des Anlegens .....	363
TEIL A: DER VERHALTENSORIENTIERTE ANLEGER	369
19. Kommt aus eurem Versteck (oder: zeigt mir das Alpha).....	371
DAS ALPHA .....	378
DIE ENTWICKLUNG DER INVESTMENTFONDSBRANCHE .....	379
MERKMALE DER FONDS .....	382
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	386
20. Merkwürdiges Gebräu.....	389
AUF LANGE SICHT .....	391
AUF KURZE SICHT .....	396
DIE BESCHRÄNKUNG DES NUR-KAUFENS	
DURCHBRECHEN .....	402
BANDBREITE HINZUFÜGEN .....	405
NICHT NUR EINE AUSREDE FÜR HEDGE-FONDS .....	406
ECHTE ALTERNATIV-INVESTMENTS .....	407
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	408
21. Kontrarier oder Konformist? .....	409
22. Malen nach Zahlen:	
eine Ode an die Quants .....	427
NEUROSE ODER PSYCHOSE? .....	431
FESTSTELLUNG VON GEHIRNSCHÄDEN.....	433
ZULASSUNGEN ZUR UNIVERSITÄT .....	434
RÜCKFÄLLIGKEIT KRIMINELLER .....	435
BORDEAUX-WEIN .....	436
EINKAUFSS-MANAGER .....	437
METAANALYSE .....	439
DIE GUTE NACHRICHT .....	441
WARUM ALSO KEINE QUANTITATIVEN MODELLE? .....	442
MERKMAL VI: BEREITS SEIN, FONDS ZU SCHLIESSEN.....	459
23. Der perfekte Wertanleger.....	447
MERKMAL I: HOHE KONZENTRATION DER PORTFOLIOS .....	450
MERKMAL II: SIE BRAUCHEN NICHT ALLES ZU WISSEN, UND LASSEN SIE SICH NICHT VON MARKTLÄRM BETÄUBEN ....	455
MERKMAL III: DIE BEREITSCHAFT, KASSE ZU HALTEN .....	455

MERKMAL IV: WEITE ZEITHORIZONTE .....	456
MERKMAL V: SCHLECHTE JAHRE HINNEHMEN .....	458
MERKMAL VI: BEREIT SEIN, FONDS ZU SCHLIESSEN.....	459
<b>24. Die Wahrheiten von gestern stimmen auch heute noch .....</b>	<b>461</b>
DIE UNBEACHTETEN WORTE VON KEYNES	
UND GRAHAM .....	466
<b>25. Warum nicht Wert? Die Stolpersteine des verhaltensorientierten Anlegens .....</b>	<b>487</b>
WISSEN ≠ VERHALTEN .....	491
VERLUSTAVERSION .....	492
GRATIFIKATIONSAUFSCHEB UND PROGRAMMIERUNG	
FÜR KURZE FRISTEN .....	494
SOZIALER SCHMERZ UND DAS HERDENVERHALTEN .....	499
SCHWACHE GESCHICHTEN .....	500
ZU GROSSES VERTRAUEN IN DAS EIGENE URTEIL .....	501
SPASS .....	504
NEIN EHRLICH, ICH WERDE BRAV SEIN .....	505
<b>TEIL B: DIE EMPIRISCHEN BEWEISE: DER WERT IN ALL SEINEN ERSCHEINUNGSFORMEN .....</b>	<b>507</b>
<b>26. Schnäppchenjäger (oder: Es bietet mir Schutz).....</b>	<b>509</b>
DIE VORGEHENSWEISE .....	511
FUNKTIONIERT DER WERTANSATZ? .....	513
DIE ANATOMIE DES WERTANSATZES .....	514
DER SIRENENGESANG DES WACHSTUMS .....	516
WACHSTUM BEDEUTET NICHT, DIE BEWERTUNG	
AUSSER ACHT ZU LASSEN .....	517
DIE ENTÄUSCHENDE WIRKLICHKEIT DES WACHSTUMS ..	519
LIEGEN DIE ANALYSTEN RICHTIG? .....	521
WERT IM VERGLEICH ZU WACHSTUM .....	524
ZUSAMMENFASSUNG .....	525
<b>27. Besserer Wert (oder: Der Dean hatte recht!) .....</b>	<b>539</b>
<b>28. Der kleine Beitrag, der die Märkte schlägt .....</b>	<b>553</b>
DIE VORGEHENSWEISE UND DIE DATEN .....	558
DIE ERGEBNISSE .....	560
QUALITÄT SPIELT FÜR WERT EINE ROLLE .....	562
SCHUTZ DER KARRIERE ALS ANLAGESTRATEGIE .....	563

UND AUS DER SICHT DER LONG/SHORT-STRATEGIE? .....	564
DIE ZUKUNFT DES LITTLE BOOK .....	565
TABELLEN UND ABBILDUNGEN .....	568
<b>29. Erträge durch die Verwendung vertraulicher Informationen verbessern .....</b>	<b>583</b>
GEDULD IST EINE TUGEND .....	588
DIE VERWENDUNG VERTRAULICHER INFORMATIONEN ..	589
DIE PERSPEKTIVE DER ABSICHERUNG .....	591
RISIKO ODER FALSCHER PREIS? .....	592
BEWEISE FÜR VERHALTENSBEDINGTE FEHLER .....	593
BEWEISE GEGEN DEN RISIKOSTANDPUNKT .....	595
DIE BELEGE DER EUROPÄISCHEN MÄRKTE.....	598
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	599
<b>30. Nur ein wenig Geduld: Teil 1 .....</b>	<b>601</b>
<b>31. Nur ein wenig Geduld: Teil II.....</b>	<b>613</b>
DIE WERTPERSPEKTIVE .....	617
WACHSTUMSPERSPEKTIVE .....	623
WACHSTUM UND MOMENTUM .....	624
WERT FÜR WACHSTUMSANLEGER .....	625
WERT UND MOMENTUM .....	626
DIE FOLGEN .....	627
<b>32. Bereiche, Wert und Momentum .....</b>	<b>631</b>
WERT .....	634
MOMENTUM .....	634
BEREICHE: WERT ODER WACHSTUM .....	635
AKTIEN ODER BEREICHE .....	636
<b>33. Auf Bereiche bezogene Faktoren funktionieren am besten .....</b>	<b>641</b>
VORGEHENSWEISE .....	647
DIE ERGEBNISSE .....	648
SCHLUSSFOLGERUNG .....	655
<b>34. Überdurchschnittliche Entwicklung billiger Länder.....</b>	<b>657</b>
ANGABE VON DATEN NACH STRATEGIE .....	664
 <b>TEIL C: RISIKO – ABER ANDERS,</b>	
<b>ALS WIR ES KENNEN .....</b>	<b>677</b>
 <b>35. CAPM ist CRAP (oder: Der tote Papagei lebt!)</b> .....	<b>679</b>
EIN BLICK ZURÜCK IN DIE ZEIT .....	683

DAS CAPM IN DER PRAXIS .....	684
WARUM SCHEITERT DAS CAPM? .....	690
DAS CAPM HEUTE UND DIE SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	692
<b>36. Risikomanager oder Risikoverrückte? .....</b>	<b>699</b>
<b>37. Risiko: Das beliebteste unanständige Wort in der Welt der Finanzen.....</b>	<b>711</b>
DIE PSYCHOLOGIE DES RISIKOS .....	715
DAS RISIKO BEI DER PERFORMANCEMESSUNG .....	717
DAS RISIKO AUS DER INVESTMENT-PERSPEKTIVE .....	718
<b>TEIL V: SPEKULATIONSBLASEN UND VERHALTEN ....</b>	<b>725</b>
<b>38. Die Anatomie einer Spekulationsblase .....</b>	<b>727</b>
VERLAGERUNG .....	729
KREDITSCHAFFUNG .....	730
EUPHORIE .....	732
KRITISCHE PHASE/FINANZIELLE NOT .....	733
ABSCHÉU .....	738
<b>39. Die Auflösung der Spekulationsblase: Wie Alpha entsteht .....</b>	<b>745</b>
SPEKULATIONSBLASEN IM LABOR .....	747
SPEKULATIONSBLASEN AN DEN REALEN AKTIENMÄRKTN .....	749
VERLAGERUNG: DIE GEBURT EINES BOOMS .....	751
KREDITSCHAFFUNG: DER BOOM WIRD GENÄHRT .....	752
EUPHORIE .....	755
DIE KRITISCHE PHASE/FINANZIELLE NOT .....	757
ABSCHÉU .....	764
ANWENDUNGEN .....	769
DIE GENERIERUNG VON ALPHA .....	772
FONDS OHNE LEERVERKÄUFE .....	777
ZUSAMMENFASSUNG .....	777
<b>40. Mit dem Teufel laufen: Eine zynische Spekulationsblase.....</b>	<b>779</b>
DIE WICHTIGSTEN ARTEN VON SPEKULATIONSBLASEN .....	782
DIE PSYCHOLOGIE DER SPEKULATIONSBLASEN .....	790
KOMBINIERTE BLASEN UND DER AUFLÖSUNGSPROZESS VON BLASEN .....	790
EXPERIMENTELLE ERKENNTNISSE: BLASEN-ECHOS .....	794
MARKTDYNAMIK UND DIE INVESTMENT-GEFAHREN	

FAST RATIONALER BLASEN .....	795
<b>41. Blasen-Echos: Die empirischen Belege.....</b>	<b>801</b>
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	814
 TEIL VI: DIE ZERSTÖRUNG VON INVESTMENT-MYTHEN .....	817
 42. Das Vorurteil der Überzeugung und das Zen des Investierens ..	819
DAS ÜBERZEUGUNGSVORURTEIL UND DAS X-SYSTEM ....	824
ZUVERSICHT KANN GENAUIGKEIT NICHT ERSETZEN ....	828
DAS ÜBERZEUGUNGSVORURTEIL UND DAS ZEN DES	
INVESTIERENS .....	829
43. Dividenden sind tatsächlich wichtig .....	831
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	847
44. Dividenden, Aktienrückkäufe, Gewinne und der bevorstehende Niedergang .....	849
45. Die Rückkehr der Räuberbarone .....	859
46. Das Fegefeuer niedriger Renditen .....	877
47. Wie wichtig ist der Zyklus? .....	891
48. Haben wir wirklich so wenig gelernt? .....	905
49. Gedanken über alternative Assets .....	913
HEDGE-FONDS .....	915
ROHSTOFFE .....	916
WELCHER INDEX? .....	917
DIE ZUSAMMENSETTUNG DER RENDITEN VON	
ROHSTOFF-FUTURES .....	919
DIE ZEITEN ÄNDERN SICH .....	919
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	925
 TEIL VII: UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND ETHIK ..	927
 50. Abu Ghraib: Lektionen aus der Behavioural Finance und für die Unternehmensführung .....	929
DER FUNDAMENTALE ATTRIBUTIONSSIRRTUM .....	931
ZIMBARDOS GEFÄNGNISEXPERIMENT .....	934
MILGRAM: DER MANN, DER DIE WELT SCHOCKIERTE.....	937
UMSTÄNDE, DIE GUTE MENSCHEN ZU SCHLECHTEN	
MENSCHEN MACHEN.....	944

SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	946
<b>51. Das Richtig tun oder die Psychologie der Ethik.....</b>	<b>947</b>
DER ETHISCHE »BLINDE FLECK« .....	951
DIE URSPRÜNGE MORALISCHER URTEILE.....	953
BEISPIELE FÜR EINGESCHRÄNKTE ETHIK UND UNBEWUSSTE VORURTEILE .....	960
MECHANISMEN, DIE ETHISCH SCHLECHTES VERHALTEN ANTREIBEN .....	975
DIE BEKÄMPFUNG UNETHISCHEN VERHALTENS .....	978
<b>52. Unbeabsichtigte Folgen und Nachgeben unter Druck:</b>	
<b>Die Psychologie der Anreize.....</b>	<b>981</b>
BEWEISE AUS DEM LABOR .....	986
BEWEISE AUS DEM REALEN LEBEN .....	991
ZURÜCK INS LABOR .....	994
WER VERSAGT WAHRSCHEINLICH UNTER DRUCK? .....	997
SCHLUSSFOLGERUNGEN	999
<b>TEIL VIII: GLÜCK</b>	<b>1001</b>
<b>53. Wenn es Sie glücklich macht</b>	<b>1003</b>
TOP 10 .....	1012
<b>54. Materialismus und das Streben nach Glück .....</b>	<b>1015</b>
DER EHRGEIZ-INDEX .....	1017
MATERIALISMUS UND GLÜCK: DIE BEWEISE .....	1019
PROBLEME DES MATERIALISMUS .....	1022
WAS TUN? .....	1023
WARUM SIND ERFAHRUNGEN WICHTIGER ALS BESITZ? ...	1027
SCHLUSSFOLGERUNGEN	1030
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>1033</b>
<b>Register</b>	<b>1049</b>