

Welche Unternehmen aus dem SMI kenne ich und fallen mir spontan ein

Welche dieser Geschäftsmodelle sind einfach und leicht verständlich

Was sagt die Performance Analyse

Name / Unternehmen:

Valor Nr. / ISIN:

Börse:

Gründungsjahr:

Anzahl Aktien:

Website:

Tel. Nummer:

- Investor Relation

Wer / Analyst:

Datum:

1. ANALYSE DES GESCHÄFTSMODELLS

Wir suchen Unternehmen mit sehr guten langfristigen Ertragsaussichten. Mit stetig ansteigenden Gewinnen, die über die nächsten 10 – 20 Jahre absehbar sind

Der Wettbewerbsvorteil muss beständig sein und er sollte die Konkurrenz in Schach halten. Keine Luftnummern und keine kurzfristigen Raketen, die 100% Rendite in 3 Wochen versprechen. Nur sichere und solide Unternehmen. Nur das führt zu beständigen überdurchschnittlichen Gewinnen. Ein Produkt, das die Welt braucht oder will!

Das Geschäftsmodell soll einfach und leicht verständlich sein

Kaufen Sie nur, was Sie verstehen. Das ist sehr ernst zu nehmen. Nur was Sie verstehen, bringt Ihnen Ruhe und somit finanziellen Erfolg. Halten Sie sich an einfaches und langweiliges Zeug, das sogar ein „Idiot“ versteht. Den Rest macht der Zinseszins und Ihre Strategie. Überprüfen Sie diese einfachen und leicht verständlichen Geschäftsmodelle auf ihre Funktionalität. Befriedigen die Produkte des Unternehmens die Bedürfnisse des Marktes oder wird an den Bedürfnissen der Menschen vorbei produziert.

Unternehmen mit einer beständigen Gewinnvorgeschichte

Merken Sie sich das Wort „**Beständig**“. Beständig hohe Gewinne, beständig hohe Bruttomargen, beständig sprudelnde Cashflows, beständig tiefe Verschuldung etc. Wir wollen Unternehmen, die beständig nach oben streben, keine zyklischen Auf- und Ab-Titel, sondern Unternehmen, die es schaffen in jeder Marktlage Geld zu verdienen.

Kurz:

- **Wir suchen Unternehmen mit sehr guten langfristigen Ertragsaussichten**
- **Mit stetig ansteigenden Gewinnen, die über die nächsten 10 - 20 Jahre absehbar sind**
- **Unternehmen, die ich verstehe**
- **Unternehmen mit einer beständigen Gewinnvorgeschichte**

Fragen zum Geschäftsmodell

Was macht das Unternehmen - Erklären - Welches Kundenbedürfnis tilgt es

Hat das Unternehmen sehr gute - beständige - langfristige Ertragsaussichten - und warum

Ist das Produkt oder die Dienstleistung einfach und leicht verständlich

Wird das Produkt oder die Dienstleistung in 20 - 30 Jahren noch gebraucht - und warum

Hat das Unternehmen eine starke Marke - wenn nein, ist es der Leader der Branche

Ist das Geschäftsmodell innovativ - lässt es sich beliebig an andere Standorte und Länder multiplizieren

Wie ist Wachstum noch möglich:

- Durch Anwachsen der Weltbevölkerung
- Durch Neukundengewinnung
- Durch die Gewinnung von Marktanteilen der Konkurrenz
- oder durch alle drei – Erklären

Ist es in Asien und in den Schwellenländern präsent

Was sind Risiken des Geschäftsmodells und des Unternehmens - Erklären

Ist die Vertriebsorganisation, also der Verkauf effektiv - Warum

Zur Konkurrenz

Gibt es Konkurrenten mit einem vergleichbaren Produkt - sind die eine Gefahr - und warum

Sind die Markteintrittshürden für die Konkurrenz hoch - Warum

Zur Branche

Hat die Branche noch grosses Wachstumspotential - Warum

Was sind Risiken in der Branche - Erklären

Zur Bilanz

Verdient das Unternehmen gutes Geld und war es schon immer erfolgreich

Steigen die Gewinne über die Jahre kontinuierlich an

Sind die Gewinnaussichten für die nächsten 10 - 20 Jahre gut abschätzbar

Wie hoch sind die Brutto-, Ebit- und Netto Margen

Drängen Konkurrenten in den Markt, die diese Ertragsmargen schmälern

Wie stark ist das Engagement des Managements diese Ertragsmargen zu halten und zu steigern

Wie hoch sind die Kosten - Keine Firma bleibt im Gewinn, wenn es seine Kosten nicht durchschaut

Wie stellen sich die Kosten für den Herstellungsprozess zusammen

Wie viel Kapital braucht es um zu wachsen - oder finanziert es sich selber - organisches Wachstum

Braucht es viel Forschung und Entwicklung um zu wachsen

Wie hoch ist die Verschuldung - das ist das benötigte Fremdkapital um zu wachsen
- oder den Betrieb aufrecht zu halten

Entsteht das Wachstum durch Ausgabe neuer Aktien oder durch organisches Wachstum

Wenn Sie alle diese Fragen ausgewertet haben, können Sie unsere 4 strategischen Geschäftsmodell Grundsätze ganz klar mit **Ja** beantworten oder nicht.

Wir suchen Unternehmen mit sehr guten langfristigen Ertragsaussichten Ja Nein
Mit stetig ansteigenden Gewinnen, die über die nächsten 10 - 20 Jahre absehbar sind Ja Nein
Unternehmen, die ich verstehe Ja Nein
Unternehmen mit einer beständigen Gewinnvorgeschichte Ja Nein

Wenn Sie nicht alle Fragen mit Ja beantworten können, behelfen Sie sich mit einem gefühlten Prozentraster. Bei 100% sind alle Fragen mit Ja beantwortet. Sollten einige Punkte nicht erfüllt sein, dann arbeiten Sie immer mit einem 50% Bild. Solange das Unternehmen über 50% liegt, ist ein Kauf in Ordnung. Unter 50% kaufen wir noch nicht. Fragen Sie sich: - Warum ist es unter 50%, - und wann wird sich das ändern.

Nicht vergessen: Wir wollen nur sehr gute Unternehmen zu Schnäppchen-Preisen.

2. ANALYSE DES MANAGEMENTS

Ist das Management ehrlich zu uns Aktionären

Ein sehr grundlegender Punkt. Kümmert sich das Management um die Anliegen der Aktionäre oder will es sich selber bereichern. Wie verhält sich das Management, wenn es Fehler macht, steht es dazu oder versucht es sie zu vertuschen - oder versucht es jemand anderem die Schuld zu geben.

Ist das Management intelligent in seinen Entscheidungen

Macht das Management immer wieder strategische Fehler. Werden Zukäufe getätigt, die zum Firmenportfolio passen. Wird ein strategisches Vorausdenken sichtbar. Macht das Management nur seinen Job oder wird sichtbar, dass es mit der Firma verbunden ist. Trifft das Management Entscheidungen im Sinne der Firma / Aktionär oder im Sinne des Managements.

Hat das Management den Mut, Entscheidungen anders zu treffen als die Branchenkollegen

Hat das Management eine starke Eigenständigkeit. Kopiert es keine Entscheide aus der Branche. Wird nach dem Prinzip der Not -wendung gearbeitet oder nach dem Prinzip der Nachahmung.

Kurz:

- **Ist das Management ehrlich zu uns Aktionären**
- **Ist das Management intelligent in seinen Entscheidungen**
- **Hat das Management den Mut, Entscheidungen anders zu treffen als die Branchenkollegen**

Fragen zur Qualität des Managements

Aus wem besteht das Management und der Verwaltungsrat

Wie hoch ist das Dienstalter des Managements und des Verwaltungsrates - gibt es viele Wechsel

Überzeugt das Management und der Verwaltungsrat - Warum

Ist es ein unternehmergeführtes Management und Verwaltungsrat

Sind noch Mitglieder aus der Gründerfamilie im Management oder im Verwaltungsrat

Ist es ein Familienunternehmen - Familien sind sehr daran interessiert, dass das Unternehmen läuft

Können die Manager langfristige Ziele umsetzen und sich auf das Taggeschäft konzentrieren

Ist der Verwaltungsrat fähig, arbeitet er gut mit dem Management zusammen

Zum Verhalten des Managements

Steht das Management ständig in der Presse, anstatt sich um das Unternehmen zu kümmern

Wie hoch sind die Saläre des Managements und des Verwaltungsrates

Gibt es Boni - wie hoch sind sie (Geschäftsbericht > Corporate Governance > Vergütungsbericht)

Zum Vorgehen des Managements

Hat das Management eine starke Eigenständigkeit - Kopiert es keine Entscheide aus der Branche

Wird nach dem Prinzip der Not -wendung gearbeitet oder nach dem Prinzip der Nachahmung

Macht das Management immer wieder strategische Fehler oder wird strategisches Vorausdenken sichtbar

Werden Zukäufe getätigt, die zum Firmenportfolio passen

Trifft das Management Massnahmen, die Gewinne auf 10 - 20 Jahre hinaus zu sichern, auch wenn es momentane Gewinne diesem Ziel unterordnen muss - unterordnen nicht verheizen

Gibt es viele Kapitalerhöhungen - wenn ja, nicht gut - wenn nein, gut

Sind die Manager entschlossen, neue Linien, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln

Zur Ehrlichkeit

Sind die Manager auch aufrichtig und ehrlich zu den Anlegern

Sind die Manager auch aufrichtig und ehrlich zu den Anlegern, wenn es schlecht läuft

Sind die Manager auch aufrichtig und ehrlich zu den Anlegern, wenn sie Fehler machen - oder lügen sie

Handeln die Manager im Auftrag des Aktionärs / Unternehmens oder für ihre eigenen Interessen

Macht das Management nur seinen Job oder wird sichtbar, dass es mit der Firma verbunden ist

Was sind Risiken im Management und Verwaltungsrat

Zu den Mitarbeitern

Geht das Management gut mit den Mitarbeitern um

Sind die Mitarbeiter froh, dort zu arbeiten

Geschehen Beförderungen durch Können oder durch Beziehung

Wenn Sie alle diese Fragen ausgewertet haben, können Sie unsere 3 strategischen Management Grundsätze ganz klar mit **Ja** beantworten oder nicht.

Ist das Management ehrlich zu uns Aktionären

Ja Nein

Ist das Management intelligent in seinen Entscheidungen

Ja Nein

Hat das Management den Mut, Entscheidungen anders zu treffen als die Branchenkollegen

Ja Nein

Wenn Sie nicht alle Fragen mit Ja beantworten können, behelfen Sie sich mit einem gefühlten Prozentraster. Bei 100% sind alle Fragen mit Ja beantwortet. Sollten einige Punkte nicht erfüllt sein, dann arbeiten Sie immer mit einem 50% Bild. Solange das Unternehmen über 50% liegt, ist ein Kauf in Ordnung. Unter 50% kaufen wir noch nicht. Fragen Sie sich: - Warum ist es unter 50%, - und wann wird sich das ändern.

Nicht vergessen: Wir wollen nur sehr gute Unternehmen zu Schnäppchen-Preisen.

3. ANALYSE DER KENNZAHLEN

Das langfristige Gewinn- und Umsatzwachstum - über 10 Jahre stetig ansteigend - 10 - 15%

Die Brutto-, Ebit- und Netto Margen - ansteigend und je höher desto besser - 30 - 15 - 10%

Die operative Cashflowentwicklung - über 10 Jahre parallel zum Gewinn ansteigend - 10 - 15%

Die Eigenkapitalrendite - über 10 Jahre stetig ansteigend - 15%

Die Eigenkapitalquote - über 10 Jahre beständig - um 50 %

Die Veränderung der Verschuldung - tiefes oder rückläufiges langfristiges Fremdkapital

Der Investitionsbedarf - nicht höher als ein Drittel des operativen Cashflows

Wenn Sie alle Kennzahlen ausgewertet haben, können Sie sie ganz klar mit **Ja** beantworten oder nicht.

Das langfristige Gewinn- und Umsatzwachstum

Ja Nein

Die Brutto-, Ebit- und Netto Margen

Ja Nein

Die operative Cashflowentwicklung

Ja Nein

Die Eigenkapitalrendite

Ja Nein

Die Eigenkapitalquote

Ja Nein

Die Veränderung der Verschuldung

Ja Nein

Der Investitionsbedarf

Ja Nein

Wenn Sie nicht alle Fragen mit Ja beantworten können, behelfen Sie sich mit einem gefühlten Prozentraster. Bei 100% sind alle Fragen mit Ja beantwortet. Sollten einige Punkte nicht erfüllt sein, dann arbeiten Sie immer mit einem 50% Bild. Solange das Unternehmen über 50% liegt, ist ein Kauf in Ordnung. Unter 50% kaufen wir noch nicht. Fragen Sie sich: - Warum ist es unter 50%, - und wann wird sich das ändern.

Nicht vergessen: Wir wollen nur sehr gute Unternehmen zu Schnäppchen-Preisen.

4. ALLE 3 ANALYSEN ZUSAMMENBRINGEN

Führen Sie nun alle 3 Teil-Analysen zusammen.

Die Analyse des Geschäftsmodells

Ja Nein

Die Analyse des Managements

Ja Nein

Die Analyse der Kennzahlen

Ja Nein

Wenn Sie nicht alle Fragen mit Ja beantworten können, behelfen Sie sich mit einem gefühlten Prozentraster. Bei 100% sind alle Fragen mit Ja beantwortet. Sollten einige Punkte nicht erfüllt sein, dann arbeiten Sie immer mit einem 50% Bild. Solange das Unternehmen über 50% liegt, ist ein Kauf in Ordnung. Unter 50% kaufen wir noch nicht. Fragen Sie sich: - Warum ist es unter 50%, - und wann wird sich das ändern. Setzen Sie es auf die Watchliste und beobachten Sie es weiter. Gehen Sie zum nächsten Unternehmen.

Nicht vergessen: Wir wollen nur sehr gute Unternehmen zu Schnäppchen-Preisen.

Das Unternehmen ist ein langfristiges Investment wert

Ja Nein

Zum Abschluss machen Sie noch einen Selbsttest. Können Sie die operativen Funktionen und Abläufe zur Herstellung des Produktes / der Dienstleistung, sowie alle weiteren Schritte entlang der Wertschöpfungskette spontan auflisten.

Z. Bsp.

- Zulieferer bringen alle notwendigen Komponenten
- Rohmaterialien einkaufen
- Bearbeitung der Rohmaterialien / Grundstoffe
- Herstellung diverser Einzelteile
- Zusammenbau aller Einzelteile zum Produkt
- Zwischenlagern
- Endprüfung / Qualitätsprüfung
- Forschung und Entwicklung
- Mitarbeiter Aus- und Weiterbildung
- Marketingstrategie entwerfen
- Verkaufsabteilung
- Auslieferung / Distribution
- Ankunft im Zwischenhandel
- Ankunft beim Endkunden
- Service- und Reparaturabteilungen

Bravo, Sie haben eine Ahnung vom Unternehmen. Sie können nun selber entscheiden, wie detailliert Sie Ihre Nachforschungen anstellen. Ich glaube, Sie haben begriffen, um was es geht.

5. GEWINNRENDITE - KGV - GEWINNWACHSTUM

Name	Gewinn pro Aktie 20	Gewinnrendite vom	KGV vom	Durchschnittliches 11J. Gewinnwachstum
SMI:				
ABB				%
Alcon				%
CS Group				%
Geberit				%
Givaudan				%
LafargeHolcim				%
Logitech				%
Lonza				%
Nestlé				%
Novartis				%
Partners Group				%
Richemont				%
Roche				%
SGS				%
Sika				%
Swiss Life				%
Swiss Re				%
Swisscom				%
UBS Group				%
Zürich Ins.				%
Beispiele im SPI:				
Barry Callebaut				%
Bell				%
BB Biotech				%
Galenica				%
Hügli				%
HBM Healthcare				%
IVF Hartmann				%
Emmi				%
Lindt PS				%
Orior				%
APG SGA				%
Bossard				%
DKSH				%
Ems Chemie				%
VZ Holding				%
Swatch				%
Allreal				%
Mobimo				%
PSP				%
SPS				%

Tiefstes KGV und höchstes Gewinnwachstum - nur Defensive-, Dividenden- und Sieger Titel!

Die aktualisierten Zahlen und Berechnungen zur Gewinnrendite und dem durchschnittlichen 11-jährigen Gewinnwachstum aller SMI- und einiger auserwählter SPI-Unternehmen finden Sie auf unserer Website www.5vor12.biz >Lernprogramm> Formulare >Gewinnrenditen in aufbereiteter Form, vierteljährlich aktualisiert.

6. ZUSAMMENFASSENDE AUSWERTUNG

Das Ergebnis der zusammenfassenden Auswertung aller 3 Teil-Analysen müssen Sie jetzt noch mit der zu erwartenden Rendite in Einklang bringen. Bekomme ich mit dem Unternehmen eine zufriedenstellende anfängliche Gewinnrendite und wie hoch ist die zu erwartende Endrendite in 20 - 30 Jahren.

Wenn Sie keine anständigen Renditen mehr bekommen, dann wissen Sie, was Sie zu tun haben - Kapitel Gewinnrendite, Zustand und Bewertung des Gesamtmarktes und Investitionsstrategie. Bei einer guten anfänglichen Gewinnrendite heisst es jetzt Kaufen.

Das Unternehmen ist ein langfristiges Investment wert

Ja Nein

Viel Vergnügen