

## Nachhaltigkeits-Check

**Name:** Julius Baer Luxury Brands Fund (EUR)

**ISIN:** [LU0329429384](#)

**Emittent:** Swiss & Global Asset Management AG

### Wertpapierart / Anlageart

Aktienfonds Luxus/Lifestyle

Als Inhaber eines Investmentzertifikats ist man **Miteigentümer** an dem Julius Baer Luxury Brands Funds der Swiss & Global Asset Management AG. Jedes Zertifikat entspricht einem bestimmten Anteil am Fondsvermögen (z.B. einem Millionstel Anteil).

Der Anleger hat bei einem Investmentfonds eine sehr hohe Renditeerwartung. Allerdings ist er auch bereit, viele Risiken in Kauf zu nehmen und mit Kursverlusten zu rechnen. Bei dieser Anlageform sollte er für mehrere Jahre auf sein Geld verzichten können und ihm sollte bewusst sein, dass er auch viel Geld auf einen Schlag verlieren kann.

Bei diesem Fonds werden **Gewinne nicht ausgeschüttet**, sondern wieder angelegt (thesaurierend).

## Erfolg im Rückblick mit 3-Jahres-Chart



Dies entspricht einem Kursanstieg von 42,5 % (=14,2 % p. a.).

### Chancen:

*Die Chancen sehen nach Ansicht des Fondsmanagements wie folgt aus:*

- Der Fonds investiert in ein breit diversifiziertes Aktienuniversum und versucht verschiedene Renditechancen zu nutzen
- Er ermöglicht den Anlegern einfachen Zugang zu Schwellenländern (Staat, der traditionell noch zu den Entwicklungsländern gezählt wird, aber nicht mehr deren typische Merkmale aufweist durch stärkere Industrialisierung z.B. Brasilien, China)
- Viele dieser Länder können attraktive Renditepotenziale bieten

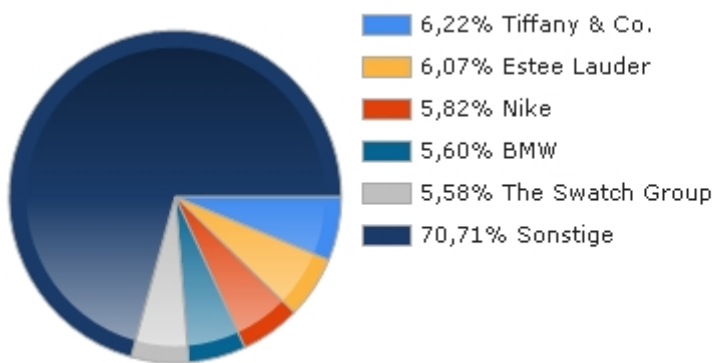
### *Eigene Meinung:*

- Bewusste Investition in große, konsumorientierte Unternehmen in Ländern wie die USA, Frankreich, Schweiz etc., die ihre Absatzmärkte vom allem in China haben. Gerade in China herrscht eine große Nachfrage nach Markenprodukten mit hohem Prestige (Luxusgüter).
- Die starke Preismacht der Anbieter von Luxusgütern hat zur Folge, dass deren Preise schneller steigen als die Inflation und damit auch die Gewinne und Kurse dieser Unternehmen.

## Risiken

- Der Fonds investiert in Aktien, die größeren Wertschwankungen unterliegen können
- Emittentenrisiko
- Wechselkursrisiko (Fonds kann in verschiedene Währungen investieren)

## Der Fonds investiert zum größten Teil in:



Der Großteil der Anlage ist in der Branche „ Mode/Accessoires/ Schmuck“ enthalten. Dieser investiert in große Unternehmen (Marken), die jedermann kennt, und somit ist gut einzuschätzen wie sich die Kurse entwickeln könnten.

## Ökonomische Nachhaltigkeit

Aktienfonds entsprechen dem Anlegertyp Gipfelstürmer (spekulativ Kl. 4)

Die Preisentwicklung eines Investmentfonds mit Aktien ist, auch wenn diese unter Nachhaltigkeitsaspekten ausgesucht werden, völlig unsicher und von vielen Unwägbarkeiten abhängig (Börsenentwicklung, Währungskurse, Wirtschaftskrisen usw.). Große Verluste oder sogar ein **Totalausfall** sind **nicht ausgeschlossen**.

Urteil: gelb

## **Ökologische Nachhaltigkeit**

Da es in der Branche größtenteils um Bekleidung, Schmuck und Accessoires geht, ist die ökologische Nachhaltigkeit eher kritisch zu betrachten, da die Herstellung nicht immer ganz umweltfreundlich erfolgt.

Die Inhalte werden oft in große, pompöse Verpackungen verpackt und zeigen kein umweltfreundliches Verhalten, weil diese nicht nochmal wieder verwendet werden können.

Video mit Hintergrundinformationen: <http://rankabrand.de/home/was-wir-tun>

Urteil: Rot

## **Soziale Nachhaltigkeit**

Bewertung der größten Aktiengesellschaften im **Julius Bär Funds:**

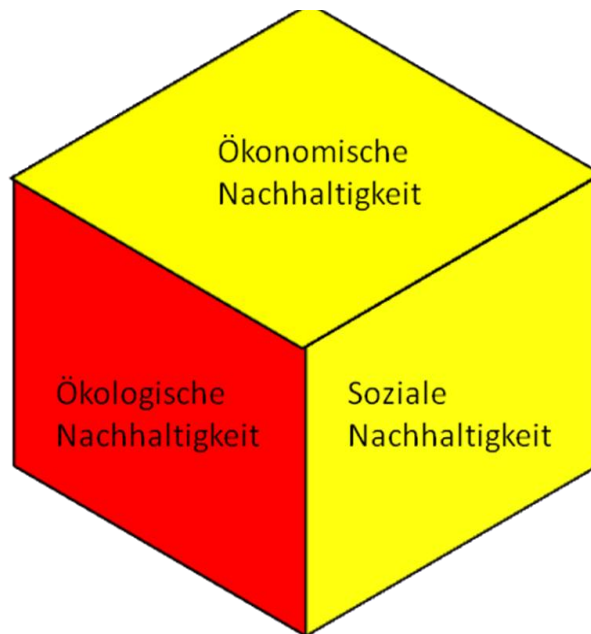
**Nike:** Platz 31 der Deutschlands Top- Arbeitgeber, gute Arbeitsmoral

**BMW:** Top-Arbeitgeber-Ranking 2014: Platz drei in der IT-Edition von „Deutschlands 100 Top-Arbeitgeber“

**Tiffany** grenzt sich dagegen ein wenig ab, da hier nicht auf die soziale Nachhaltigkeit geachtet wird und daher schlechtere Bewertungen erfolgen.

Urteil: Gelb

## Gesamturteil / Nachhaltigkeits-Würfel



PS:

Eine neuere Studie zeigt, dass Markenprodukte und deren Unternehmen zwar einen Vertrauensvorsprung haben, sich aber dennoch mittelfristig mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen. Traditionelle Marken, die sich allein auf ihre Tradition verlassen und den Verbrauchern keine Antworten auf Bedrohungen wie Ressourcenverknappung oder Klimawandel geben, werden langfristig an Reputation verlieren. Das mussten Marken wie Miele und Dr. Oetker erleben. Ihre Imagewerte sanken kräftig.

(Vgl. <http://eck-marketing.de/praxistipps/wie-kunden-die-nachhaltigkeit-von-marken-und-unternehmen-bewerten/>)