

EDITORIAL

Tugend gefragt

Die Situation für Anleger bleibt schwierig. Das garstige Umfeld verlockt nicht zu einem Engagement. Wer auf die Rückschläge an den Aktienmärkten zu Beginn des Jahres mit Panikverkäufen reagierte, hat die darauf folgende Erholung wohl verpasst und sitzt jetzt auf hohen Barbeständen. Diese Anleger sind nicht zu beneiden. Wir verfolgen die Strategie, immer mit einem hohen Anteil der Mittel investiert zu bleiben. Ob das Geld in Aktien, Obligationen oder Gold angelegt ist, spielt dabei kaum eine Rolle. Wichtigster Aspekt in der Ausrichtung eines gut strukturierten Portfolios ist es jedoch, dass die eigenen Konzepte nicht eine Ansammlung zufälliger Ideen repräsentieren, sondern einem langfristig ausgerichteten Plan folgen. Wir unterscheiden in unserem gemischten Multimanager-Ansatz zwischen strategischer und taktischer Vermögensallokation. Ersteres ist ein Anlageplan mit klar definierten Eckpfeilern über einen Zeithorizont von fünf bis zehn Jahren. Das Konzept muss aber so ausgerichtet sein, das kurzfristige Anpassungen an veränderte Marktbedingungen möglich sind. In einem ausgewogenen Portfolio mit einem Aktienanteil von beispielsweise 45%, sollten taktische Anpassungen nur um einige Prozentpunkte nach unten oder oben erfolgen. Mit dieser Multimanager-Strategie erreichten wir in den letzten fünf Jahren eine Performance von 5,7% p.a. Der strategische Anleger muss in der Krise die Ruhe bewahren. In, von Langeweile geprägten Zeiten, braucht es Geduld und Nerven. Da ist Tugend gefragt.

Patrick Rieter



Die Uhren ticken wieder anders

Die Krise ist bald ausgestanden – Swatch historisch tief bewertet

Die Luxusgüterhersteller sind nicht zu beneiden. Das belegen auch die von Richemont im Mai publizierten Umsatzzahlen. Die von der Branche für April publizierten Uhrenexporte signalisieren noch keine Wende der inzwischen zwei Jahre dauernden Baisse. Dass die Exportzahlen im April nur noch um 11% zurückgingen, nach einem Minus von 16% im März, ist auch nur schwer als Lichtblick zu interpretieren.

Trotz den tristen Zahlen ist Schwarzmalerei fehl am Platz. Mit der Situation von 2009 – die mit einem Minus von 22% berechtigterweise als Krise bezeichnet werden konnte – ist die derzeitige Lage nicht vergleichbar. Nach 2009 ist das Exportvolumen innerhalb von fünf Jahren um fast 70% gestiegen. Solche Zuwachsraten sich nicht beliebig

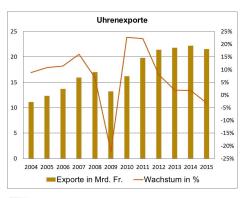
der Industrie intakt. Das gilt vor allem für bekannte Marken und Hersteller die mit innovativen Konzepten die Nachfrage beleben. Gut positioniert sind im aktuellen Umfeld weiterhin Anbieter von teuren, mechanischen Uhren, die nicht mit der zunehmenden Konkurrenz durch Smartwatches konfrontiert sind.

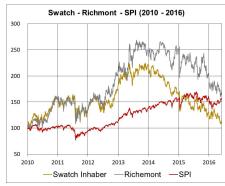
Die Aktien der Uhrenhersteller wurden in den letzten zwei Jahren zu-

in die Zukunft zu extrapolieren. Trotz-

dem sind auf lange Sicht die Chancen

Die Aktien der Uhrenhersteller wurden in den letzten zwei Jahren zurückgebunden. Jetzt ist die Talsohle wohl erreicht. Für die zweite Jahreshälfte sind wir zuversichtlich. Die Aktien von Swatch sind historisch tief bewertet (vgl. Chart). Ein Engagement in diesem Sektor kann sich in den nächsten Monaten lohnen.





Gedankensplitter

Ein Austritt der Briten aus der EU würde für die Investoren zu einer Belastung. Bis die bilateralen Rahmenbedingungen auf eine neue Basis gestellt sind, könnten Jahre vergehen. Nach einem Brexit hat die EU kein Interesse den Briten entgegen zu kommen, auch um Pläne anderer, austrittswilliger Länder, im Keime zu ersticken. Die Weiterentwicklung der Staatengemeinschaft dürfte wohl stagnieren. Es ist absehbar, dass in der Privatwirtschaft die Investitionsbereitschaft nachlässt, was wiederum die Wirtschaft belastet. London würde als Finanzplatz an Attraktivität verlieren. Das sind keine guten Aussichten.

Schweiter hat gut investiert

Der Verkauf von Satisloh vor acht Jahren war ein mutiger Entscheid. Rückblickend hat der Schweiter CEO Heinz O. Baumgartner alles richtig gemacht. Die 600 Mio. Fr. aus dem Verkauf wurden geschickt investiert und damit eine attraktive Neuausrichtung des Unternehmens ermöglicht.

Seite 3

Inhalt

- 1 Geduld bringt hohe Renditen
- 1 Uhren sind bald wieder gefragt
- 1 Brexit würde Investitionen hemmen
- 2 Sind Alternative Anlagen alternativ?
- 3 Schweiter macht keine Kapriolen

Alternative Anlagen sind nicht nur «alternativ»

Auf lange Sicht investieren – Risiken genau abklären – Attraktive Renditen

Mit den traditionellen Anlageformen wie Aktien und Obligationen kennt sich der Investor in der Regel gut aus. Nach einer dreissigjährigen Hausse in den Anleihen und einem Aufschwung in den Aktien der auch schon seit 2009 dauert, fragen sich viele Investoren, wie es an den Finanzmärkten weitergehen kann. Im aktuellen Umfeld mit tiefen Zinsen sind alternative Anlagen attraktiv.

Doch was sind überhaupt alternative Anlagen? Wikipedia formuliert: "Alternative Investments" ist ein Marketing-Oberbegriff für Kapitalanlagen die bei jeder Marktentwicklung, also auch bei fallenden oder stagnierenden Märkten Gewinne versprechen. Ganz so einfach ist es nicht. Der Bereich umfasst unter anderem nichttraditionelle, börsengehandelte Anlageklassen wie Währungen und Rohstoffe.

Rohöl oder Immobilien?

Letztere gehören zu den ältesten und gleichzeitig vielfältigsten Anlageformen. Allgemein können alternative Rohstoffinvestments in vier Kategorien eingeteilt werden. Energie in der Form von Rohöl, Erdgas, Benzin und Heizöl ist der am meisten gehandelte und liquideste Rohstoff. Edelmetalle wie Gold, Silber und Platin gelten als sichere physische Werte. Die Preise der wichtigsten Industriemetalle wie Kupfer oder Aluminium hängen stark

von der Wirtschaftslage ab. Im Gegensatz zu diesen Kategorien sind Agrargüter wie Zucker, Kaffee, Baumwolle, erneuerbare Rohstoffe.

Zu den alternativen Anlagen gehören auch Immobilien. Diese Gruppe unterteilt sich in Wohn- und Büroimmobilien, Gewerbeliegenschaften sowie Sonderbauten wie Hotels oder Einkaufszentren. Innerhalb ihrer Gattung sind Immobilien substituierbar, also durch ein anderes Gebäude ersetzbar. Dies im Unterscheid zu Infrastrukturanlagen wie Autobahnen, Flughäfen oder einer Ölpipeline die nicht ohne weiteres zu ersetzen sind.

Im Umfeld von niedrigen Zinsen bilden Infrastrukturanlagen eine interessante Alternative. Weil Privatpersonen oft nicht über die notwendigen Fachkenntnisse verfügen, sind solche Investments eher für institutionelle Anleger geeignet. Sie verfügen über die Mittel, um langfristige Beteiligungen an Anlagen zu erwerben. Das sind Investments im Bereich Transport (Autobahnen. Flughäfen), Energie Telekommunikation (Stromnetze). (Kabelnetzwerke) oder in soziale Infrastrukturen wie Schulen und Krankenhäuser.

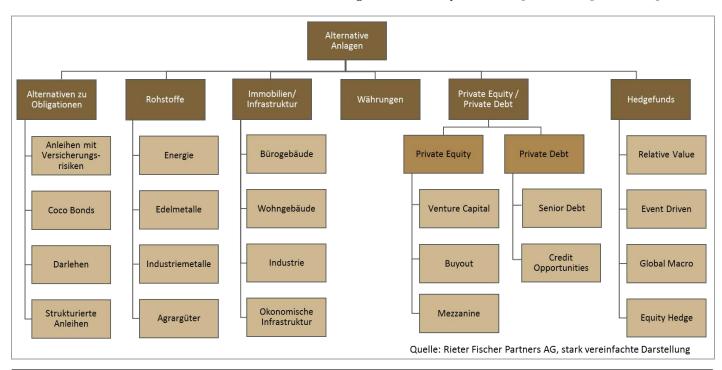
Zu den wichtigen, nicht traditionellen Anlageformen, gehört auch Private Equity. Dies sind Investitionen in Unternehmen, die zumeist (noch) nicht kotiert sind. Private-Equity-Investitionen sind naturgemäss nicht liquid

und langfristig ausgerichtet. Zu den alternativen Anlagen gehören auch Hedge Funds. Diese Investmentvehikel versuchen in einem jedem Marktumfeld eine positive Rendite zu erzielen. Das Segment lässt sich in mindestens vier Hauptkategorien unterteilen (vgl. Grafik)

Teurer als traditionelle Anlagen

Event-Driven-Strategien basieren typischerweise auf Ereignissen wie Firmenumstrukturierungen oder Übernahmen. In der Relative-Value-Strategie wird versucht, Preisdifferenzen zu ähnlichen Anlagen aufzuspüren und aus der Preisdifferenz Gewinn zu realisieren. Alternative Investments erweitern aus unserer Sicht das Anlagespektrum auf ideale Weise.

Sie bergen zusätzliche Renditekomponenten, aber auch zusätzliche Risiken. Der Bereich bietet Möglichkeiten einer breiten Diversifikation. Investments sind indes teurer als traditionelle Anlagen. Zudem werden Private Equity und Hedge Funds häufig dafür kritisiert, sie seien zu komplex und wenig transparent. Um die Risiken zu minimieren ist vor dem Engagement eine sorgfältige Due Diligence, also eine Prüfung möglichst vieler Details der finanziellen Rahmenbedingungen, durchzuführen. Wer auf lange Sicht investieren möchte, sollte alternativen Anlagen das nötige Gewicht geben.



«Schweiter veranstaltet keine Kapriolen»

Weltweit grösster Anbieter von Balsaholz – Disziplin in Akquisitionen – Windenergie wird konsolidieren

Als Schweiter vor acht Jahren mit Satisloh die Sparte Optik verkauft hat, musste sich das Unternehmen neu erfinden. Damals gingen zwei Drittel des Umsatzes sowie drei Viertel des Gewinns verloren. Die Gesellschaft verfügte damals, kurz vor dem Beginn der Finanzkrise, über freie Mittel in der Höhe von 600 Mio. Fr. Lange Zeit wurde geprüft, welche Akquisitionen sinnvoll wären. Letztlich entschied sich das Management für den Kauf der ehemaligen Alusuisse-Tochter Alcan Composites von Rio Tinto. Das Konzept von leichten Verbundkonstruktionen ist heute im Bereich 3A Comzusammengefasst. posites Neuausrichtung von Schweiter hat Heinz O. Baumgartner als CEO ab 2008 wesentlich geprägt.

Herr Baumgartner, welches Gewicht hat der Bereich 3A Composites heute im Unternehmen?

Über 90% des Umsatzes werden in diesem Segment erzielt. Die Sparte ist in vier Bereiche unterteilt. Das Kernmaterialgeschäft umfasst Schaumstoffe und vor allem die Herstellung und die Verarbeitung von Balsaholz. Wir entwickeln und bauen Sandwichstrukturen für Windräder und hochwertige Aluminiumfassaden für die Bauindustrie. Im Segment Display produzieren wir Paneelen für Werbung, Kommunikation sowie den Ladenbau. Für die Bahn- und Busindustrie liefern wir Leichtbau-Sandwichlösungen. Stadler Rail ist da zum Beispiel ein Kunde von uns.

Im Bereich Display werden 48% des Umsatzes erzielt. Ist dieses Segment ein Massenmarkt oder ein Nischengeschäft?

Display ist ein Massenmarkt. Wir fertigen aber nur sehr hochwertige Produkte und bewegen uns damit in einer Nische.

Mit Polycasa ist perfekte Ergänzung gelungen

Wie ist Schweiter in diesem Geschäft international positioniert?

Dank der Übernahme von Polycasa im letzten Jahr, einem der grössten Hersteller von transparenten Kunststoffen, haben wir uns in Europa noch besser positioniert.

Wie hoch ist der Marktanteil von Schweiter in diesem Bereich?

Das ist schwierig abzuschätzen. Je nach Bereich verfügen wir über einen Marktanteil von 5 bis 25%. Sehr gut positioniert sind wir zum Beispiel mit dem Bereich PVC in Europa.

Gibt es Segmente, die Ihnen im Portfolio noch fehlen?

Mit der Akquisition von Polycasa ist uns eine perfekte Ergänzung zu unserem Geschäft gelungen. Es gibt noch weitere Nischen die wir organisch oder über Zukäufe schliessen können.



CEO Heinz O.Baumgartner will Architekten für Alucobond begeistern.

Mit einem Umsatzanteil von 22% ist Architektur das zweitgrösste Segment. Was zählt alles zu dieser Sparte?

Wir entwickeln und produzieren im Wesentlichen hochwertige Fassadenelemente aus Aluminium. Die dahinterliegende Sandwichkonstruktion ist, je nach Anforderung, schwer oder gar nicht brennbar. Unsere Marke Alucobond ist im Markt ein international renommierter Brand.

Ist dieser Bereich abhängig von grossen Projekten wie zum Beispiel Flughäfen?

Für grosse Infrastrukturprojekte, gerade im Nahen Osten und Asien, aber

auch für spezielle Architekturbauten kommen unsere Produkte zum Einsatz. Solche Projekte sind entscheidend für die Reputation sowie die Vermarktung des Brand. Ein wesentlicher Teil des Umsatzes wird aber auch durch unsere Alucobond-Distributoren generiert.

Ein weiterer Bereich von Schweiter sind die Kernmaterialien. Was umfasst dieses Segment?

Die Nutzung von Balsaholz ist da sicher zentral. In dieser Sparte sind wir weltweit der grösste Anbieter. Wir sind auch gut positioniert mit unserem Pet-Schaum. Da haben wir vor zwei Jahren ein neues Produkt lanciert. Wir sind in diesem Segment daran, die Abhängigkeit von der Windenergie zu reduzieren.

Sie erwähnen die Windenergie. Wie schätzen Sie die Zukunft dieser Sparte ein?

Die Windenergie entwickelt sich immer mehr zu einer reifen Industrie. Wir gehen davon aus, dass sich die zyklischen Ausschläge in der Nachfrage in diesem Sektor abflachen. In der Kundenstruktur erwarten wir eine gewisse Konsolidierung.

PNG Balsa verkürzt Lieferweg nach China

Letztes Jahr hat Schweiter PNG Balsa übernommen. Was war die Motivation?

PNG Balsa firmiert in Papua-Neuguinea. Damit können wir die Abhängigkeit von unserem Hauptproduktionsort Ecuador reduzieren. PNG verkürzt zudem den Lieferweg nach China.

Warum ist Balsa so wichtig für die Industrie?

Die Qualitäten von Balsaholz sind mit synthetischen Materialien kaum zu kopieren. Wir haben vor zwei Jahren einen namhaften Betrag in eine Schälanlage investiert, dank der das Rohmaterial eines Balsabaums besser genutzt werden kann. Doch unsere Bemühungen gehen weiter. Wir wollen auf unseren Plantagen den gesamten Lebenszyklus der Balsabäume optimieren, vom Samen bis zum fertigen

«Textil erreicht hohe Profitabilität...»

Baum. Das gute Image des grünen Produkts Balsa hilft uns für viele neue Anwendungen.

Wie sehen Sie das Wachstum und die Profitabilität im Bereich Balsa?

Wir erreichen heute schon attraktive Margen in diesem Segment. Dank neuen Anwendungsmöglichkeiten mit Balsa hoffen wir auf eine Ausweitung der Profitabilität.

Das kleinste Segment ist Transport & Industrie. Wie sieht Schweiter die Zukunft in diesem Bereich?

Dank unseren Kompetenzen in Design und Engineering verfügen wir in dieser Sparte über eine grosse Nähe zum Endanwender. Weil unsere Kunden grossen Veränderungen unterworfen sind, ist dieses Geschäft auch für uns eine Herausforderung. Aus strategischen Überlegungen haben wir entschieden, unsere Aktivitäten am Standort Schweiz primär auf die Bereiche Engeenering und Vermarktung zu konzentrieren. In der Produktion dagegen optimieren wir die Kosten. Aus diesem Grund haben wir in Polen investiert.

Der Umsatz des Textilbereichs beträgt 8 %. Hat dieses Segment noch eine Zukunft im Schweiter-Konzern?

Das Geschäft mit Textilmaschinen weist über die Zyklen hinweg kein Wachstum auf. Das natürliche Wachstum wird kompensiert durch Preiserosion. Wir erzielen in diesem Geschäft aber nach wie vor die höchste relative Profitabilität. Dank unserer ausgezeichneten Marktposition wird diese Sparte auch in Zukunft einen attraktiven Cashflow liefern.

Wer unser Produkt kauft, kauft das Original

Wie unterscheidet sich Schweiter von der Konkurrenz, was machen Sie besser?

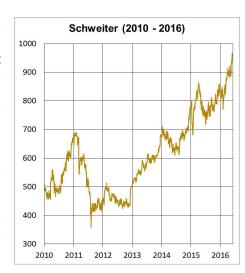
Wenn jemand unsere Produkte kauft, dann kauft er das Original. Jeder kann irgendwie ein vergleichbares Produkt herstellen. Wenn jemand kopiert, dann kann er über die Zeit maximal gleich gut werden. Bis dahin haben wir unsere Produkte dank Innovationen bereits wieder verbessert. Das ist der zentrale Unterschied zu unserer Konkurrenz.

Könnte in der Zukunft wieder ein drittes Standbein über eine Übernahme aufgebaut werden?

Ich glaube eher nicht. Wir haben in unserem Stammgeschäften genügend Möglichkeiten das Angebot auszubauen. Aus dieser Sicht wäre es wenig sinnvoll etwas Neues aufzubauen.

Warum soll der Anleger in Schweiter investieren?

Wer in Schweiter investiert, beteiligt sich an einem Unternehmen, das keine



Kapriolen veranstaltet. Wir haben eine gewisse Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit auf dem Finanzmarkt erlangt. Das ist darauf zurückzuführen, dass wir unser Portfolio mit Augenmass weiterentwickeln. Das zeigt sich auch in den Akquisitionen. Man muss bei jedem möglichen Zukauf bereit sein, ein Geschäft zu verlieren. Das hat mit Disziplin zu tun – sich links und rechts nicht von kurzfristigen Verlockungen ablenken zu lassen. Das sind zentrale Elemente, die auch ein Investor wahrscheinlich honoriert.

Interview: Erich Fischer

Rieter Fischer Partners

Rieter Fischer Partners AG

Freigutstrasse 6 8002 Zürich

info@rf-partners.ch www.rf-partners.ch





Erich Fischer

★ +41 43 305 07 22
erich.fischer@rf-partners.ch

Die Informationen in diesem Newsletter stellen weder Entscheidungshilfen für wirtschaftliche, rechtliche oder andere Fragen noch eine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Anlageinstrumenten dar. Die Richtigkeit, Zuverlässigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in diesem Newsletter werden weder ausdrücklich noch stillschweigend zugesichert oder garantiert. Meinungen und Äusserungen von interviewten Personen müssen nicht unbedingt mit der Meinung von Rieter Fischer Partners AG übereinstimmen. Dieser Newsletter begründet kein Rechtsverhältnis zwischen Rieter Fischer Partners AG und dem Leser. Wer aufgrund dieses Newsletters Entscheide irgendwelcher Art trifft, tut dies auf eigenes Risiko und in eigener Verantwortung. Die Informationen in diesem Newsletter richten sich nicht an Personen, welche dem Recht eines Staates unterworfen sind, der die Distribution oder Nutzung der Informationen in diesem Newsletter verbietet. Dieser Newsletter untersteht schweizerischem Recht. Gerichtsstand ist Zürich, Schweiz.