

Marktkommentar

Consumer Trends Report 2023: Fokus auf Gesundheitsthemen und nachhaltigen Konsum

Verbrauchergesundheit und nachhaltigen Konsum sollten Anleger im Jahr 2023 im Blick behalten, meinen Jack Neele und Richard Speetjens. Die beiden Portfolio-Manager vom Asset Manager Robeco erklären, warum sie diese Themen in ihrem Global Consumer Trends-Fonds höher gewichtet haben und warum sie erhöhte Bewertungen für bestimmte Unternehmen für gerechtfertigt halten.

Rotterdam, 21. Februar 2023 – Eine alte Börsenweisheit besagt: Bullenmärkte gehen nicht an Altersschwäche zugrunde, sondern an der Geldpolitik. Das hat sich in den vergangenen Monaten erneut bestätigt. Anfängliche Hoffnungen, dass der Inflationsschub nur vorübergehender Natur sei, schwanden rasch. Die Inflationsraten gingen steil nach oben und die beschleunigte Teuerung erwies sich hartnäckiger als gehofft. Die US-Notenbank musste ihre Leitzinsen drastisch anheben, und auch die Europäische Zentralbank (EZB) zog nach. Die globalen Aktienmärkte verkrafteten das Tempo und Ausmaß der Zinserhöhungen nicht. Es kam zu Kursrückgängen von fast 20 Prozent, Wachstumsaktien, die zuvor auf erhöhten Bewertungsniveaus gehandelt wurden, verloren gar nahezu ein Drittel ihres Werts. Am stärksten betroffen waren Titel aus zyklischen Sektoren wie Nicht-Basiskonsum sowie Technologie und Kommunikationsdienste. Was ist 2023 und darüber hinaus im Blick zu behalten?

Verbrauchergesundheit und nachhaltiger Konsum im Fokus

Wir haben die Gewichtung von Themen wie Verbrauchergesundheit erhöht und sind zudem zuversichtlich für Unternehmen, die Kunden nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen bieten.

Im Bereich Verbrauchergesundheit sind verbesserte Lösungen im Zusammenhang mit Körpergewicht, Dermatologie und Sehkraft aus drei Gründen treibende Kräfte. Erstens stoßen kürzlich zugelassene wirkungsvolle Medikamente zur Gewichtsabnahme auf Interesse bei Verbrauchern, Medizinern und Gesundheitsanbietern. Zweitens leben fünf Milliarden Menschen mit schlechter oder korrigierter Sehkraft, Tendenz steigend. Dies bietet Unternehmen, die sich mit Sehkorrekturen befassen, beträchtliche Möglichkeiten. Drittens gewinnen Dermokosmetika durch ihre Wirksamkeit sowie geschickter Vermarktung an Beliebtheit. Seit der Corona-Pandemie kümmern sich Verbraucher aktiver um ihre Gesundheit und ihr Wohlergehen. Diese Trends werden auch durch demografische Entwicklungen unterstützt: Laut McKinsey geben „Millennials“ und die „Generation Z“ in den USA sechs bis sieben Prozent mehr aus für Wellnessprodukte und -dienstleistungen als der Durchschnittsverbraucher.

Verbraucherinteresse an Medikamenten zur Gewichtsabnahme

Das Interesse von Verbrauchern an Medikamenten zur Gewichtsreduktion könnte im Jahr 2023 deutlich wachsen, da unter anderem der Krankenversicherungsschutz erweitert und die Produktverfügbarkeit verbessert wird. Adipositas, eine schwere Form des Übergewichts, wird mit über 200 gesundheitlichen Komplikationen wie Diabetes-Typ-2 in Verbindung gebracht und belastet die globalen Gesundheitssysteme erheblich. Weltweit sind schätzungsweise 750 Millionen Menschen stark übergewichtig. Die Behandlung von Erkrankungen im Zusammenhang mit Adipositas kostet Schätzungen zufolge in den OECD-Ländern jedes Jahr 425 Mrd. US-Dollar. Die Kostenträger des Gesundheitswesens (Einzelpersonen, Arbeitgeber oder Regierungen) haben also einen

Marktkommentar

Anreiz, die Häufigkeit von Adipositas beispielsweise mit Hilfe neuartiger Arzneimittel zu verringern. Aktuell werden nur etwa zwei Prozent der Betroffenen mit speziellen Medikamenten behandelt. Die Nachfrage nach Medikamenten zur Gewichtsabnahme in den sozialen Medien und bei Google-Suchen nimmt ebenfalls zu.

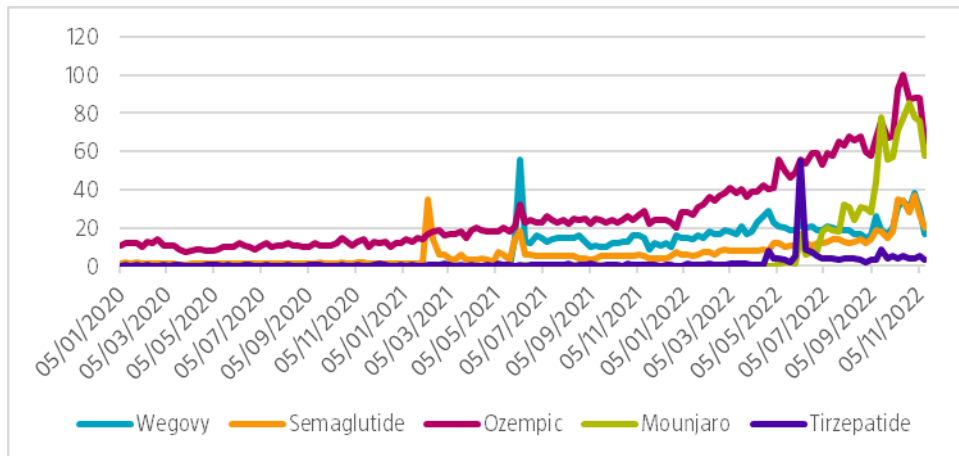


Abbildung 1: Interesse an neuen Medikamenten zur Gewichtsabnahme und gegen Diabetes bei Google-Suchen
Quelle: Google; Stand: 2022.

Fünf Milliarden Menschen benötigen Produkte und Dienstleistungen im Bereich Sehkorrektur

Unternehmen, die Behandlungen gegen Sehschwäche anbieten, verfügen über erhebliche Wachstumschancen. Dafür spricht die schiere Zahl an Menschen, die Sehkorrekturen benötigen, um in ihrem Alltag uneingeschränkt zurechtzukommen. Etwa 2,7 Milliarden Menschen leben mit unkorrigierter Sehschwäche und weitere zwei Milliarden mit korrigierter Sehkraft und benötigen regelmäßig neue Brillen oder Kontaktlinsen: wenn sich ihre Sehkraft ändert, die Produkte abgenutzt sind, bessere Technologien auf den Markt kommen oder sich ihr Modegeschmack ändert. Ein kleiner Prozentsatz der insgesamt 4,7 Milliarden Menschen wird sich einer Augenoperation unterziehen. Die Ausstattung dafür wird von einigen wenigen hoch spezifizierten Unternehmen bereitgestellt. Die künftige Zunahme an Menschen, die eine Sehkorrektur benötigen, wird durch das sich ändernde Verbraucherverhalten angetrieben wie zunehmende Bildschirmarbeit oder demografische Trends; zum Beispiel die Überalterung der Bevölkerung sowie das Bevölkerungswachstum in Asien, wo Kurzsichtigkeit häufiger vorkommt.

Hervorzuheben sind die Wachstumschancen für Unternehmen in zwei Bereichen: Kurzsichtigkeit und Schutz vor Sonnenlicht. So könnte der Prozentsatz der Menschen, die kurzsichtig sind, laut Prognosen des Brien Holden Vision Institute von derzeit 33 auf 40 Prozent im Jahr 2030 und 52 Prozent im Jahr 2050 oder fast fünf Milliarden Menschen steigen (Abbildung 4). Zweitens mangelt es rund sechs Milliarden Menschen an einem guten Schutz vor Sonnenlicht, wodurch ihre Augen geschädigt werden. In einigen Ländern wie Australien erstatten Krankenversicherer Verbrauchern bereits die Kosten für Sonnenbrillen.

Marktkommentar

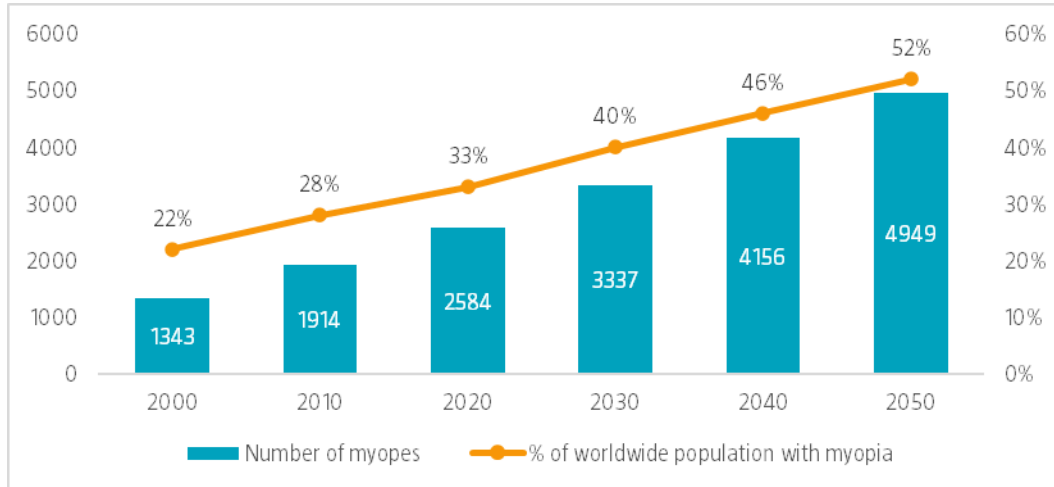


Abbildung 2: Häufigkeit von Kurzsichtigkeit Quelle: Brien Holden Vision Institute, 2016.

Dermokosmetika verbinden den Wunsch nach Schönheit mit Gesundheit

Auf TikTok klärt der „DermDoctor“, ein praktizierender Dermatologe mit einem medizinischen Abschluss und 17 Millionen Followern, regelmäßig über die Grundlagen von Dermatologie und Hautpflege auf. Die Umsätze von dermokosmetischen Produkten wachsen um rund zehn Prozent pro Jahr – das Doppelte des Wachstums des Markts für Schönheitsprodukte insgesamt, wozu Influencer wie der DermDoctor beitragen. Das Wachstum resultiert vor allem daraus, dass diese Produkte von Pharmazeuten und Dermatologen entwickelt werden und eine Lösung für ein bestimmtes Hautproblem wie Ekzeme oder Akne bieten. Da diese Produkte häufig deutlich sichtbare Unvollkommenheiten der Gesichtshaut behandeln, stehen sie auch in enger Verbindung mit dem Schönheitsbedürfnis der Konsumenten. Empfehlungen durch Mediziner und ein leistungsfähiger Vertrieb über Apotheken lassen die profitable Produktkategorie mit hoher Kundenbindung rapide wachsen.

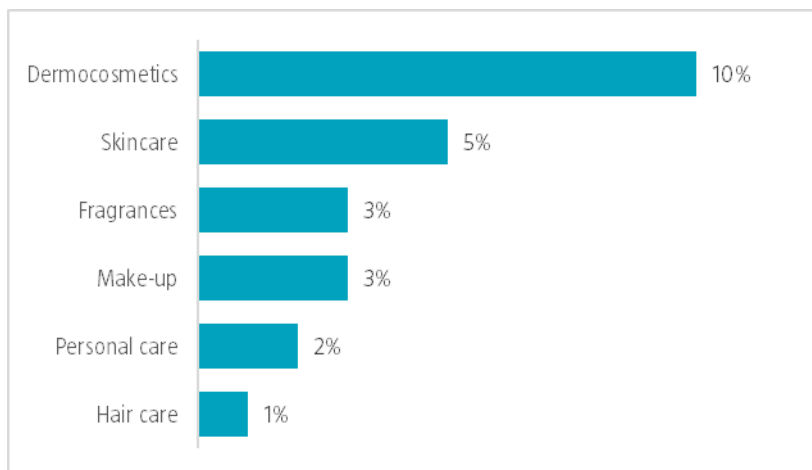


Abbildung 3: Segmente der Schönheitsbranche – prognostiziertes Wachstum p.a. Quelle: Unternehmensergebnisse, Schätzungen von Robeco, 2023.

Marktkommentar

Wiederaufleben des nachhaltigen Konsums, Interesse in verschiedenen Segmenten

Über ihr eigenes Wohl hinaus wünschen immer mehr Verbraucher, dass ihre Entscheidungen auch für den Planeten nachhaltig sind. In den letzten Jahren haben gesellschaftliche Stimmung, technologischer Fortschritt und ökonomische Ratio jeweils einen entscheidenden Punkt erreicht, ab dem nachhaltig produzierte Güter und Dienstleistungen den Vorzug erhalten. Wir sehen auf Jahre hinaus eine Chance für innovative Unternehmen, in einem breiten Spektrum von Segmenten - darunter Automobile, Bekleidung, Lebensmittel und Energie -, die den Verbrauchern Lösungen anbieten, die nicht nur nachhaltig, sondern auch wettbewerbsfähig sind.

Der Markt für nachhaltig produzierte Güter war einst auf Naturliebhaber und junge Idealisten beschränkt. Inzwischen hat er sich über Generationen, Länder und politische Lager hinweg ausgedehnt. Gemäß dem Global Consumer Confidence Survey des Conference Board ist es für 85 Prozent der „Millennial“-Generation extrem wichtig oder sehr wichtig, dass Unternehmen umweltfreundliche Programme umsetzen. Die Angehörigen der Generation Z und X drücken mit 80 beziehungsweise 79 Prozent ein ähnliches Maß an Unterstützung von Umweltzielen aus. Bemerkenswert ist, dass auch die älteren Generationen das Ziel unterstützen. So sprechen sich rund zwei Drittel der Ruheständler ebenfalls stark für Umweltprogramme von Unternehmen aus. Nach einer Umfrage von Morning Consult schätzen sogar in den politisch geteilten USA 76 beziehungsweise 82 Prozent der Bürger Wind- beziehungsweise Solarenergie positiv ein. Diese positive Einstellung der Öffentlichkeit zu Umweltbelangen wurde im vergangenen Jahr durch die Verabschiedung des US Inflation Reduction Act (IRA) unterstrichen. Das Gesetz stellt fast 394 Milliarden US-Dollar zur Förderung von erneuerbaren Energien, Elektrofahrzeugen, der damit verbundenen Produktion und anderen Umweltprogrammen bereit.

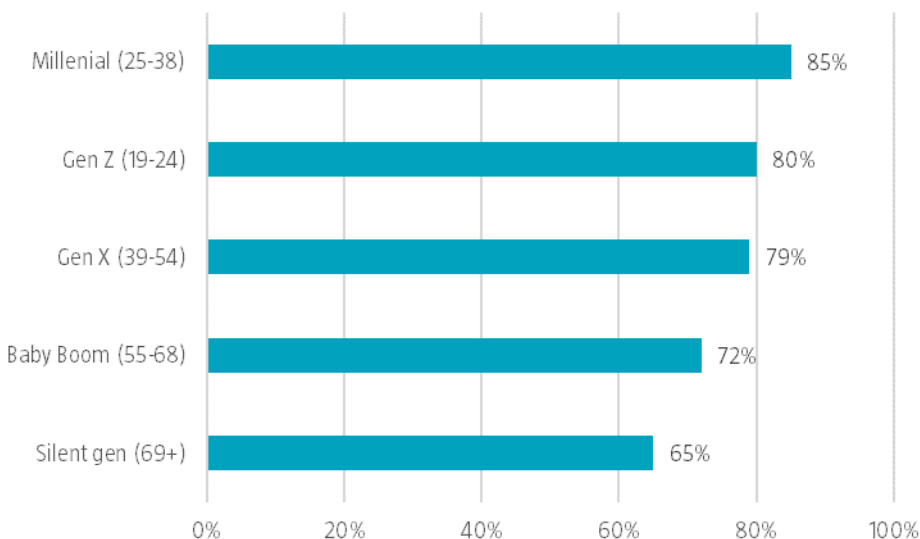


Abbildung 4: Prozentanteil der Verbraucher, welche die Umsetzung von umweltfreundlichen Programmen durch Unternehmen für extrem oder sehr wichtig halten Quelle: The Conference Board, Nielsen, Bernstein Research

Marktkommentar

Ausgeprägte Trends, noch am Anfang der Durchsetzung

Oft klafft eine Lücke zwischen den erklärten Präferenzen der Verbraucher und ihrem Ausgabenverhalten. Dennoch zeigt die Zunahme bei den Verkäufen von Elektrofahrzeugen und der Installation von Solaranlagen, dass Interessen und Maßnahmen unter den richtigen Bedingungen übereinstimmen können. In den letzten fünf Jahren ist der Absatz von batterieelektrischen Pkw um durchschnittlich 61 Prozent pro Jahr gestiegen. Im gleichen Zeitraum sind die Verkäufe von Autos mit Verbrennungsmotor um durchschnittlich fünf Prozent jährlich gesunken.

Hervorzuheben ist, dass im Jahr 2022 trotz anhaltender Halbleiterknappheit nach Schätzungen von Bloomberg New Energy Finance (BNEF) die Verkäufe von batterieelektrischen Autos gegenüber dem Vorjahr um zwei Drittel auf 7,6 Millionen gestiegen sind. Das entspricht 9,4 Prozent des Weltmarkts. Unterdessen ist die Stromerzeugung aus Wind- und Sonnenenergie mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 15,3 Prozent jährlich zehnmal schneller gestiegen als die gesamte Stromproduktion in den letzten fünf Jahren. Schätzungen von BNEF zufolge erreichten diese erneuerbaren Energiequellen im vergangenen Jahr einen Gesamtanteil an der globalen Stromerzeugung von 12,7 Prozent. Bis 2030 sollen sie mehr als ein Viertel des Markts ausmachen.

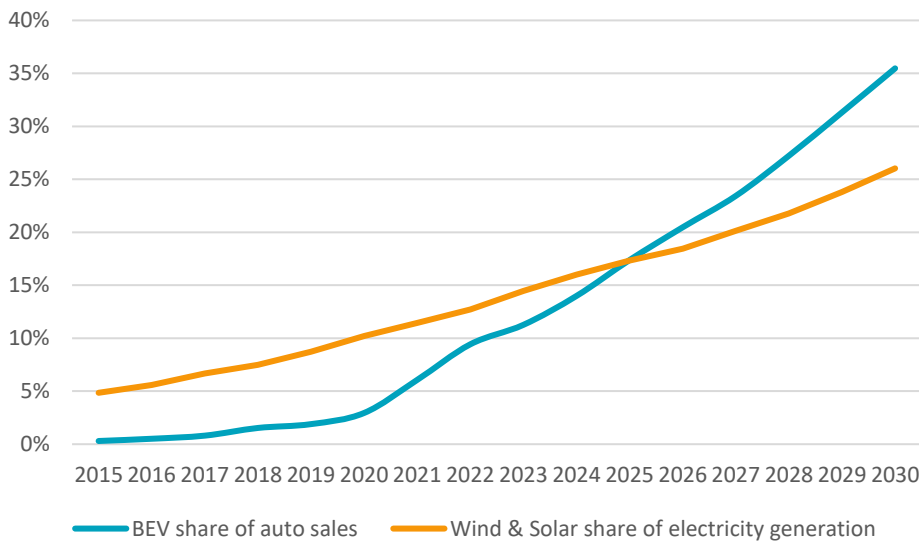


Abbildung 5: Anteil von Batterie-Elektroautos an den Pkw-Verkäufen und Gesamtanteil von Wind- und Solarenergie an der Stromerzeugung (weltweit) Quelle: Bloomberg New Energy Finance, 2022

Wirtschaftlichkeitsaspekte begünstigen zunehmend Käufe nachhaltiger Güter

Dank technologischen Fortschritts, neuer Geschäftsmodelle und neuer Subventionsprogramme sind Elektrofahrzeuge und erneuerbare Energien zunehmend nicht nur die klimafreundlichste, sondern auch die wirtschaftlichste Wahl für die Verbraucher. In den letzten zehn Jahren sind die Stromgestehungskosten bei erneuerbaren Energien beträchtlich gesunken. So gingen die Kosten von Solar- und Windenergie (ohne Subventionen) nach Angaben von Lazard um 77 bzw. 46 Prozent zurück. Zusammen betrachtet liegen die Durchschnittskosten der Solar- und Windstromproduktion auf Versorgungsebene um 39 bzw. 67 Prozent unter den

Marktkommentar

Kosten bei Gas und Kohle. Auch wenn der Kaufpreis eines Batterie-Elektroautos nach wie vor höher ist als der eines vergleichbaren Wagens mit Verbrennungsmotor, liegen die jährlichen Betriebskosten um fast 30 Prozent niedriger, da die Kraftstoffkosten (Strom) und die Wartungskosten (weniger bewegte Teile) niedriger sind.

Zwar spielen Umweltaspekte und soziale Werte nach wie vor eine Rolle bei der Motivation der Verbraucher, nachhaltig einzukaufen, doch die Qualität steht an erster Stelle. Laut einer von First Insight und der Wharton School der University of Pennsylvania durchgeführten Umfrage aus dem Jahr 2022 nannten 29 Prozent der Verbraucher die Qualität als wichtigsten Faktor für die Bevorzugung nachhaltiger Produkte. Handwerkliche Qualität und Haltbarkeit erreichten einen beinahe genauso hohen Stellenwert. So gab ein Viertel der Verbraucher diese Eigenschaften als Hauptgrund für den Erwerb nachhaltiger Produkte an. Die Haltbarkeit eines Produkts ist wahrscheinlich der entscheidende Aspekt dafür, dass 68 Prozent der Teilnehmer an der Umfrage von First Insight angaben, mehr für ein nachhaltiges Produkt zu zahlen bereit zu sein. Eine ähnliche Tendenz ist am Markt für Luxusgüter zu beobachten. Dort besitzen hochwertige Automobile, Handtaschen und Uhren einen wesentlich höheren Wiederverkaufswert als Produkte für den Massenmarkt. Die längere Nutzungsdauer gut verarbeiteter Produkte leistet einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft, da weniger Abfall anfällt und die Nachfrage nach natürlichen Ressourcen gesenkt wird.

Auch neue Geschäftsmodelle tragen dazu bei, dass die Vorteile der Kreislaufwirtschaft nicht mehr auf den Markt für Luxusgüter beschränkt sind. Neue Marktplätze wie ThredUp und Vinted nutzen die umfangreiche Infrastruktur und die Zahlungssysteme, die zur Unterstützung des traditionellen elektronischen Handels entwickelt wurden, und bringen den vollgestopften Secondhand-Laden ins digitale Zeitalter. Obwohl Vinted mit Sitz in Litauen mehr als 75 Millionen registrierte Nutzer in 18 Ländern hat, kratzt das Unternehmen nur an der Oberfläche des 860 Mrd. US-Dollar umfassenden globalen Bekleidungsmarktes.

Verbraucher stellt langfristige Perspektiven nicht infrage

Angesichts der Inflations- und Rezessionssorgen unter den Verbrauchern dürften die Preisaufschläge für nachhaltige Produkte und die Bereitschaft der Verbraucher, für gute Zwecke mehr zu zahlen, sinken. Laut dem „Global State of the Consumer Tracker“ von Deloitte ist der Anteil der Verbraucher, die in letzter Zeit ein nachhaltiges Produkt gekauft haben, von knapp der Hälfte im März 2022 auf 40 Prozent im September gesunken. Dabei waren die Kosten der wichtigste Faktor. Dennoch erhöht sich im Zuge der Entwicklung neuer Technologien die Qualität und die Preise sinken, was zur weiteren Verbreitung im Zeitverlauf beiträgt. Angesichts des enormen Marktpotenzials, wesentlicher und bereits erfolgter Fortschritte und der noch am Anfang stehenden Durchsetzung von Technologien wie erneuerbare Energien und Elektroautos sollte der Wandel hin zu nachhaltigem Konsum bei neuen Unternehmen, aber auch bei agilen etablierten Firmen über viele Jahre für Wachstum und Chancen sorgen.

Unter dem Strich halten wir an unserer Überzeugung fest: Langfristig ausgerichtete Investoren sollten sich auf hochwertige Unternehmen fokussieren, die über wertvolle immaterielle Vermögenswerte, geringe Kapitalintensität, hohe Margen und überdurchschnittliche Kapitalerträge verfügen. Firmen mit diesen Eigenschaften haben in der Vergangenheit überdurchschnittliche Erträge erzielt und gleichzeitig Schutz vor

Marktkommentar

Verluste in Phasen mit stärkeren Marktschwankungen geboten. Die Bewertungen sind auf langfristige Durchschnittswerte zurückgegangen, liegen aber noch über dem Marktdurchschnitt. Wir halten erhöhte Bewertungen für diese Unternehmen aufgrund der Qualität ihrer Geschäftsmodelle, ihres hohen Ertragswachstums und der Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit für gerechtfertigt.

Pressekontakt

public imaging

Sandra Landsfried / Julia Kramer / Jörg Brans

Goldbekplatz 3

22303 Hamburg

Tel. +49-(0) 40-401 999 - 16 / - 287 / - 31

E-Mail: : Sandra.Landsfried@publicimaging.de / Julia.Kramer@publicimaging.de / Joerg.Brans@publicimaging.de

Robeco – Corporate Communications

Marrika van Beilen, Senior PR & Communications Specialist

E-Mail: m.beilen@robeco.nl

Mobil: +31 6 25 70 0099

www.robeco.com

Über Robeco

Robeco ist ein reiner Asset Manager mit internationaler Ausrichtung, der 1929 gegründet wurde. Neben der Zentrale in Rotterdam verfügt das Unternehmen über 16 Niederlassungen weltweit. Robeco gehört seit 1995 zu den global führenden Anbietern im Bereich nachhaltiger Geldanlage. Durch die Integration von Nachhaltigkeitsresearch neben fundamentalen und quantitativen Analysen kann Robeco institutionellen und privaten Investoren eine umfangreiche Palette aus aktiven Anlagestrategien in zahlreichen Assetklassen anbieten. Zum 30.09.2022 verwaltete Robeco ein Vermögen in Höhe von EUR 173 Mrd., wovon EUR 164 Mrd. auf Anlagen mit ESG-Integration entfielen. Robeco ist ein Tochterunternehmen der ORIX Corporation Europe N.V. Weitere Informationen finden Sie unter www.robeco.com.