

S&H Globale Märkte setzt erfolgreich auf Dividendentitel

(Mynewsdesk) Hannover/Schortens, 08. April. Unter Anlegern genießt Warren Buffet weltweit Kultstatus. Legendär ist sein Satz: ?Ich kaufe nur Aktien von Unternehmen, deren Produkte ich auch verstehe.? In den vergangenen Jahrzehnten war das sogenannte ?Orakel von Omaha? damit äußerst erfolgreich. Der Wert einer einzigen Aktie seiner Holdinggesellschaft Berkshire Hathaway hat sich allein in den letzten fünf Jahren von rund 70.000 Euro auf 133.000 Euro nahezu verdoppelt. Nur in Unternehmen investieren, deren Geschäftsmodell man versteht? diesen Ansatz verfolgt auch der Däne Jørn Linde Andersen, Fondsmanager des Nordea Global Value Fund. Der global anlegende Aktienfonds ist eine der Positionen im aktuellen Portfolio des Dachfonds S&H Globale Märkte (A0MYEG). ?Neben einem nachvollziehbaren Geschäftsmodell kommen für das Portfolio nur Unternehmen in Frage, die dank ihrer günstigen Bewertung langfristig gesehen ein überdurchschnittliches Potenzial besitzen. Weiterhin wichtig sind eine geringe Verschuldung, solide Bilanzen, stabile Erträge und natürlich hohe Dividenden?, erklärt Wilfried Stubenrauch, gemeinsam mit Stefan Hölscher Fondsmanager des S& amp; H Globale Märkte. Gemäß dem Value-Investment-Konzept werden mindestens zwei Drittel des Nettofondsvermögens vom Nordea Global Value in Aktien angelegt. Bis zu einem Drittel kann in Barmitteln oder Wertpapieren ohne Bezug zum Value-Investment-Konzept investiert werden. ?Hierzu zählen Aktien von sonstigen Unternehmen aus aller Welt, Anleihen und weitere Schuldinstrumente?, so Stubenrauch weiter. Andersen setzt bei seinen Zielinvestments vor allem auf starke Marken und investiert nur in Ländern, die er wirtschaftlich und politisch für stabil hält. ?Im Portfolio des Nordea Global Value befinden sich vierzig bis fünfzig Einzelwerte. [1] Zum Großteil handelt es sich dabei um Large und Mega Caps wie aktuell beispielsweise Pfizer, Merck & amp; amp; Co sowie Total. Aktuell investiert der dänische Fondsmanager vor allem in Positionen aus den USA, Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Bei den Branchen dominieren sowohl zyklische als auch anti-zyklische Konsumgüter, Gesundheit. Technologie und Energie?, führt Hölscher aus. & amp;nbsp; Auf Basis dieser Strategie verfügt der am 01.10.2003 aufgelegte Nordea Global Value über eine vergleichsweise niedrige Volatilität. ?Als Basisinvestment eignet sich der global anlegende Fonds für Portfolios, die auf langfristiges Kapitalwachstum ausgelegt sind. Aufgrund der Zielinvestments über verschiedene Länder und Branchen hinweg ergibt sich eine hohe Diversifikation?, schließt Hölscher.[1] Stand 31.01.2014 Weitere Informationen finden Sie unter www.sundh-fonds.de und www.faktwert.de Für weitere Informationen, Bildmaterial und Interviewtermine wenden Sie sich bitte an: Stubenrauch & Discher Fondsberatung GmbH& amp; nbsp; Büro Hannover & amp;nbsp; Stefan Hölscher & amp;nbsp; Hebbelstr. 3H & amp;nbsp; ?30177 Hannover & amp;nbsp; 0511-39 47 78 8 & amp;nbsp; stefan. hoelscher@sundh-fonds.de Stubenrauch & Hölscher Fondsberatung GmbH Büro Schortens Wilfried Stubenrauch Am Park 5 26419 Schortens 04461-9668 30 wilfried.stubenrauch@sundh-fonds.de gemeinsam werben Thomas Galla T 040-769 96 97 17 F 040-769 96 97 66 E th.galla@gemeinsam-werben.de gemeinsam werben Thomas Galla

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im gemeinsam werben .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung: http://shortpr.com/5ztvix

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

http://www.themenportal.de/vermischtes/s-h-globale-maerkte-setzt-erfolgreich-auf-dividendentitel-29320

Pressekontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services Ritterstraße -14 12 10969 Berlin

press-de@mynewsdesk.com

Firmenkontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services Ritterstraße -14 12 10969 Berlin

shortpr.com/5ztvix press-de@mynewsdesk.com

Als Agentur für Kommunikation verschaffen wir Unternehmen und ihren Produkten Öffentlichkeit. Dazu beraten wir strategisch und setzen das konsequent um von der ersten Idee bis zur Evaluation, ob Marketing, PR oder Vertrieb.