

Konsumtionsaktierna har fortsatt potential

Av C WorldWide Asset Management Fondsmæglerselskab A/S.

Som aktiv investerare i en oförutsägbar värld måste man fokusera på det förutsägbara för att skapa stabil värdetillväxt. Producenter inom exempelvis livsmedel eller medicin erbjuder typiskt sett produkter eller tjänster där efterfrågan är kontinuerlig oavsett världskonjunkturen. Aktier inom dessa områden gör portföljen stabilare. Detta såg vi bland annat vid marknadsoron under fjärde kvartalet 2018. Även under 2019 har dessa aktier gått bra när aktiemarknaden varit stark i allmänhet.

Konsumtionsaktier har typiskt sett lägre tillväxttakt än marknaden i allmänhet, men historien visar att långsiktiga investerare inte nödvändigtvis får lägre avkastning, då stabilitet slår volatilitet i det långa loppet. Vi fokuserar på att hitta konsumtionsföretag med attraktiv tillväxttakt och stabiliserade defensiva egenskaper för att säkerställa en portföljsammansättning som även fungerar i turbulenta tider.

Räntemarknaden stödjer aktiemarknaden

Förväntningen att såväl USA:s centralbank (FED), Europeiska centralbanken (ECB) och Japans centralbank (BoJ) fortsatt kommer att föra en lämplig penningpolitik skapar en miljö som stödjer aktiemarknaden, särskilt stabila konsumtionsaktier, då deras solida räntabilitetsmodeller ofta har lång livstid. Därmed har en investering i sådana bolag obligationsliknande karaktärsdrag samtidigt som de har en tillväxtkomponent. Detta gäller särskilt konsumtionsaktier med starka varumärken, då dessa ofta har starka rötter i konsumentens köpbeteende som leder till höga konkurrenshinder. Flera multinationella bolag med starka varumärken har blivit mer innovativa, både vad gäller produkter och marknadsföring. De har ökat sin utvecklingsbudget, förenklat produktutvecklingen och tillåter nu en mer lokalt förankrad marknadsföring. Därmed kan bolagen snabbare anpassa sig efter nya efterfrågemönster. Det

ta lyfter vinstpotentialen och hjälper till att hålla bort den ökande konkurrensen från bland annat nya innovativa startups och stora internetbolag som Amazon, vilka i allt högre grad främjar egna och generiska varumärken.

Innovationer ger bättre marginaler

Kundupplevelsen har idag i allt högre grad blivit en del av den totala produkten. De bolag som förstår detta kan vinna marknadsandelar och sälja produkter till ett högre pris, vilket leder till större marginaler. Den känslomässiga dimensionen av ett inköp har på många sätt alltid varit en integrerad del av paketeringen av ett högprofilerat varumärke, men med dagens tekniska möjligheter och den hastigt accelererande efterfrågan från den globalt växande medelklassen råder nu medvind för innovativa bolag som vill kapitalisera på denna trend. Ett exempel på detta är konceptet med inköp av skraddarsydda djurfoder, där konsumenten kan anpassa fodersammansättningen efter sitt djurs individuella behov och samtidigt få en känsla av att vara både ansvarstagande och omsorgsfull. En individuellt sammansatt foderblandning kan därför säljas till ett väsentligt högre kilopris. I takt med att våra disponibla inkomster ökar fokuserar vi mindre på priset och är därmed villiga att betala mer för ett produktvärde som uppfattas som högre.

Slutsats

Vi lever i en värld i konstant förändring med geopolitiska utmaningar och globala ekonomiska obalanser, ny teknik och nya affärsmodeller. Därtill kommer framväxten av en ny, starkare och mer köpstark medelklass på tillväxtmarknaderna. Förändringarna skapar möjligheter och risker, och som aktiva investerare fokuserar vi på det som med stor sannolikhet kan förutsägas för att identifiera de långsiktiga vinnarna.

Denna publikation har upprättas av C WorldWide Asset Management Fondsmaeglerselskab A/S Danmark Filial i Sverige (CWW AM SE). Denna publikation tillhandahålls endast i informationssyfte och utgör inte, och skall inte betraktas som, ett erbjudande, en uppmaning eller en inbjudan att delta i investeringsaktiviteter, ej heller som investeringsrådgivning eller som investeringsanalys. Publikationen har således inte framtagits i enlighet med lagkrav utformade för att främja oberoende investeringsanalys, och är inte föremål för något förbud att handla innan investeringsanalysens spridning. All information som är uttryckta är endast gällande från och med tidpunkten för offentliggörandet och kan komma att ändras. Publikationen har utarbetats från källor CWW AM SE anser vara pålitliga och alla rimliga försiktighetsåtgärder har vidtagits för att säkerställa att uppgifterna är korrekta och noggrant preciserade. Korrektheten och noggrannheten är emellertid inte garanterad och CWW AM SE tar inget ansvar för eventuella fel eller brister. Publikationen får inte reproduceras eller distribueras, helt eller delvis, utan skriftligt samtycke från CWW AM SE.

Historisk avkastning är ingen tillförlitlig indikator för framtida avkastning. Fondandelar kan både öka och minska i värde, och kan påverkas av ändringar i valutakursen. Det finns inga garantier för att du får tillbaka hela det investerade kapitalet. För mer information, se respektive KIID och prospekt på cworldwide.com/se.

C WORLDWIDE ASSET MANAGEMENT FONDSMAEGLERSELSKAB A/S DANMARK FILIAL I SVERIGE

Box 7648 · Blasieholmsgatan 5 · SE-103 94 Stockholm · Tel +46 8 535 273 00 · Org.nr. 516405-7233 · cworldwide.com/se

Q3 2019