

# INHALT

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Die 25 Beispiele . . . . . | 7 |
| Wieso das alles? . . . . . | 9 |

## DIE BASICS

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| WTF sind Aktien? . . . . .                         | 11 |
| Passives Investieren – das einzig Wahre? . . . . . | 29 |

## 1x1 DER AKTIENANALYSE

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Die wertvollste Aktie Europas – Börsenwert . . . . .                           | 47  |
| Das Umsatzparadox – Umsatz vs. Gewinn . . . . .                                | 53  |
| Geld verbrennen, Wert schaffen – Gutes Wachstum . . . . .                      | 63  |
| Geld verbrennen, Geld verbrennen – Schlechtes Wachstum. . . . .                | 73  |
| Verluste muss man sich leisten können – Die Gefahr von<br>Schulden . . . . .   | 83  |
| Die Organfrage – Organisches Wachstum vs. Übernahmen . . . . .                 | 101 |
| Die Summe der Teile ist die Summe der Teile –<br>Holdingabschlag . . . . .     | 114 |
| Von Burgern und Aristokraten – Dividende . . . . .                             | 122 |
| Das Haus im Depot – REITs . . . . .                                            | 134 |
| Geschenk oder kalte Enteignung – Aktienrückkäufe vs.<br>Verwässerung . . . . . | 140 |
| Macht ist geil – Stimmrechte . . . . .                                         | 148 |
| Familien machen Sport – Firmenkultur . . . . .                                 | 163 |
| The Hype Is Real – Blasen . . . . .                                            | 174 |
| Der Teufel steckt im Detail – Besonderheiten . . . . .                         | 185 |

## INVESTOR'S NEXT TOPMODEL – GESCHÄFTSMODELLE

|                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Hater würden sagen, es ist Photoshop – Abo-Modell . . . .                                         | 192 |
| Gillette-Klinge rasiert – Wiederkehrende Umsätze . . . .                                          | 199 |
| Ich kann was, was du nicht kannst – Burggraben . . . .                                            | 202 |
| Die Netzwerker des Jahrtausends – Netzwerkeffekte . . . .                                         | 205 |
| Alles muss man selber machen lassen – Franchising . . . .                                         | 209 |
| Seam, Seam But Different – Plattform-Modell . . . . .                                             | 213 |
| Verdiene mit der Schiene – Capital Heavy . . . . .                                                | 220 |
| Coca-Cola ist light, auch bei Fanta & Sprite – Capital Light                                      | 226 |
| Groß denken, Geld versenken – Total Addressable Market                                            | 231 |
| Wer sitzt am längeren Hebel? – Operativer Hebel . . . .                                           | 234 |
| Schuster, bleib bei deinen Leisten, während Adidas<br>vorbeiläuft – Innovator's Dilemma . . . . . | 237 |

## WIE VIEL KOHLE IST GENUG? – AKTIENBEWERTUNG

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| Alles relativ – Multiple-Bewertung . . . . .           | 241 |
| Die wertvollste Firma der Welt – DCF-Analyse . . . . . | 265 |
| Die Analyse . . . . .                                  | 285 |
| Tools . . . . .                                        | 305 |

## TOO LONG; DIDN'T READ – 3 TIPPS

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| So machen wir's . . . . . | 322 |
| Anmerkungen . . . . .     | 326 |