



Fund Portrait

Nordea 1 – Emerging Consumer Fund

ISIN: LU0390857471 (BP-EUR) / LU0390857398 (BI-EUR)

Highlights

- Angetrieben durch den Binnenkonsum erfahren viele Schwellenländer ein starkes Wachstum und stellen somit eine attraktive langfristige Investmentchance dar
- 70 – 80 Millionen Menschen steigen pro Jahr in die Mittelklasse der boomenden Schwellenländer auf¹
- Es entwickelt sich ein immenses Konsumentenpotential, das darauf wartet, abgeschöpft zu werden
- Profitieren Sie durch den Nordea 1 – Emerging Consumer Fund von globalen und lokal ansässigen Unternehmen, die mindestens 30% ihrer Erträge in Schwellenländern generieren und am besten positioniert sind, um diese Gelegenheiten zu nutzen



Vermögensverwaltung bei Nordea

Als aktiver Anlageverwalter verwaltet Nordea Asset Management Anlageklassen aus dem gesamten Anlagespektrum und strebt an, in allen Marktbedingungen einen Mehrwert für seine Kunden zu bieten. Die Grundlage für den Erfolg von Nordea ist der nachhaltige und einzigartige Multi-Boutique-Ansatz, der die Expertise spezialisierter interner Boutiquen mit einem exklusiven Zugang zu externen Kompetenzen kombiniert und uns ermöglicht, zum Vorteil unserer Kunden beständig Alpha zu generieren. Darüber hinaus haben wir einen sehr starken Schwerpunkt darauf gelegt, ergebnisorientierte Anlagelösungen zu entwickeln statt Lösungen, die bestimmte Referenzindizes abbilden. Die Grundlage dieser Lösungen, die „auf Stabilität ausgerichtete Anlagephilosophie“, soll dabei der Risikobereitschaft und den Bedürfnissen der Kunden vollauf gerecht werden.

Seit seiner Auflage im Jahr 2008 wird der Nordea 1 – Emerging Consumer Fund intern vom 'Fundamental Equities' verwaltet. Das Investmentteam mit Sitz in Kopenhagen nutzt einen fundamentalen, teambasierten Investmentansatz, um die Auswirkungen struktureller Veränderungen in Technologie, Demografie und Globalisierung zu identifizieren und zu analysieren. Das Resultat dieser Analyse ist die Identifizierung von Investmentthemen, die als nachhaltige Trends definiert werden können, und sich in den Cash Flows einer Vielzahl von Unternehmen widerspiegeln.

Ein Megatrend der nächsten Jahrzehnte: Urbanisierung

Mexiko City, Lagos, Beijing, Istanbul, Kairo, Shanghai, São Paulo. Sie sind Paradebeispiele für die so genannten „Megacities“, die zu Flaggschiffen des rasanten Wachstums vieler Schwellenländer geworden sind.

1950 hatte lediglich eine Stadt, New York, mehr als zehn Millionen Einwohner; heute sind es über 25. Die Weltbevölkerung wächst jährlich um 1,3%, wobei über 90% dieses Wachstums in den Städten der Entwicklungsländer zu verzeichnen ist. Seit 2007 lebt über die Hälfte aller Menschen auf unserem Planeten in Städten. Die UNO schätzt, dass der Anteil der Stadtbevölkerung bis zum Jahre 2030 auf 60% und bis 2050 auf 70% ansteigen wird². Dieser Trend hat sich über die letzten 30 Jahre stetig verstärkt. Haupt-Triebfeder dieser Entwicklung ist der große Einkommensunterschied zwischen den ländlichen und urbanen Regionen. Die Flut ist nicht mehr aufzuhalten.

Aufstieg einer neuen Konsumentenklasse

Menschen, die ihren ländlichen Lebensraum verlassen, kommen meist mit denselben Beweggründen in die Stadt: Sie streben nach besseren Lebensbedingungen indem sie von den neuen Beschäftigungsmöglichkeiten profitieren, die aus der Industrialisierung vieler Schwellenländer erwachsen.

1) Quelle: World Bank economic projections combined with UN population predictions. Stand: Juni 2008. 2) Quelle: United Nations, UaN Population Division Report. Stand: Dezember 2009.

In der Stadt angekommen, legen die Einwanderer eine hohe Bereitschaft an den Tag, hart zu arbeiten, um die Lebensbedingungen für sich und ihre Familie zu verbessern. Da sie ohne Schulden in die Städte kommen, haben bereits die ersten erwirtschafteten Löhne einen hohen Einfluss auf ihr Konsumentenverhalten. Mit ihrer gestiegenen Kaufkraft wächst gleichzeitig die Bereitschaft, das Geld auch auszugeben.

Die Klasse der „Emerging Consumers“ – der aufstrebenden Konsumenten – ist geboren.

Der wachsende Konsumhunger hat viele Gesichter

Während die Konsumenten der wachsenden Mittelschicht nach und nach wohlhabender werden, sehen sie sich ständig neuen Ideen, Produkten und Märkten ausgesetzt. Dies hat Einfluss auf die Entwicklung ihrer Geschmäcker und Präferenzen für Güter und Dienstleistungen. Wir unterscheiden verschiedene Kategorien von „Emerging Consumers“, die dem Markt mit unterschiedlichen Bedürfnisprofilen begegnen.

- „Early New Urban Consumer“ (ca. 1,5 Mrd. Menschen)**
 Diese Gruppe ist weder mit den Städtern, noch mit den Landbewohnern, die sie hinter sich gelassen haben, vergleichbar. Ihre Hauptbedürfnisse liegen größtenteils im Bereich unabdingbarer Basiskonsumgüter (Nahrungsmittel, einfache Sanitärprodukte u.ä.).
- „Developed New Urban Consumer“ (ca. 500 Mio. Menschen)**
 Mit dem Anwachsen des verfügbaren Einkommens zeigt diese Gruppe bereits eine zunehmende Nachfrage nach nicht lebensnotwendigen Gütern: Kosmetikartikel, veredelte Nahrungsmittel, Elektroartikel, Haushaltsprodukte.

- „Mature Urban Consumer“ (ca. 300 Mio. Menschen)**
 Nachdem ein gewisser Lebensstandard erreicht ist, beginnen diese Konsumenten damit, ihre Bedürfnisse nach Reisen (Autos, Urlaub), Bildung und Sicherheit (Versicherungen, Schutz des Eigentums) zu befriedigen.
- „Luxury Consumer“ (ca. 50 Mio. Menschen)**
 Diese neureichen Konsumenten suchen nach westlichen Statussymbolen, um ihren neu erworbenen Reichtum zur Schau zu stellen. Der Besitz von Luxusmarken steht im Mittelpunkt, wobei das Motto „Je teurer, desto besser“ gilt. Das Potenzial ist immens. So ist beispielsweise Russland inzwischen weltweit der viertgrößte Markt für Luxusgüter.

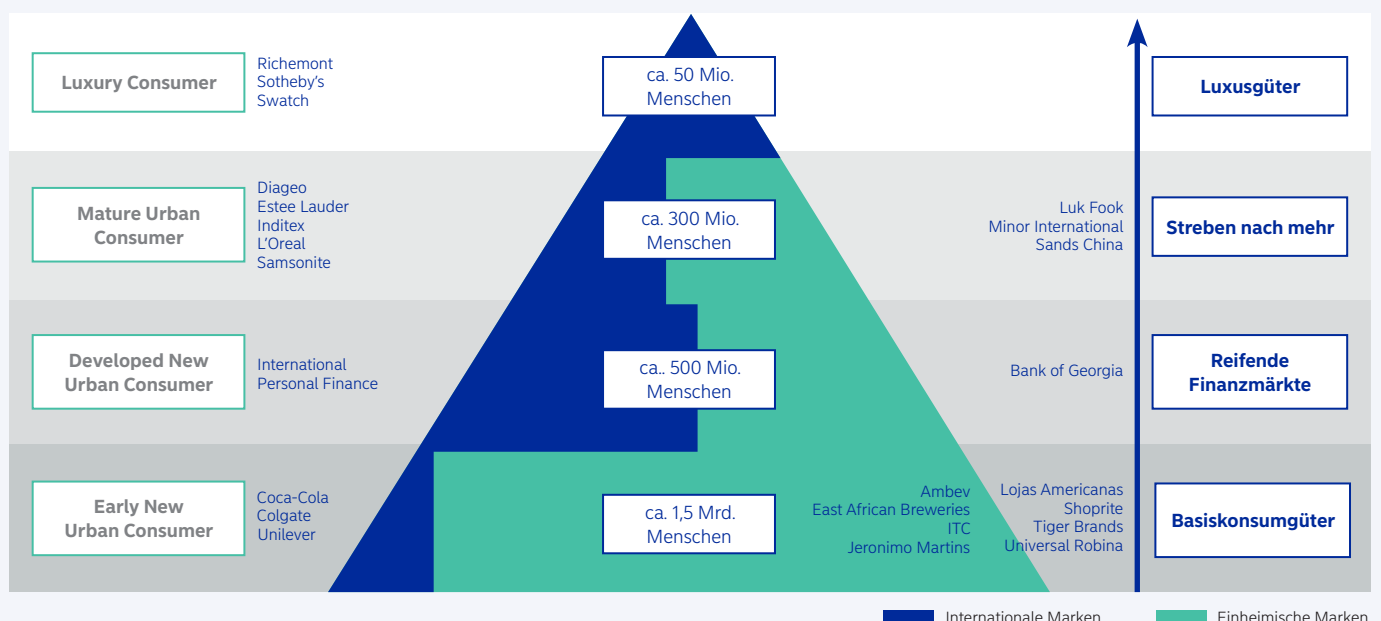
Ein starkes Portfolio aus Global Playern und Lokalmatadoren

Ziel des Fonds ist es, eine gezielte Auswahl internationaler und nationaler Unternehmen vorzunehmen, deren Produkte und Dienstleistungen die rasant wachsende Klasse der „Emerging Consumers“ stark anziehen.

Die Kombination aus handverlesenen Global Playern und Lokalmatadoren macht das Erfolgsrezept des Fonds aus. Durch die Konzentration auf die Bedürfnisse der expandierenden Mittelschicht in den Schwellenländern legt der Fonds seinen Schwerpunkt nicht darauf, wo das Unternehmen notiert ist. Stattdessen werden weltweit jene Firmen gesucht, die am meisten von der steigenden Nachfrage profitieren. Mit diesem weit gefassten Ansatz diversifiziert der Fonds das Risiko und investiert in Unternehmen, die das höchste Potenzial haben, sich als einer der Marktführer in ihrem spezifischen Gebiet zu etablieren.

Dies macht den Nordea 1 – Emerging Consumer Fund im Vergleich zu herkömmlichen Emerging Markets Fonds einzigartig.

Emerging Consumer Struktur³



³ Die oben genannten Unternehmen sind Beispiele für in Frage kommende Investments und nicht zwingend Teil des aktuellen Nordea 1 – Emerging Consumer Fund Portfolios.

Ein Beispiel für einen der genannten erfolgreichen Global Player ist Coca-Cola. Das Unternehmen bedient zurzeit ca. 35% des chinesischen Marktes für kohlenensäurehaltige Getränke. Allerdings nicht nur mit uns geläufigen Marken: So hat Coca-Cola mit „Tianyudi“ eine Produktlinie eingeführt, die z.B. Mango- und Lycheegeschmack anbietet. Dies ist charakteristisch für die Art, wie das Unternehmen den asiatischen Markt mit Produkten erschließt, die spezifisch für bestimmte Regionen entwickelt werden.

Steigende Bedeutung der Schwellenländer für westliche Unternehmen

Die Schwellenländer generieren nicht nur wirtschaftliches Wachstum, sie sind auch aufstrebende Firmen, die immer konkurrenzfähiger werden und oft leistungsfähiger sind als die Besten der multinational agierenden Konzerne der entwickelten Welt. Ihre Leistungsfähigkeit resultiert dabei aus ihrer stetig ansteigenden Innovationskraft bezüglich der Entwicklung von Geschäftsmodellen und Produkten.



Einheimische Akteure sind oft empfänglicher für die Bedürfnisse der lokalen Märkte. Ein gutes Beispiel für solch einen Neuling ist Haier, ein chinesischer Hersteller von Haushaltswaren wie zum Beispiel Waschmaschinen und Mikrowellen.

Ein lang anhaltender Megatrend

Der Wachstumstrend der Mittelklasse in den Schwellenländern wird auch langfristig intakt bleiben.

Die Absicht Chinas, sich vom investment- und exportgetriebenen Modell hin zu einem mehr marktorientierten und vom Wirtschaftskonsum beflügelten Modell zu entwickeln, wird diesen Trend nachhaltig für die nächsten Jahre erhalten. Jahrzehntlang hat sich China auf Exporte und Investitionen verlassen, um sein Wachstum anzutreiben. Um jedoch verlässliche und nachhaltige Fortschritte machen zu können, muss die chinesische Wirtschaft die neuen Entwicklungen vorantreiben.

Anhand einer Vielzahl von Untersuchungen und Analysen kann vorhergesagt werden, dass Asien mit unter den größten Profiteuren des Wachstums der Mittelschicht sein wird.

Laut einer von Brookings veröffentlichten Studie aus dem Jahr 2010 könnten bis 2030 5 Milliarden Menschen zur globalen Mittelschicht gehören. Rund zwei Drittel von ihnen werden aus der Asien-Pazifik-Region stammen. 2009 war dies erst knapp ein Drittel. Weiterhin weist die Studie darauf hin, dass die Verschiebung sogar noch stärker ausfällt, wenn man das Wachstum der Mittelklasse anhand ihrer Ausgaben betrachtet statt anhand der Anzahl der Menschen. 2009 entfielen lediglich 23% der Ausgaben Asiens auf die globale Mittelschicht. Bis zum Jahr 2030 dürften es 59% sein, angetrieben von der starken Entwicklung in Indien, China und Indonesien.

Keine Investition ohne soziale Verantwortung

Als Unterzeichner der UN Prinzipien für Verantwortungsvolles Investieren legt Nordea großen Wert darauf, dass die Unternehmen, die im Nordea 1 – Emerging Consumer Fund allokiert werden, diese befolgen.



Nordea 1 – Emerging Consumer Fund	
Fondsmanager	Fundamental Equities
Fondsdomizil	Luxemburg
ISIN-Codes*	LU0390857471 (BP-EUR) LU0390857398 (BI-EUR) ⁴
Jährliche Managementgebühren	1,50% p.a. (BP-EUR) 0,85% p.a. (BI-EUR) ⁴
Basiswährung	EUR
Auflagedatum	03.11.2008

Risiken

Wir weisen Sie darauf hin, dass die Anlage in diesem Teilfonds mit Risiken verbunden ist. Weiterführende Informationen entnehmen Sie bitte den Wesentlichen Anlegerinformationen, die Sie auf die im Haftungsausschluss am Ende dieses Dokuments beschriebene Weise anfordern können.

*In Ihrem Land könnten andere Anteilsklassen erhältlich sein. 4) Für die BI-EUR Anteilsklassen gilt: Nur für den Vertrieb an institutionelle Kunden. Die Mindestanlagesumme beträgt 75.000 EUR (oder ein entsprechender Gegenwert).

Die genannten Teilfonds sind Teil von Nordea 1, SICAV, einer offenen Investmentgesellschaft luxemburgischen Rechts, welcher der EG-Richtlinie 2009/65/EG vom 13. Juli 2009 entspricht. **Bei dem vorliegenden Dokument handelt es sich um Werbematerial**, es enthält daher nicht alle relevanten Informationen zu den erwähnten Teilfonds. Jede Entscheidung, in den Teilfonds anzulegen, sollte auf der Grundlage des aktuellen Verkaufsprospekts, der Wesentlichen Anlegerinformationen (KIID) sowie des aktuellen Jahres- und Halbjahresberichts getroffen werden. Die genannten Dokumente sind in elektronischer Form auf Englisch und in der jeweiligen Sprache der zum Vertrieb zugelassenen Länder auf Anfrage unentgeltlich bei Nordea Investment Funds S.A., 562, rue de Neudorf, P.O. Box 782, L-2017 Luxemburg oder bei den jeweiligen länderspezifischen Vertretern bzw. Informationsstellen oder bei den berechtigten Vertriebsstellen erhältlich. Anlagen in Derivaten und Fremdwährungsanlagen können erheblichen Schwankungen unterliegen, die die Wertentwicklung der Anlage beeinträchtigen können. **Anlagen in Schwellenländern sind mit einem erhöhten Risiko verbunden. Der Wert von Anteilen kann je nach Anlagepolitik des Teilfonds stark schwanken und kann nicht gewährleistet werden. Anlagen in von Banken begebenen Aktien oder Schuldtiteln können gegebenenfalls in den Anwendungsbereich des in der EU Richtlinie 2014/59/EU vorgesehenen Bail-in-Mechanismus fallen (d.h. dass bei einer Sanierung oder Abwicklung des rückzahlungspflichtigen Instituts solche Aktien und Schuldtitel abgeschrieben bzw. werberichtet werden, um sicherzustellen, dass entsprechend ungesicherte Gläubiger eines Instituts angemessene Verluste tragen). Angaben zu weiteren Risiken in Verbindung mit den genannten Teilfonds entnehmen Sie bitte den Wesentlichen Anlegerinformationen (KIID), die wie oben beschrieben erhältlich sind.** Nordea Investment Funds S.A. hat beschlossen, die Kosten für Research zu tragen, das heißt, diese Kosten werden von bestehenden Gebührenstrukturen (wie Management- oder Verwaltungsgebühren) gedeckt. Nordea Investment Funds S.A. veröffentlicht ausschließlich produktbezogene Informationen und erteilt keine Anlageempfehlungen. Herausgegeben von Nordea Investment Funds S.A., 562, rue de Neudorf, P.O. Box 782, L-2017 Luxemburg, einer von der Commission de Surveillance du Secteur Financier in Luxemburg genehmigten Verwaltungsgesellschaft. Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrem Anlageberater – er berät Sie als ein von Nordea Investment Funds S.A. unabhängiger Berater. **Bitte beachten Sie, dass nicht unbedingt alle Teilfonds und/oder Anteilsklassen in Ihrer Jurisdiktion verfügbar sind. Ergänzende Informationen für Anleger in Österreich:** Zahlstelle und Repräsentant in Österreich ist die Erste Bank der Österreichischen Sparkassen AG, Am Belvedere 1, A-1100 Wien. **Ergänzende Informationen für Anleger in Deutschland:** Informationsstelle in Deutschland ist Société Générale S.A. Frankfurt Branch, Neue Mainzer Straße 46-50, D-60311 Frankfurt am Main. **Ergänzende Informationen für Anleger in der Schweiz:** Die Schweizer Vertretung und Zahlstelle ist BNP Paribas Securities Services, Paris, succursale de Zurich, Selnaustrasse 16, CH-8002 Zürich, Schweiz. Quelle (falls nicht anders angegeben): Nordea Investment Funds S.A. Alle geäußerten Meinungen sind, falls keine anderen Quellen genannt werden, die von Nordea Investment Funds S.A. Dieses Dokument darf ohne vorherige Erlaubnis weder reproduziert noch veröffentlicht werden und ist nicht für Privatanleger bestimmt. Es enthält Informationen für institutionelle Anleger und Anlageberater und ist nicht zur allgemeinen Veröffentlichung bestimmt. In diesem Dokument genannte Unternehmen werden zu rein illustrativen Zwecken angeführt und stellen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf der jeweiligen Werte dar.