

Handelszeitung

Betreff: EZB / Griechenland / China / Pensionskassen

Liebe Anleger

Versetzen Sie sich einmal in die Haut eines Notenbankers bei der Europäischen Zentralbank **EZB**. Ihr Chef, Präsident Jean-Claude Trichet, schneit aus Paris kommend ins Büro und sagt Ihnen: «John, machen Sie etwas, unser **Euro** ist zu teuer, aber es darf nicht nach einer direkten Intervention aussehen.» Nichts leichter als das: Etwas Griechenland-Verunsicherung in den Markt geben, und prompt stellen deutsche Wirtschaftsmedien die Frage, ob der Euro platzt und wie stark das Pfund Sterling noch steigt, weil Griechenland die Gemeinschaftswährung belastet. Günstiger sind tiefere Wechselkurse nicht zu haben. Zur Beruhigung lohnt sich aber für einmal ein Blick in die **USA**: Spricht dort jemals einer davon, dass der **Dollar** auseinanderfällt, nur weil Kalifornien de facto pleite ist? Kalifornien ist für die USA etwa so wichtig wie Frankreich oder Italien für die Eurozone. Griechenland hingegen hätte in den USA einen weit tieferen Stellenwert – etwa den von Montana oder Oregon.

Für **Griechenland** wird man eine Mischung von Zuckerbrot und Peitsche finden – Hilfen, um über die Runden zu kommen, aber auch harte Auflagen, um beispielsweise die Kaffeekränzchen in der staatlichen Verwaltung in Athen zu schliessen. Rasch genesen wird der griechische Finanzhaushalt jedoch nicht, wahrscheinlicher ist eher ein jahrelanges Hin und Her, und natürlich in der zeitlichen Nähe von Wahlterminen allerlei einschlägige Rhetorik. Aber auch das hat seine Vorteile – der Euro bleibt schwach. «John, wenn Sie so weitermachen, bekommen Sie noch einen Bonus», wird mir Monsieur Trichet Ende Februar sagen.

Es gibt kaum ein grösseres Infrastrukturprogramm als das von **China**. Besonders viel Medienpräsenz bekommen dabei die Hochgeschwindigkeitszüge. Ende Jahr wurde die erste längere Strecke eingeweiht. Der Staat stellt dafür 600 Mrd Yuan bereit. Das klingt nach sehr viel, es entspricht aber «nur» etwa dem Vierfachen der Gesamtkosten für die Neat in der Schweiz. Nur bekommen die Chinesen dafür gleich 30 000 km neue Eisenbahnstrecken sowie 2000 km U-Bahn-Tunnel. Profitieren werden vor allem die Baufirmen und die Lieferanten von Rollmaterial. Hierzulande unbekanntere Firmen wie die China Railway Group CRG oder die China Railway and Construction Group CRCC haben die meisten Aufträge eingefahren. Beide Aktien sind auch in Hongkong gelistet, beide werden allenthalben zum Kauf empfohlen. Gelistete Hersteller von Hochgeschwindigkeitszügen sind BST, CNR und CSR. Diese bauen, teils in Zusammenarbeit mit ausländischen Kooperationspartnern, vor allem Chassis und Räder. Kaufempfehlungen bekommen CSR und CNR. Ausländische Firmen wie Bombardier, Alstom, Kawasaki und Siemens müssen mit diesen zusammenarbeiten, um überhaupt ins Geschäft zu kommen, und entsprechende Technologietransfers zulassen. Es dürfte laut Analysten nur eine Frage der Zeit sein, bis diese Hersteller auch in **Europa** als (Billig-)Anbieter von Rollmaterial für die klammen staatlichen Netzbetreiber auftreten. Allerdings gibt es auch hier keine Garantie dafür, dass sich ein erfolgreicher Marktvorstoss auch gleich in höheren Aktienkursen widerspiegelt.

Höhere Aktienkurse haben im letzten Jahr das ihrige dazu beigetragen, die auf Grund gelaufenen Vorsorgeeinrichtungen der **2. Säule** flottzukriegen. Jedenfalls zeigen die jüngsten Berechnungen des Credit Suisse Schweizer Pensionskassenindex, dass 100 hiesige Kassen im letzten Jahresviertel 2009 eine Anlageperformance von 1,7% erzielten. Über das Jahr berechnet ergibt dies einen Zugewinn von 10,8%, das beste Jahresresultat seit 2005. Doch zur Freude besteht kaum Anlass: Die Lücke aus dem Krisenjahr 2008 konnte auch damit nicht ausgeglichen werden. 2010 müsste nun, so rechnet die Credit Suisse vor, nochmals eine Performance von 12,5% erzielt werden, um das seit 2000 klaffende Loch zur angestrebten Rendite zu füllen. Doch das dürfte eine Wunschvorstellung bleiben. Während die Politik um die Höhe des Umwandlungssatzes debattiert, müssen die Pensionskassen zusehen, wie sie die Rendite wieder hereinholen. Im 4. Quartal 2009 haben sie dies über Zukäufe ausländischer Aktienwerte getan, während die Quoten in hiesigen Aktien und Anleihen stabil gehalten wurden. Verkauf wurden dagegen Fremdwährungsanleihen.

Bis zur nächsten Woche, Ihr
John Dow

Für Ihre Beobachtungen, Erfahrungen und Fragen schreiben Sie bitte an:
johndow@handelszeitung.ch

Nach den Frauen kräht kein Schuhu

FONDS Die Branche hat einen aufwendigen Werbefeldzug gestartet, um die Produkte nach der Finanzkrise wieder zum Fliegen zu bringen. Doch die Kampagne zielt an den Anlegerinnen vorbei.

JORGOS BROUZOS

Der Schweizer Fondsverband Swiss Funds Association (SFA) möchte mit einer jüngst lancierten Kampagne das Fondswissen von Herrn und Frau Schweizer verbessern und zugleich die Nachfrage nach Fondsprodukten ankurbeln.

Denn unter der Krise haben nicht nur die verwalteten Fondsvermögen gelitten, diese hat auch gezeigt, dass viele Anleger sich viel zu wenig mit ihren Investments auseinandersetzen. Dies verdeutlicht auch der jüngste Wissenstest von Axa Investment Managers. Dort schneiden Schweizer Anleger im internationalen Vergleich gut ab, beantworten Wissensfragen zu Anlagefonds aber dennoch zu einem grossen Teil falsch.

Eine sympathische Eule wurde nun vom SFA zum Aushängeschild einer vor Kurzem lancierten Imagekampagne auserkoren. Auf einer Webpage und in fünf national ausgestrahlten TV-Spots werden die Eigenschaften der Anlageform Investmentfonds aufgezeigt. Fonds sind liquide, diversifiziert, transparent, sicher und sie werden professionell gemanagt – so die Aussage der Spots.

Frauen gezielt ansprechen

Die nette Anleger-Eule trägt dabei durchwegs Schlips und Jackett – und ein einziges Mal fliegt: Nämlich dann, wenn die Angetraute im Bild auftaucht. Notabene nicht als Anlegerin, sondern als kostspieliges «Accessoire» für

den Gala-Abend. Die Botschaft ist klar: Investieren ist und bleibt Sache des Eulerichs, pardon, Mannes.

Doch genau damit vertut die Branche eine Chance. Umfragen zeigen, dass gegen 20% der Männer Anlagefonds besitzen. Hingegen sind nur rund 10% der Frauen in Fonds investiert. Sie wären eine ideale Zielgruppe für die Industrie. «Frauen müssen von der Finanzindustrie motiviert werden, denn sie drohen als Marktteilnehmer wegzubrechen», fordert Fleur Platow, Anlageexpertin und Seminarleiterin bei «Frauen und Finanzen». Die Finanzkrise hat dazu geführt, dass viele Investoren den Rücken gekehrt haben, doch bei Frauen sei der Frust noch deutlicher zu spüren als bei Männern.

Bei einigen Vorträgen für Frauen beträgt der Rückgang gegen 30%. «Viele Teilnehmerinnen haben Lust zu investieren, trauen sich dies aber nicht zu», sagt Platow. Um das zu ändern, sollten speziell auf Frauen zugeschnittene Workshops oder Referate angeboten werden.

Investorinnen sind durch die Finanzkrise stärker verunsichert als Investoren.

«Ich bin enttäuscht darüber, dass die Branche es versäumt hat, an der Fondsmesse darauf einzugehen», so Platow. Die Messe findet vom 3. bis 5. Februar statt und bietet keine Veranstaltung, die ausdrücklich auf die Bedürfnisse von

Anlegerinnen eingeht. «Frauen sind ein Marktsegment, das gerade jetzt aktiv bearbeitet werden muss», so Platow. Diesen Aufwand würden viele Finanzdienstleister aus Kostengründen scheuen.

Kapitalschutz für ABC-Schützen?

Wobei einzelne Beispiele wie etwa die speziell auf Frauen zugeschnittene Anlageberatung «Lady Consult» der Basler Kantonalbank aufzeigen, wie solche Angebote aussehen könnten. Platow hält Veranstaltungen für besonders Erfolg versprechend, die Investmentinformationen mit gesellschaftlichem Eventcharakter verbinden. Das würde Frauen reizen, die für Themenfonds und ETF etwa mit Schwerpunkt Luxus oder Nachhaltigkeit prädestiniert seien.

«Die Kampagne soll das Fondswissen der Anlegerin und des Anlegers verbessern», sagt SFA-Präsident Martin Thommen. Der Verband habe sich für einen neutralen Ansatz entschieden, um so Frauen und Männer gleichermaßen ansprechen zu können. Die Kampagne sei aber auch nur ein Teil eines grossen Puzzles. Es könnte sinnvoll sein, dass der «Umgang mit dem Geld» zum obligatorischen Stoff der Schule gehört. Kinder sollten stufengerecht in die Thematik eingeführt und ausgebildet werden.

«Männer fühlen sich wohl damit, wenn sie wenig über eine Anlage wissen, hingegen fühlen sich Frauen dadurch eher verunsichert», sagt ETH-Professorin Renate Schubert, die an der ETH das Anlageverhalten von Frauen und Männern erforscht. Sie begrüsst daher auch die Initiative des SFA, denn es sei wichtig, gerade auch Frauen die Eigenschaften von Anlagefonds bekannt zu machen. «Bevor Frauen in eine Anlage investieren, wollen sie möglichst viel über sie erfahren», sagt Schubert. Bei Männern stehe hingegen vielmehr das «Gambeln» im Vordergrund. Erfahren Männer «zu viel» über ein Investment, wird es für sie langweilig und entsprechend uninteressant.

Differenziertes Angebot

Anlegerinnen könne die Unsicherheit mit einer umfassenden Beratung genommen werden. Doch diese ist teuer, entsprechend muss von Anlegerseite mehr investiert werden, bevor Finanzinstitute überhaupt dazu bereit sind. Zudem sei die Beratung häufig nicht auf Frauen zugeschnitten. «Werden in einem Beratungsgespräch zu viele Fachwörter verwendet, sind Frauen noch stärker eingeschüchtert», sagt Schubert. Deshalb sind Seminare für Frauen ein guter Weg, um ihre Anlagestrategie festzulegen. Es braucht also ein wenig mehr als TV-Spots.



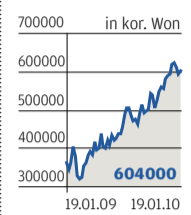
SFA-Werbespot: «Herr Eule» muss richtig anlegen, um sich den teuren Schmuck seiner Angetrauten leisten zu können.

AKTIEN-TIPP

Stahlharte Alt-68er aus Korea



ANDREAS M. E. LUSSER



Posco (A005490): Kaufen
1968, im gleichen Jahr als bei uns mit Demos und viel Krach der Abschied von der Leistungsgesellschaft beschworen wurde, legten 40 sich mit Sandgestrecktem Reis ernährende Koreaner nicht nur den Grundstein zum mittlerweile globalen Stahlproduzenten Posco, sondern zum Aufschwung Koreas generell. 2009 musste zwar auch Posco wirtschaftsbedingt einen Umsatzbruch hinnehmen. Die Wachstumsraten der letzten zwei Quartale waren aber bereits wieder spektakulär, der Kurs ist unterbewertet. **Risiko:** Der Exportanteil konnte 2009 auf 35% gesteigert werden, die Abhängigkeit von der lokalen Wirtschaft ist dennoch erheblich.

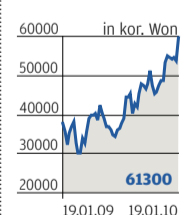
Marktkapitalisierung (in Mrd Fr.)	47.0
Dividendenrendite (in %)	1.7
Ausschüttungsquote (in %)	15.0
Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2011	8.8
Performance 2010 (in %)	-4.0



Kia Motors (A000270): Kaufen
Die koreanischen Autos mögen nicht die spektakulärsten auf unseren Strassen

sein. Der Konzern jedoch begeistert als einer der am raschesten wachsenden seiner Branche. Während westliche Autobauer mittels künstlicher Beatmung durch den Staat ihren Absatz zu halten versuchen, hat Kia die Verkaufszahlen von November zu November um über 50% gesteigert. Wie nebenbei sponsert man da das Australian Tennis Open und die FIFA. **Risiko:** Auch Kia bleibt der Konjunktorentwicklung ausgesetzt. Mit einem Marktwert von einem Zehntel von Honda kauft man die Aktie aber vergleichsweise günstig.

Marktkapitalisierung (in Mrd Fr.)	7.0
Dividendenrendite (in %)	0.0
Ausschüttungsquote (in %)	0.0
Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2011	4.7
Performance 2010 (in %)	-5.0



Korean Air Lines (A003490): Kaufen
Expandiert die Wirtschaft, so expandiert der Flugverkehr und beflügelt

die Kurse der Airlines – so weit die Theorie. Letztes Jahr beförderte die koreanische Fluggesellschaft 22 Mio Passagiere. Dies ist ein deutlicher Einbruch verglichen mit 2008, aber noch immer rund 50% mehr als bei der Swiss. Und das Wachstum hat bereits wieder eingesetzt. Finanziell wurde im 3. Quartal die Gewinnschwelle überschritten, vor allem dank der starken Nachfrage nach internationalen Flügen. **Risiko:** Ein Investment mit sehr hohem Risiko. Der Konzern ist stark von der lokalen Wirtschaftsentwicklung abhängig.

Marktkapitalisierung (in Mrd Fr.)	4.0
Dividendenrendite (in %)	0.0
Ausschüttungsquote (in %)	0.0
Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2011	13.7
Performance 2010 (in %)	10.0

Andreas Lusser, CEO Researchfirma
www.thescreeener.com