



## Starke Marken und Familienunternehmen: Trend-Investments mit Aktien

Was möchte der Anleger? Wissen, dass mit seinem Geld gut umgegangen wird. Wissen, dass sein Kapital erhalten bleibt und eine ansehnliche Rendite abwirft. Und Anlageberater? Sie wollen dasselbe.

Auf der Suche nach hoher Ertragsqualität, geringem Risiko und niedrigen Volatilitäten führt die reine Logik zu Unternehmen, bei denen Anleger und Vorstand kongruente Absichten verfolgen: Familienunternehmen und Marktführer. In Familienunternehmen ist es fast Selbstzweck, dass der Unternehmenswert wächst, steht die Firma doch im Regelfall für den Großteil des Familienvermögens. Marktführer haben diese Position oft mit Hilfe herausragender Produkte oder Dienstleistungen erreicht. Schaffen es Unternehmen also, langfristige Trends – und das noch möglichst frühzeitig – zu identifizieren, können sie ertragreiche Nischen besetzen oder sogar Marktführer werden und hohe Margen durchsetzen. Marken-Firmen und familiengeführte Unternehmen sind so durchschnittlich profitabler, weniger schwankungsanfällig und weisen eine bessere Wertentwicklung auf.

### Marken im Mega-Trend: „Sichere“ Erträge, hohe Ertragsqualität.

Die heute auf dem Markt angebotenen Produkte unterscheiden sich in qualitativer bzw. technischer Hinsicht kaum mehr. Die Marke wird zur wichtigsten Profilierungsmöglichkeit für die Anbieter: Sie bietet die Chance, Eigenschaften der eigenen Produkte oder Dienstleistungen hervorzuheben, ihnen ein Profil zu geben und sie somit von Produkten anderer Anbieter abzuheben. Marken erleichtern Konsumenten zudem die Orientierung am Markt. Mit dem Kauf eines Markenartikels erwirbt der Kunde nicht nur einen Gebrauchsgegenstand. Ihm wird zusätzlich ein ideeller Nutzen gewährt, nämlich ein an die Ware geknüpftes Qualitätsversprechen. Und nicht nur das: Mit einem Markenprodukt verbindet man ein Erlebnis, ein Lebensgefühl, und das ist es letztlich, was den Kunden zum Kauf eines bestimmten Produktes bewegt. Aufgrund der starken Marktstellung und der hohen Markenloyalität haben Markenfirmen somit eine große Preismacht („Pricing-Power“).

Familiengeführte Unternehmen wie Marken-Firmen verfolgen eine langfristige und nachhaltige Unternehmensstrategie. Das macht sie krisenfester, flexibler und risikoärmer als viele andere Kapitalgesellschaften.

### Investmentphilosophie und Investmentprozess

Mit dem Fonds AMF Family & Brands Aktien investiert der Anleger in globale Mega-Trends und deren Nutznießer. In einer Kombination aus Top-Down- und Bottom-Up-Ansatz erfolgt das Zusammenführen des Besten aus familiengeführten Gesellschaften und den Top-Marken-Unternehmen der Welt. Hierbei übernimmt das Fondsmanagement die Asset-Allocation-Entscheidung zwischen den Themen „Family“ und „Brands“. Die Kombination aus familiengeführten und Marken-Unternehmen führt zu einem ausgewogenen, stabilen Ertrag mit attraktivem Chance-Risiko-Verhältnis.

RALF MÜLLER-REHBEHN



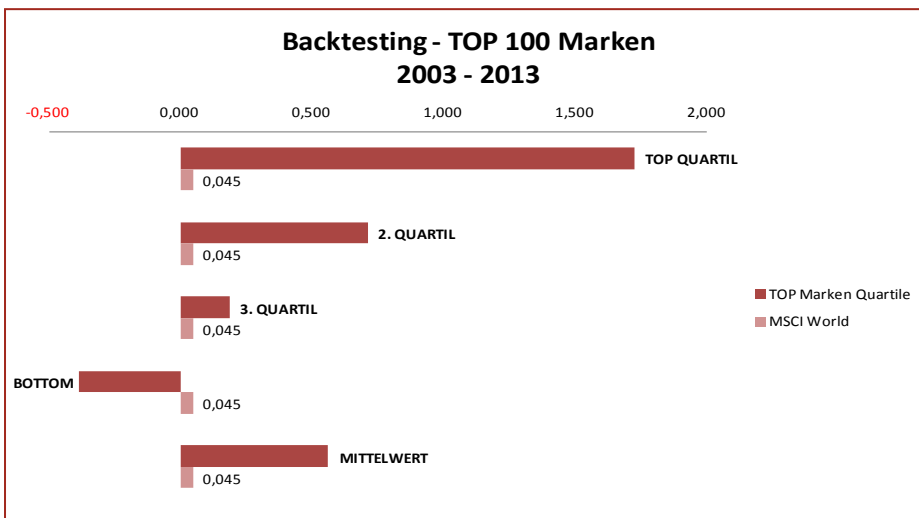
Bei der AMF Capital AG leitet Ralf Müller-Rehbehn, geb. 1965, den Bereich Aktien. Nach seinem Wirtschaftsstudium startete er als Aktienanalyst bei der ABN AMRO Bank mit Tätigkeiten in Amsterdam, London und Frankfurt. Seit 1997 verwaltete er für Deka Investment Publikumsfonds verschiedener Ausrichtungen und war hauptverantwortlicher Portfoliomanager für die Produktlinie „Euroland“. In dieser Zeit erhielt er mehrere Auszeichnungen für die Wertentwicklung seiner Fonds. Danach leitete er bei zwei Spezialfonds-anbietern (Lazard bzw. Wave Management) das Portfolio-management Aktien und den Bereich Portfoliomanagement & Research. Er verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Anlagemanagement und in der Aktienanalyse und ist CEFA-Investmentanalyst/ DVFA.



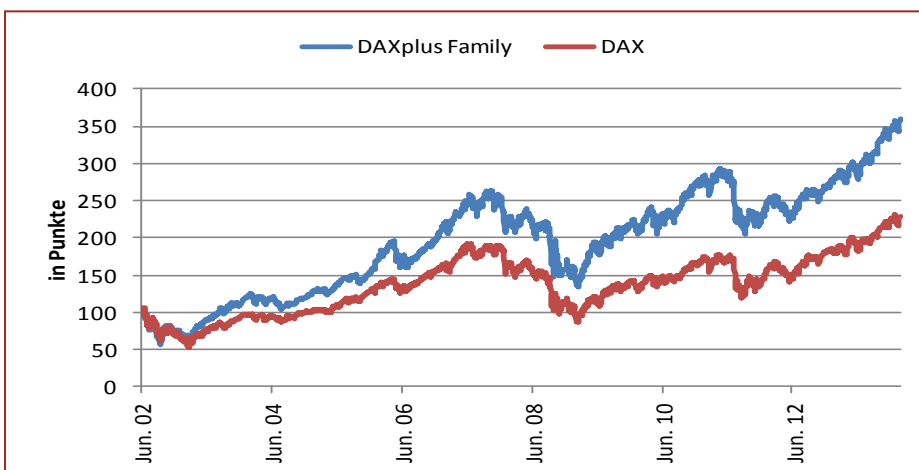
Für das Portfolio des AMF Family & Brands Aktien steht eine sorgfältige Unternehmensanalyse – bezüglich Bewertung, Ertrags- und Bilanzqualität – im Vordergrund.

Daneben werden Werte bevorzugt, die aufgrund einer überzeugenden Unternehmensstrategie eine dauerhaft hohe Ertrags- und Dividendenstärke erwarten lassen. Hierzu prüft AMF Capital die **S.B.R.-Kriterien** – Stabilität, Bewertung und „Recovery“. Dabei steht die Qualität der Unternehmen im Vordergrund. Dies wird durch den **QARP-Ansatz** (Quality at a reasonable price) unterstrichen. Die Einschätzungen werden dabei durch direkte Managementkontakte verifiziert: in direkten Gesprächen, vor Ort oder auf Konferenzen.

## Warum Investments in familiengeführte Unternehmen und Top Marken?



Ein Backtesting auf Basis von 100 Top-Marken über mehrere 10-Jahres-Zeiträume hat ergeben, dass bereits Portfolios aus Aktien aus dem 3. Quartil den MSCI World Index deutlich schlagen.



Der DAXplus Family Index erzielt gegenüber dem DAX- Index seit Auflage und im Vergleichszeitraum eine klare Outperformance bei geringerer Volatilität.

Zeitraum vom 21.06.2002 bis 14.02.2014

	Wertentwicklung	Volatilität
Daxplus Family Index	+ 260,85% / 11,63% p.a.	21,23% p.a.
Dax Index	+ 128,23% / 7,33% p.a.	24,74% p.a.