

Inhaltsverzeichnis

Seite

1.	Einleitung	3
1.1.	Was ist ein Trend?	5
1.2.	Warum entstehen Trends?	6
1.3.	Die Grundvoraussetzung	7
2.	Wie entstehen Trends?	8
2.1.	Horizontale und vertikale Dualismen	11
2.2.	Trinität	13
2.3.	Starthilfe für Trends: Anderssein — Nachahmung — Vision	14
2.3.1.	Anderssein	15
2.3.2.	Nachahmung	16
2.3.3.	Vision	17
3.	Den neuen Trend erkennen	19
3.1.	Die Gefahr der Projektion	20
3.2.	Alles im Leben ist relativ — auch der Markt	21
3.2.1.	Die Relativität der Wahrnehmung	21
3.2.2.	Die Relativität des Preises	23
3.2.3.	Die Relativität der Zeit	23
3.2.4.	Die Verbindung von Wahrnehmung, Preis und Zeit	24
4.	Der Trend	25
4.1.	Während eines Trends: Hoffnung und Führung	26
4.2.1.	Was verursacht die Nicht-Linearität während eines Trends?	27
4.2.2.	Korrekturen	28
4.3.	Der Gewöhnungsprozess während eines Trendverlaufs	29
4.4.	Was hält Trends in Gang	30
5.	Das Ende eines Trends	31
5.1.	Der Moment des Überdrusses	32
5.2.	Kurszielprojektionen	33
5.3.	Das Ende wahrnehmen	34
6.	Die richtige Strategie	35
7.	Resümee	36
8.	Glossar zur Technischen Analyse	38
9.	Literaturverzeichnis	40