

VOLLE TASCHEN**Verdienen am Konsum-Boom**

Im Lockdown haben Verbraucher weltweit Unsummen wider Willen gespart. Mit der Öffnung dürfte ein historischer Konsumboom kommen. Daraus entstehen auch Chancen für Anleger. Das sind die größten Profiteure und aussichtsreichsten Fonds.

Von *Daniel Eckert, Holger Zschäpitz*



Aufgestaute Wünsche: Die Deutschen haben 142 Milliarden Euro über das „normale Maß“ gespart...

Copyright: Getty Images

Neinmal zum Mond und zurück, sieben Millionen Kilometer an aneinandergereihten Banknoten, so lange wäre die Strecke all des Geldes, das die Menschen in der Corona-Krise zusätzlich und teils wider

Willen gespart haben. Drei Billionen Dollar, also umgerechnet etwa 2,5 Billionen Euro, konnten während der Lockdowns nicht ausgegeben werden, zeigen Zahlen des Datendienstes Bloomberg. Sie liegen jetzt auf Giro- und Tagesgeldkonten und warten darauf, ausgegeben zu werden. Sobald die Kontaktbeschränkungen und Reiseverbote aufgehoben werden, könnten sich gewaltige Summen in den Konsum ergießen.

Die Welt steht wohl vor der größten Konsumwelle aller Zeiten. Das freut nicht nur Restaurantbesitzer, Reiseveranstalter und Luxusgüterhersteller, sondern bietet auch eine Riesenchance für Anleger. Wer jetzt einen Teil seines Ersparten in die richtigen Aktien steckt, kann von dem erwarteten Boom profitieren. „Es wird zu starken Nachholeffekten kommen. Die Leute werden schlichtweg alle Dinge nachholen, auf die sie während des Corona-Lockdowns verzichten mussten“, sagt Philipp Erler, Vermögensverwalter bei Böhke & Compagnie.

Um die Dimensionen zu verdeutlichen: Für die nicht konsumierten drei Billionen Dollar ließen sich zum Beispiel 38 Millionen Porsche Cayenne ordern. Das britische Wirtschaftsmagazin „The Economist“ hat den Konsumstau mit der Situation nach dem Zweiten Weltkrieg verglichen. Im Jahr 1943 habe die US-Automobilindustrie nur 139 Wagen verkauft. Zwei Jahre später endete der Krieg, und die Amerikaner fielen in einen Konsumrausch. Schon 1950 wurden mehr als acht Millionen Pkw ausgeliefert.

In der Corona-Krise haben die Konsumenten rund um den Globus sechs Billionen Dollar auf die hohe Kante gelegt. Die Hälfte davon waren eben die Summen, die zwangsweise aufgelaufen sind, weil Menschen nicht reisen konnten und zu Hause bleiben mussten. Das ist ohne historische Präzedenz in Friedenszeiten. Normalerweise können die Verbraucher in einer Krise gar nicht so viel sparen, weil sie in Kurzarbeit geschickt werden oder der Job ganz gestrichen wird. Doch die Regierungen im reichen Teil der Welt haben während der Pandemie fünf Prozent ihrer Wirtschaftsleistung für Arbeitslosenunterstützung, Kurzarbeitergeld oder Konjunkturschecks ausgegeben. Als Folge davon hatten viele Konsumenten unter dem Strich mehr Geld zur Verfügung.

Die größte Summe hat sich auf den Konten der sonst konsumfreudigen Amerikaner angesammelt: 1,5 Billionen Dollar. Das entspricht 7,2 Prozent der Wirtschaftsleistung. Bei Spaniern, Japanern, Briten und Franzosen beläuft sich die finanzielle Feuerkraft auf mehr als fünf Prozent der Wirtschaftsleistung. Die Deutschen haben 142 Milliarden Euro über das „normale Maß“ gespart. Das sind gut vier Prozent des hiesigen Bruttoinlandsprodukts.

Luxus- und Modemarken könnten gewinnen

„Welche Summe die Verbraucher auf den Kopf hauen, lässt sich schwer sagen. Aber amerikanische Daten zu den Stimulus-Checks zeigen, dass rund 40 Prozent des Geldes in den Konsum laufen“, sagt Jack Neele, Fondsmanager bei der Investmentgesellschaft Robeco. Nimmt man diesen Anteil als Maßstab, könnte die weltweite Konsumwelle auf gewaltige 1,2 Billionen Dollar anwachsen, was die Gewinne von Konsum-, Reise- und Luxusunternehmen treiben dürfte. „China ist ein gutes Beispiel dafür, wie das Wachstum von Volkswirtschaften quasi explodiert, sobald die Pandemie überwunden ist“, sagt Frank Wieser, Geschäftsführer vom Vermögensmanagement PMP in Düsseldorf. Die Tendenz, „sich etwas zu gönnen“, sei sehr ausgeprägt. Gleichzeitig habe aber die Pandemie auch ein neues Bewusstsein für Nachhaltiges und Wertiges geschaffen. Für den Vermögensverwalter Nicolas Pilz könnten Luxushersteller doppelt profitieren. „Luxus profitiert ebenfalls von der Reisetätigkeit, geöffneten Flughäfen und Menschen, die im Urlaub gut gelaunt mehr Geld ausgeben als im Onlineshop während des Lockdowns“, sagt der Geschäftsführer der Societas Vermögensverwaltung in Düsseldorf. Zu seinen Favoriten im Sektor zählen die Konzerne LVMH und Kering.

Profitieren vom Konsumboom

Fonds	Wertentwicklung in Prozent		Jährliche Gebühren in Prozent	WKN
	1 Jahr	3 Jahre (pa)		
Invesco Global Consumer Trends	101,0	21,6	1,5	974035
Amundi S&P Global Luxury ETF	71,8	18,3	0,25	A2H564
Robeco Global Consumer Trends	50,6	20,6	1,5	A0CA0W
Xtrackers MSCI World Consumer Staples ETF	8,9	7,3	0,25	A113FG

Einzeltitle

- Constellation Brands
- Davide Campari-Milano
- Estée Lauder
- Hennes & Mauritz
- Hilton Worldwide Holdings
- Lululemon Athletica Inc.
- LVMH
- Mastercard
- Shiseido
- Visa
- Walt Disney

WELT

Copyright: Infografik WELT

Die Buchstaben LVMH stehen für Louis Vuitton Moët Hennesy. Dahinter verbirgt sich ein Imperium von knapp 70 Luxus-Labels, etwa die Wodka-Marke Belvedere, die Modemarken Givenchy und Marc Jacobs sowie der Kofferhersteller Rimowa. Auch die Uhrenmarken Tag Heuer und Hublot sowie der Edel-Juwelier Tiffany gehören zu dem Konzern. LVMH ist gemessen am Börsenwert der größte Konzern Europas, hat unter den gegebenen Vorzeichen aber das Potenzial, weiter zu wachsen. In dieser Woche hat das Unternehmen ein weiteres Rekordhoch an den Börsen markiert.

Ähnlich gut läuft es für Kering. Zum Konzern gehören Luxusmarken wie Gucci, Saint Laurent, Brioni oder Dodo. Mit einem Kurswert von fast 600 Euro gehört das Papier des französischen Konzerns zu den optisch teuersten Aktien auf dem europäischen Kurszettel. Doch auch hier lässt die Geschäftsentwicklung mehr erwarten. Optimisten trauen den Unternehmen in den nächsten Monaten einen Anstieg auf 700 Euro zu, das wäre immerhin ein Anstieg um mehr als ein Sechstel.

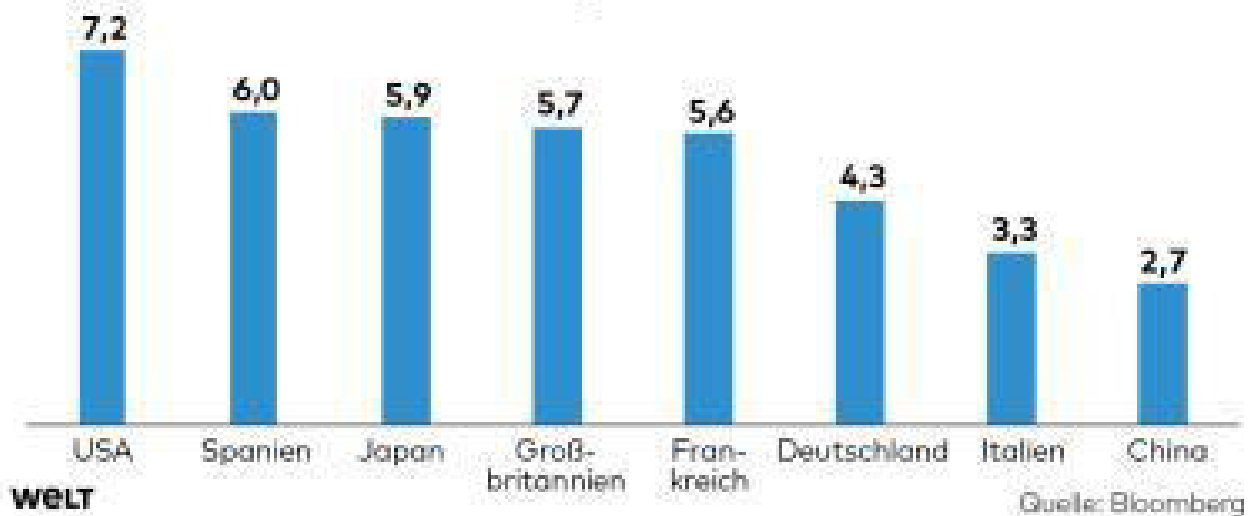
Die beiden Titel, Kering und LVMH, finden sich auch auf der Kaufliste von Anlageprofi Erler, der zudem Chancen für den deutschen Mode-Ausstatter Hugo Boss sieht. Unter den Favoriten der Profis befinden sich aber auch Estée Lauder oder Shiseido, Anbieter hochwertiger Kosmetikprodukte. In beiden Fällen gehen die Überlegungen dahin, dass die Menschen nach dem Ende von Lockdown und Homeoffice künftig besonderen Wert auf ihre äußere Erscheinung und ihr persönliches Wohlbefinden legen.

Mit Fonds auf den Boom setzen

Doch auch der Alltagskonsum könnte profitieren. „Die Menschen werden wieder versuchen, ein weitgehend normales Leben nach den bekannten Mustern zu führen und so konsumieren und reisen, wie sie es gewohnt sind“, vermutet Dyrk Vieten, Sprecher der Geschäftsführung bei Ficon Vermögensmanagement in Düsseldorf. Analysten sehen hier vor allem für die Modekette H&M Aufholpotenzial, deren Geschäft unter den Schließungen besonders gelitten hat. Anders als die High-End-Luxusmarken notiert der Titel an der Börse noch 40 Prozent unter Höchststand. Die Schweden setzen darauf, dass die Kundschaft ihnen nach Ende des Lockdowns die Türen einrennt.

Aufgestauter Konsum in den Ersparnissen

in Prozent der Wirtschaftsleistung



Ob Alltags- oder Luxuskonsum: Wenn Menschen wieder mehr verreisen und einkaufen, werden wohl auch die Kreditkartenfirmen Visa und Mastercard ihren Schnitt machen. „Das margenstärkste Geschäft machen die beiden Zahlungsdienstleister mit Reisenden, die jenseits der heimischen Grenzen die Kreditkarte zücken“, sagt Fondsmanager Neele. Auch Hersteller von Bier und Alkoholika stehen auf der Kaufliste der Experten. Gut positioniert für die Öffnung erscheinen Amerikas größter Alkoholproduzent Constellation Brands und der italienische Spirituosenspezialist Davide Campari-Milano.

Wer in den Konsumboom gebündelt investieren will, kann auf zahlreiche Fonds setzen. Der Amundi S&P Global Luxury ETF enthält sämtliche Luxuskonzerne. Weniger exklusiv ist der Xtrackers MSCI World Consumer Staples ETF, der auf den Alltagskonsum ausgerichtet ist. Auf veränderte Konsumtrends spezialisiert sind Neeles Robeco Global Consumer Trends sowie der Invesco Global Consumer Trends. Und wenn eines klar ist, dann das: Drei Billionen Dollar werden neue Trends schaffen.

© Axel Springer SE. Alle Rechte vorbehalten

Ausgabe vom 14. März 2021

© WeltN24 GmbH. Alle Rechte vorbehalten