

Fortsat potentiale i forbrugsaktier

Af C WorldWide Asset Management Fondsmæglerselskab A/S.

Som aktiv investor i en uforudsigelig verden må man fokusere på det, der kan forudsiges for at skabe en stabil værditilvækst. Producenter inden for f.eks. fødevarer eller medicin udbyder typisk produkter eller services, hvor der er en kontinuerlig efterspørgsel uanset de globale konjunkturer. Aktier inden for disse områder tilfører robusthed til en portefølje. Dette så vi bl.a. i fjerde kvartal 2018 under markedsuroen. I 2019 har disse aktier samtidigt gjort det godt i et generelt stærkt aktiemarked.

Forbrugsaktier har typisk lidt lavere vækstrater end markedet generelt, men historikken viser, at man som langsigtet investor ikke nødvendigvis får lavere afkast, da stabilitet vinder over volatilitet på den lange bane. Vi har fokus på at finde forbrugsselskaber med attraktive vækstrater med stabiliserede defensive egenskaber for at sikre en porteføljekonstruktion, der også fungerer i turbulente tider.

Rentenedsættelser understøtter aktiemarkedet

Forventning om, at både den amerikanske centralbank (Fed), Den Europæiske Centralbank (ECB) og Bank of Japan (BoJ) fortsat vil føre en lempelig pengepolitik skaber et miljø, der er understøttende for aktiemarkedet og i særdeleshed for stabile forbrugsaktier, idet deres solide forrentningsmodeller ofte har en lang levetid. Hermed har en investering i disse selskaber obligationslignende karakteristika og samtidigt en vækstkomponent. Dette gælder særligt forbrugsaktier med stærke varemærker, da de ofte er stærkt rodfastet i forbrugerens købsadfærd, hvilket giver høje

konkurrencebarrierer. Flere af de multinationale selskaber med stærke varemærker er blevet mere innovative både produkt- og markedsføringsmæssigt. De har øget udviklingsbudgetterne, forenklet produktudviklingen og tillader nu en mere lokalt forankret markedsføring. Herved kan selskaberne hurtigere tilpasse sig nye efterspørgselsmønstre. Dette løfter indtjeningspotentialet og er med til at holde den stigende konkurrence fra bl.a. nye innovative opstartsselskaber og de store internetselskaber som f.eks. Amazon, som i stigende grad promoverer egne og generiske mærker på afstand.

Innovation giver større marginer

Kundeoplevelser er i dag i stigende grad en del af det totale produkt, og de selskaber, som forstår dette, har mulighed for at vinde markedsandele og sælge produkter til en højere pris med stigende marginer til følge. Den følelsesmæssige købsdimension har på mange måder altid har været en integreret del af indpakningen af et højt profileret varemærke, men med dagens teknologiske muligheder og den hastigt accelererende efterspørgsel fra den globalt voksende middelklasse er der nu medvind for innovative selskaber til at kapitalisere på denne trend. Et eksempel på dette er konceptet med køb af skræddersyet dyrefoder, hvor forbrugeren specifikt kan udvælge fodersammensætningen til dyrets individuelle behov og samtidigt få en følelse af at være ansvarlig og omsorgsfuld. En individuelt sammensat foderblanding kan derfor sælges til en væsentligt højere kilopris. I takt med at vores disponible indkomst stiger, fokuserer vi mindre på prisen, og dermed er vi villige til at betale mere for en højere opfattet produktværdi.

Vi lever i en verden i konstant forandring. Lige fra geopolitiske udfordringer og globale økonomiske ubalancer, ny teknologi og nye forretningsmodeller. Hertil kommer udviklingen af en ny, stærkere og mere købedygtig middelklasse i Emerging Markets.

Forandringerne skaber muligheder og risici, og som en aktiv investor fokuserer vi på det, som med stor sandsynlighed kan forudsiges for derigennem finde de langsigtede vindere. Vi har derfor en bred eksponering til stabile forbrugsselskaber i mange af vores porteføljer, heriblandt Globale Aktier, Globale Aktier Etik og Stabile Aktier.

Denne artikel er markedsføringsmateriale udarbejdet af Investeringsforeningen C WorldWide. Artiklen er alene ment som generel information og udgør ikke et tilbud eller en opfordring til at gøre tilbud, skal ikke betragtes som investeringsrådgivning eller som investeringsanalyse. Artiklen er således ikke udarbejdet i henhold til de retskrav, der er fastsat for at fremme investeringsanalysens uafhængighed, og artiklen er ikke genstand for noget forbud mod at handle forud for udbredelsen af investeringsanalyse. Meninger og holdninger gengivet i artiklen er alene aktuelle pr. publikationsdatoen. Artiklen er udarbejdet på baggrund af kilder, som Investeringsforeningen C WorldWide anser for pålidelige, og Investeringsforeningen C WorldWide har taget alle rimelige forholdsregler for at sikre, at informationen er så korrekt som muligt. Investeringsforeningen C WorldWide kan dog ikke garantere informationens korrekthed og påtager sig ikke noget ansvar for fejl eller udeladelser. Artiklen må ikke gengives eller videredistribueres helt eller delvist uden Investeringsforeningen C WorldWides forudgående skriftlige samtykke. Historiske afkast er ingen garanti for fremtidige afkast. Prospekt og dokument med central investorinformation er tilgængelig på cww.dk.

INVESTERINGSFORENINGEN C WORLDWIDE

Dampfærgevej 26 · 2100 København Ø · Tlf: 35 46 35 46 · Fax: +45 35 46 35 00 · CVR 14 21 13 49 · cww.dk

Indsigt Q3 2019