

Aktienunternehmen mit Preismacht im Vorteil – von Mark Phelps und Dev Chakrabarti

Rentabel in Krisenzeiten: Unternehmen, die trotz schwächelnder Weltwirtschaft ihre Gewinne verlässlich steigern können, sind immer schwerer zu lokalisieren. Eines der wenigen aussagekräftigen Kriterien für nachhaltige Rentabilität ist heute jedoch Preismacht.

Entscheidend für die Ertragslage sind zwei Faktoren: erstens der Umsatz sowie zweitens das Ergebnis und die daraus resultierende Marge. Um sie zu steigern, besteht für viele Unternehmen die beste Möglichkeit darin, den Absatz zu erhöhen. Denn wenn mehr von dem verkauft wird, was man bereits produziert, ergeben sich Skaleneffekte.

Folge: die Stückkosten sinken und die Rentabilität steigt.

Neue Nachfragemärkte ausmachen

Doch diese wirtschaftliche Grundrechnung geht nicht immer auf. Angesichts des Abschwungs in China, Problemen in Schwellenländern sowie der instabilen Erholung in den USA und Europa ist es vielmehr eine große Herausforderung, neue Nachfragemärkte zu finden.

Was also kann in einer Welt mit schwachem Wachstum zu höheren Gewinnen führen? Höhere Preise, lautet die einfache Antwort. Die geringe Inflation (0,5 Prozent in den USA, rund 1,0 Prozent im Euroraum) lässt erkennen, wie schwer es jedoch für Anbieter gegenwärtig ist, die Preise erfolgreich zu erhöhen. Daher empfehlen wir Anlegern, auf drei Faktoren zu achten, um Unternehmen zu identifizieren, die ihre Preismacht erfolgreich durchsetzen können:

1. Innovation
2. Wettbewerb
3. Kosten- und Inflationsdynamik

Pressekontakt:

Sebastian Kadritzke

Telefon: +44 (0)20 / 7959 4762

E-Mail: sebastian.kadritzke@abglobal.com

Unternehmen

AB Europe GmbH

Maximilianstrasse 21

80539 München

Internet: www.abglobal.com