

## TITELSTORY

# Binnenmarkt nimmt Fahrt auf

*China-Aktien mit interessanten Geschäftsmodellen*

*Gastbeitrag von David Xie, Aktienanalyst bei der FIVV AG in Peking*

China Mobile, CNOOC und China Construction Bank sind Unternehmen, die über die chinesischen Landesgrenzen hinaus bekannt sind. Weniger gilt dies für drei Unternehmen, die mit ihren konzentrierten Produktportfolios am binnenwirtschaftlichen Boom in China überproportional profitieren dürften. Ob jetzt allerdings der richtige Kaufzeitpunkt ist, darf gewiss bezweifelt werden.

## Hengan International Group Saubere Sache

Der Konzern ist ein führender Anbieter von Hygieneprodukten des persönlichen Bedarfs. Seit 2005 ist Hengan Marktführer im Segment für Damenbinden und Taschentücher, bei Babywindeln liegt das Unternehmen auf Platz zwei. Als Folge der wachsenden verfügbaren Einkommen und des fortschreitenden Wandels in Richtung westlichen Lebenswandels ist der chinesische Markt für Produkte der täglichen Hygiene zuletzt nachhaltig gewachsen. Hengan profitierte entsprechend von diesem Trend der gewachsenen Konsumansprüche der Chinesen und ist in den fünf Jahren bis 2006 mit durchschnittlich 25% pro Jahr gewachsen – wohlgermerkt bei gleichzeitig gestiegener Profitabilität.

### Landesweit bekannte Marke

Hengan hat ein großflächiges Netz an Produktions- und Vertriebsstandorten aufgebaut. Verglichen mit den global aufgestellten Wettbewerbern, die sich vorwiegend auf die bekannten Großstädte konzentrieren, ist Hengan in den nächst kleineren Städten aktiv. Hier findet Hengan einerseits genügend Abnehmer, andererseits genügend kostengünstige Produktionsmöglichkeiten. Im Vergleich zur lokalen Konkurrenz ist vor allem der starke, landesweit bekannte Markenname das wichtigste

Alleinstellungsmerkmal. Dabei zeigt Hengan großes Geschick im Marketing. Im Bereich der Damenbinden schaffte es das Unternehmen, seine Produktpalette parallel zur Bekanntheit der Marke aufzuwerten und gleichzeitig mit neuen Produkten jüngere Konsumenten zu adressieren. Innerhalb der Industrie selbst gelingt es Hengan, zügig neue Gelegenheiten etwa zum Kapazitätsausbau wahrzunehmen. Zum Beispiel konnte die Taschentuch-Sparte den Umsatz mehr als vervierfachen, seit Hengan dieses Geschäft vor drei Jahren akquirierte. Mittlerweile trägt der Bereich 30% zum Bruttoergebnis bei.

### Konsequentes Management

Last but not least hat die Unternehmensführung bewiesen, vernünftige Investitionen und Finanzentscheidungen treffen zu können und zudem eine beständige Dividendenpolitik zu betreiben. Im Ergebnis hat sich die Rendite auf das Gesamtkapital in den vergangenen fünf Jahren nahezu verdoppelt. Bei unseren Unternehmensbesuchen haben wir zudem die Erkenntnis gewonnen, die Unternehmensführung gleiche ihre Interessen mit jenen der Aktionäre ab, indem starke Gewinnzuwächse auch in Anlageerträge umgemünzt werden können.

### Fazit

Die Industrie für Hygieneprodukte wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Zudem ist dieser Bereich nicht sonderlich sensitiv bezüglich aufkeimender Überhitzungsängste und daraus folgender politischer Bremsmanöver. In diesem Umfeld



*David Xie ist CFA Charter Holder und hat einen Master of Finance von der University of Glasgow, UK. Vor seiner Tätigkeit bei der FIVV AG hat er als Management Consultant chinesische Staatsunternehmen bei Restrukturierungen, Übernahmen und Börsengängen beraten.*

