# STARKE MARKEN INSIGHTS

Nr. 3 2026



Karl-Heinz Thielmann

14. Juli 2026

**Sehr geehrte Investorinnen und Investoren des STARKE MARKEN Fonds,**

im zweiten Quartal des Jahres 2026 wurde das Börsengeschehen vor allem durch zwei Themen geprägt: Dem Krieg zwischen dem Bündnis USA-Israel und dem Iran sowie den Hoffnungen auf einen dauerhaften Boom für die globale Halbleiterindustrie durch KI-Investitionen.

Das Sentiment gegenüber Konsumwerten blieb zumindest bis Ende Mai schlecht, worunter zunächst auch die starken Marken litten. Mit Beginn des Junis setzte aber eine kräftige Gegenbewegung ein, die nach wie vor anhält.




*Entwicklung des STARKE MARKEN Fonds seit seiner Auflage in 2019 (zuvor LONG TERM INVESTING Aktien Global). Frühere Wertentwicklungen sind kein zuverlässiger Indikator für die künftige Wertentwicklung. Eigene Darstellung. Quelle: Bloomberg*

Im zweiten Quartal des Jahres 2026 wurde das Börsengeschehen vor allem durch zwei Themen geprägt: Dem Krieg zwischen dem Bündnis USA-Israel und dem Iran sowie den Hoffnungen auf einen dauerhaften Boom für die globale Halbleiterindustrie durch KI-Investitionen.

Das Sentiment gegenüber Konsumwerten blieb zumindest bis Ende Mai schlecht, worunter zunächst auch die starken Marken litten. Mit Beginn des Junis setzte aber eine kräftige Gegenbewegung ein, die nach wie vor anhält.

**KI-Gewinner gegen KI-Verlierer: Kästchendenken an der Börse verzerrt Kursentwicklung**

Entscheidend für die Kursentwicklung von einzelnen Aktien im abgelaufenen Quartal war insbesondere, ob die jeweiligen Titel nach Marktmeinung Verlierer oder Gewinner des aktuellen KI-Booms sind. Mutmaßliche Verlierer verzeichneten heftige Kursverluste; erwartete Gewinner wurden hochgepusht.

In der wirtschaftlichen Realität ist die klare Abgrenzung von Verlierern und Gewinnern aber schwierig. Zwar ist klar, dass sich durch den zunehmenden Einsatz von künstlicher Intelligenz viele Geschäftsmodelle in ihrer traditionellen Form nicht fortführen lassen werden. Ob dies aber dazu führt, dass diese verschwinden, durch den Einsatz von KI transformiert werden oder neue Wachstumsmöglichkeiten erhalten, hängt sehr stark von der jeweiligen Marktstruktur und der spezifischen Natur von Wettbewerbsvorteilen ab. Eine entscheidende Rolle spielt weiterhin die Veränderungsbereitschaft von Management und Mitarbeitern: Ist diese vorhanden, kann steigender KI-Einsatz sogar bei mutmaßlichen Verlierern zum Vorteil werden, wenn man so an der Konkurrenz vorbeizieht.

**Die Revolution frisst ihre Kinder: die Lehren aus dem beginnenden Internetzeitalter vor 30 Jahren**

Bei vielen momentan als KI-Profiteuren gehandelten Aktien ist zweifelhaft, wie lange sie tatsächlich zu den Gewinnern zählen werden. Denn die technologische Entwicklung schreitet rapide voran. Der Wettlauf um immer kostengünstigere KI-Modelle und leistungsfähigere Datencenter vollzieht sich in einem atemberaubenden Tempo. Dieses ist viel schneller als bei früheren Innovationszyklen – inklusive des beginnenden Internet-Zeitalters vor 30 Jahren.

Zur Vorsicht gegenüber den aktuell am Aktienmarkt favorisierten Titeln mahnen insbesondere die Erfahrungen aus der Internetblase zu Beginn des Jahrhunderts. Ähnlich wie heute wurden damals zum einen Hardware-Titel favorisiert, die unmittelbar vom Aufbau der technischen Infrastruktur profitierten. Allerdings stellten sich die Wachstumsprognosen als viel zu optimistisch heraus: Aktien führender Unternehmen wie Cisco und Deutsche Telekom erlebten eine dramatische Bewertungskorrektur, Worldcom und Global Crossing gingen in die Insolvenz.

Weiterhin kamen viele Firmen an die Börse, die den neuen Internetmarkt kommerzialisieren wollten. Fast alle wurden als zukünftige Gewinner gehandelt, stellten sich später aber als Flops heraus. Unter den damaligen Favoriten hat sich nur Amazon herausragend entwickelt, andere frühe Marktführer wie MySpace, Netscape, Yahoo oder AOL verschwanden ganz oder wurden später zu einem Bruchteil des früheren Börsenwerts übernommen. Langfristige Gewinner wie der Alphabet-Konzern oder Meta kamen erst lange nach dem ersten Internet-Boom an die Börse.

Völlig ignoriert wurde von der Börse damals, dass das Internet eine große Chance für anpassungsfähige Old-Economy-Unternehmen war, die ihr traditionelles Angebot mit der neuen Technologie kombinieren konnten. Insbesondere Handelsunternehmen wie Walmart, Home Depot oder Inditex (Zara) trieben die Internetnutzung sowohl zur Logistiksteuerung als auch zur Kundenansprache aktiv voran und konnten sich so von alten und neuen Konkurrenten absetzen.

Ein Hochjubeln von kurzlebigen Marktführen und Unterschätzen der Transformationsfähigkeit von etablierten Unternehmen erleben wir auch heutzutage wieder. Dies eröffnet für langfristig denkende

Anleger derzeit herausragende Einstiegsmöglichkeiten in zu Unrecht zurückgefallene Qualitätstitel. Diese werden wir im STARKE MARKEN Fonds weiterhin konsequent nutzen.

**Das Narrativ von der „Software-Apokalypse“ ist besonders widersinnig**

In den vergangenen Monaten war das Narrativ von der "Software-Apokalypse" eines der wichtigsten Faktoren für die negative Kursentwicklung der Aktien von Software-Anbietern und Internet-Plattformen. Mit ihm wird die Bedrohung etablierter Softwareunternehmen durch neue KI-Modelle bezeichnet. Leistungsfähige KI-Agenten und Coding-Tools sollen Kunden in Zukunft Do-it-Yourself-Lösungen ermöglichen, wodurch teure Software bzw. Plattform-Angebote überflüssig werden. Bisherige Geschäftsmodelle drohen durch billige KI-Kopien obsolet zu werden.

Es gibt einige Softwareunternehmen, deren Angebot sich lediglich auf einzelne einfache Apps oder Tools bezieht. Ihr Angebot lässt sich tatsächlich durch KI-Agenten substituieren bzw. durch Coding-Tools nachbauen. Für die meisten anderen Anbieter gilt genau das Gegenteil: Ihre Angebote sind entweder zu komplex für eine Do-it-your-self-Lösung, oder Imitationen scheitern in der Praxis an mangelnder Zuverlässigkeit bzw. Wartungs- und Update-Anforderungen. Stattdessen ist KI für diese Anbieter eine große Chance: Sie können durch eigene KI-Angebote ihr Leistungsspektrum kostengünstig verbessern und so die Rentabilität weiter erhöhen.

Künstliche Intelligenz ist für diese Firmen keine Bedrohung, sondern verbessert die Kundenbindung und verstärkt bereits bestehende Wettbewerbsvorteile. Der Kursrückgang an der Börse ist besonders widersinnig und eröffnet für Langfristanleger eine hervorragende Einstiegschance.

In unserem STARKE MARKEN Fonds waren wir bei den Plattform-Unternehmen Airbnb sowie Booking Holdings in der Kursentwicklung negativ vom Software-Apokalypse-Narrativ betroffen. Beide Firmen sind in der wirtschaftlichen Realität allerdings sehr gute Beispiele dafür, wie man den Einsatz künstlicher Intelligenz proaktiv vorantreibt und zum Ausbau des eigenen Wettbewerbsvorteils nutzt. Daher haben wir hier aufgestockt. Auch wurde mit Mercado Libre ein weiteres Plattform-Unternehmen neu aufgenommen, das im 1. Halbjahr unserer Einschätzung nach völlig zu Unrecht abgestraft wurde.

**Neuaufnahme Mercado Libre**

Im zweiten Quartal haben wir die Mercado Libre Inc. neu in das Portfolio aufgenommen. Seit der Gründung im Jahr 1999 hat sich das Unternehmen zum heute größten E-Commerce- und Fintech-Anbieter in Lateinamerika entwickelt. Die Gruppe betreibt mehrere Plattformen, die es Privatpersonen und Gewerbetreibenden ermöglichen, Kauf- und Verkaufstransaktionen für Waren abzuwickeln, Dienstleistungen anzubieten sowie Finanzgeschäfte vorzunehmen. Brasilien ist mit einem Umsatzanteil (2025) von ca. 52,6 % größter Markt, gefolgt von Mexiko (22,4 %) und Argentinien (20,6 %).

Mercado Libre profitiert derzeit von mehreren Faktoren. Hauptwachstumstreiber ist die nach wir vor geringe Penetration Lateinamerikas mit Online-Handel und damit verbundenen Finanzdienstleistungen. Durch die Verbindung mehrere Internetgeschäftsfelder – sowie dem hieraus resultierendem Datenpool – kann Mercado Libre die Wachstumschancen besser nutzen als die direkten Wettbewerber. Zudem zeichnet sich die Marke durch hohe Kundenzufriedenheit aus und hat in den letzten Jahren eine Kategorie-übergreifende Glaubwürdigkeit entwickelt. Dies ist eine außergewöhnliche Leistung in einer Region, in der traditionell sowohl das Vertrauen in heimatliche Konzerne wie auch in den digitalen Handel und Online-Zahlungen gering ist.

Im Gegenzug haben wir Anteile bei den Hyperscalern Alphabet, Meta und Microsoft reduziert. Angesichts der finanziellen Risiken, die sich aus dem kapitalintensiven Aufbau von Datencentern ergeben, erschienen die bisherigen hohen Gewichtungen nicht mehr vertretbar. Da die traditionellen Plattform-

Geschäftsfelder für diese Unternehmen nach wie vor hochrentabel sind und sie sich hier mit starken Marken fest etabliert haben, wurde aber auf einen Komplettverkauf verzichtet.

**Anhang**

***Unsere Ziele mit dem STARKE MARKEN Fonds:***

1) *Der Fokus auf STARKE MARKEN als Werttreiber besonderer Qualität bedeutet, dass wir in Unternehmen investieren, deren Marken einerseits über* ***hohe Kundenloyalität*** *verfügen, anderseits finanzwirtschaftlich gesehen im Vergleich zu einer Peergroup* ***hoch rentabel*** *sind.*
   *Sie verfügen einerseits über eine erhöhte Widerstandskraft bei unerwarteten Entwicklungen, anderseits über die Fähigkeit, kontinuierlich für ihre Aktionäre Wertsteigerungen zu erwirtschaften.*

2) *Partizipation an* ***langfristigen globalen Konsumtrends, die hohe Wertgenerierung ermöglichen:***
   - *Da die Grundbedürfnisse in den Industrie- und Schwellenländern im Wesentlichen gesättigt sind, entsteht Konsum-Wachstum aus Erfüllung von Bedürfnissen wie Sicherheit, soziale Interaktion, Selbstverwirklichung oder Statusdarstellung. Marken geben dem Konsumenten bei der Erfüllung dieser Bedürfnisse einen über das reine Produkt hinausgehenden Zusatznutzen und werden deshalb immer wichtiger.*
   - *Ein überdurchschnittliches Einkommenswachstum bei Wohlhabenden führt zu einer überdurchschnittlichen Nachfrage von Premium- und Luxusprodukten.*
   - *Es gibt darüber hinaus ein überdurchschnittliches Nachfragewachstum für Produkte, die mehr Genuss, Convenience, Gesundheit, Nachhaltigkeit und Unterhaltung versprechen. Bei Zielkonflikten entscheidet sich der Kunde i.d.R. für mehr Genuss oder mehr Convenience.*
   - *Es gibt ein Zusammenwachsen von digitalem und nichtdigitalem Einkaufsverhalten.*
   - *Internetplattformen dienen zunehmend als Gateway für alle Formen von Konsumentscheidungen.*
   - *Marken als Orientierungsgröße werden aufgrund der zunehmenden Komplexität von Konsumentscheidungen immer wichtiger.*

3) ***Investieren „mit ruhiger Hand“:***
   *Alle Anlagen werden prinzipiell als Langfristinvestments vorgenommen. Diese werden nur ausgetauscht, wenn sich die Gründe für unsere Einschätzung grundlegend geändert haben. Hierdurch erreichen wir eine stabile Struktur und vermeiden Transaktionskosten. Weiterhin müssen alle Investments Mindestanforderungen in Hinblick auf finanzielle Solidität sowie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung erfüllen, um Risiken bezüglich etwaiger Finanzprobleme und Reputationsschäden zu vermindern.*

***Impressum:***

*LONG-TERM INVESTING Research GmbH*
*Lichtensteinstr. 6*
*D-60322 Frankfurt am Main*

*E-Mail: info (at) long-term-investing.de*

*Geschäftsführung und inhaltlich Verantwortlicher: Karl-Heinz Thielmann*

*Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt, jede Vervielfältigung und die gewerbliche Verwendung sind nicht gestattet. Datum: 15. Januar 2026. Sämtliche Rechte sind vorbehalten.*

*Die LONG-TERM INVESTING Research GmbH (LTI) agiert als vertraglich gebundener Vermittler und unter dem Haftungsdach der Allington Investment Advisors GmbH (Allington), Kaiser-Friedrich-Promenade 127, 61348 Bad Homburg. Die LTI ist damit im Namen, für Rechnung und unter der Haftung der Allington tätig (§2 Abs. 10 Satz 1 KWG).*

***Disclaimer:***

*Diese Veröffentlichung dient ausschließlich Informationszwecken. Sie stellt keine Kaufempfehlung und kein Angebot zum Erwerb oder Verkauf eines Finanzinstruments dar. Des Weiteren ersetzt sie keine Rechts- oder Steuerberatung. Dargestellte Anlagemöglichkeiten oder -strategien können für individuelle Anleger nicht geeignet sein. Vor dem Erwerb von Finanzinstrumenten sind stets die zugehörigen offiziellen Informationsmaterialien und Verkaufsprospekte vollständig zu lesen, um eine fundierte Entscheidung bezüglich der persönlichen Eignung für die Anlagemöglichkeit oder -strategie treffen zu können. Aus diesem Grund übernehmen wir keine Verantwortung für auf Basis von in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen getroffene Anlageentscheidungen.*

*Alle Informationen, die in dieser Veröffentlichung dargestellt werden, basieren auf Quellen, die von uns als zuverlässig und korrekt eingestuft werden. Auf Basis dieser Informationen ermittelte Prognosen sind unverbindliche Einschätzungen unseres Hauses und stellen in keinem Fall eine Handlungsempfehlung dar. Für sie kann keine Garantie oder Gewähr übernommen werden.*

*Vergangenheitsbezogenen Daten und Wertentwicklungen stellen keinen zuverlässigen Indikator für zukünftige Wertentwicklungen dar. Aus diesem Grund kann zukunftsbezogenen Prognosen und Angaben kein unbegrenztes Vertrauen entgegengebracht werden. Investierbare Anlageinstrumente bergen Risiken, die bis zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals reichen können.*