



INTERVIEW

Wir achten auf Qualität und Wachstum“

Zyklische Faktoren spielen für **Franz Weis** keine Rolle. Der Manager des **Comgest Growth Europe** investiert in **Marktführer**, die von strukturellen Treibern profitieren

Das Jahr ist nicht zu Ende, doch schon jetzt steht fest, dass es als „annus horribilis“ in die Bücher eingehen wird. Auch Ihre Fonds haben gelitten. Was sagen Sie Ihren Anlegern?

Franz Weis: Auch wir sind nicht zufrieden mit der Performance der Fonds in diesem Jahr – weder absolut noch relativ. Aber das muss man im Kontext der vorhergehenden Jahre sehen. Die Unternehmen in unseren Fonds stecken in einer Bewertungskorrektur, obwohl sie ein exzellentes Gewinnwachstum generiert haben. Aber die Krise kommt ja erst. Wir steuern direkt auf die Rezession zu. Dabei fühlen wir uns mit unseren Qualitätsunternehmen gut

QUALITÄTSAKTIEN

Gestärkt aus der Krise

Es gibt Unternehmen, die investieren auch in schlechten Zeiten in **Forschung** und **gewinnen in Krisen dazu**. Auf diese hat es der Fondsanbieter **Comgest** abgesehen

von HEIKE BANGERT

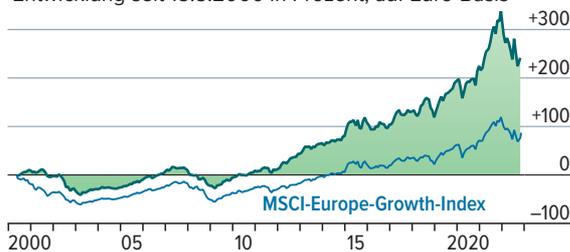
Das ganze Interview mit **Franz Weis** senden wir im Podcast FOCUS-MONEY Talks (12. Episode) überall dort, wo es Podcasts gibt, oder folgen Sie diesem QR-Code.



Deutlich über dem Markt

Comgest Growth Europe

Entwicklung seit 15.5.2000 in Prozent, auf Euro-Basis



WKN/ISIN (thes.)	631025/IE0004766675
Fondsvolumen	4,0 Mrd. €
laufende Kosten	1,55 %
Fondswährung	EUR
Wertentwicklung 1/3/5/10 Jahre	-15,8/28,9/60,0/161,2 %
Volatilität 3/5 Jahre p. a.	18,7/16,3 %

Quelle: Morningstar Direct

Wertentwicklung auf Euro-Basis

FONDSMANAGER
WEIS: Wir suchen nach Unternehmen mit **nachhaltigem** Gewinnwachstum



gerüstet. Diese sind nicht so stark vom Zyklus abhängig und sollten sich deshalb in der Krise besser halten als der Gesamtmarkt.

Was macht Sie da so optimistisch?

Weis: Wir investieren von Haus aus nur in Unternehmen, die gesunde Bilanzen haben, einen starken Cashflow generieren und unabhängig vom Wirtschaftszyklus gutes Wachstum liefern aufgrund von Megatrends und spezifischen Wachstumstreibern. Im Gegensatz zu typischen zyklischen Unternehmen etwa aus den Bereichen Automobil, Chemie, Rohstoffe und Finanzen sind diese selbst in der Krise in der Lage, sich positiv zu entwickeln.

Warum spiegeln die kurzfristigen Aktienkurse das häufig nicht wider?

Weis: Die Marktteilnehmer beschäftigen sich derzeit fast ausschließlich mit der Geldpolitik. „Wann erhöht welche Zentralbank die Zinsen und wie stark?“ Diese Frage bewegt die Kurse. Doch das kann sich sehr rasch drehen, wenn die zugrunde liegende Wirtschaft wieder in den Fokus genommen wird. Wir bleiben deshalb bei unserer Strategie und kaufen bei Chancen nach.

Europäische Aktienmärkte hinken amerikanischen traditionell hinterher – schlecht für Sie als Manager von rein europäischen Aktienfonds?

Weis: Die Indizes kann man nicht vergleichen. Für mich zählen die Einzelunternehmen. Da schneiden die europäischen nicht unbedingt schlechter ab. Es gibt Spitzenklasse-Unternehmen in Europa, die alle unsere Kriterien bestens erfüllen, die international agieren und für die Amerika ein wichtiger Markt ist. Novo Nordisk zählt dazu. Die sind zusammen mit dem US-Konkurrenten Eli Lilly führend in ihren Bereichen. Ein anderes Beispiel ist die niederländische ASML als weltweit größter Anbieter von Lithografiesystemen für die Halbleiterindustrie.

Welche Kriterien legen Sie bei der Auswahl zugrunde?

Weis: Unter Wachstum verstehen wir langfristiges und zuverlässiges Gewinnwachstum über die nächsten fünf Jahre. Und Qualität bedeutet für uns Vorhersehbarkeit in dem Sinne, dass die Gewinnentwicklung in der Zukunft nicht abhängig ist vom Wirtschaftszyklus, von politischen Entscheidungen, Zinsentscheidungen der Zentralbanken und regulatorischen Ereignissen. Wir wollen nicht nur schöne Wachstumsszahlen errechnen für die Unternehmen, in die wir investieren, sondern zudem eine hohe Gewissheit haben, dass diese Schätzungen erreicht werden.

Auf welche Unternehmen trifft dies zu?

Weis: Das sind Unternehmen, die gut finanziert sind, profitabel sind, hohe Gewinnmargen ausweisen, die eine Preissetzungsmacht haben und durch ihre Marktposition gut geschützt sind gegen Konkurrenten. Sie weisen relativ autonome Geschäftsmodelle aus. Letztlich sind es aber die Wachstumstreiber, die spezifisch für diese Unternehmen sind, etwa eine geografische Expansion, eine Produkterweiterung oder die Besetzung eines ganz neuen Geschäftsfelds.

Zyklische Faktoren spielen demnach gar keine Rolle?

Weis: Nein, das interessiert uns nicht. Der Zyklus ist sehr schwer vorhersehbar und hängt zu rund 60 Prozent vom Konsum ab. Was, wenn die Konsumenten deprimiert sind, etwa nach dem Überfall auf die Ukraine, nach einem Terroranschlag oder einer Naturkatastrophe? Wir investieren lieber in Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die täglich notwendig sind.

Auf welche Unternehmen trifft das noch zu?

Weis: Auf Capgemini beispielsweise. Die profitieren als IT-Berater davon, dass die Unternehmen ihre Produktionsanlagen digitalisieren müssen. Das stoppt nicht in der Krise. Capgemini hat eine exzellente Marktposition und hat gerade den guten Ausblick bestätigt. Ein anderes Beispiel ist Sartorius, ein Unternehmen, das die Ausrüstung für die Produktion biopharmazeutischer Medikamente liefert und es zur Marktführerschaft geschafft hat. Da steckt eine Menge technisches Know-how dahinter. In Deutschland sind wir auch bei MTU investiert.

In welche Geschäftsmodelle investieren Sie hingegen nicht?

Weis: Wir haben in den vergangenen 30 Jahren nie in eine europäische Bank investiert. Die Geschäftsmodelle sind nicht vorhersehbar. Und auch die Gewinnentwicklung ist uns zu dürftig.

Jede Krise bietet auch Chancen. Welche werden es diesmal sein?

Weis: Es ist zu früh, das zu sagen. Viele Unternehmen sehen sich gerade vor riesige Herausforderungen gestellt. Aber oft ist es so, dass Unternehmen, die eine führende Position haben, gestärkt aus der Krise hervorgehen, weil sie es sich leisten können, auch in der Krise in Forschung und Entwicklung zu investieren. Schwächere hingegen müssen auf die Kosten achten.