

Wir investieren in Gewinner. Das bedeutet, dass wir in starke Unternehmen investieren, die mit nachhaltigen Geschäftsmodellen, soliden Bilanzen und hohen Margen einen Mehrwert für ihre Anteilseigner schaffen. Wir halten die Risiken klein und investieren dann, wenn unser Engagement von einem positiven Ereignis beflügelt wird. Wir nennen das die Kombination aus Value und Event.

L'Occitane International S.A.

Die Geschichte des französischen Naturkosmetikherstellers begann im Jahr 1976, als der gebürtige Provenzale Olivier Baussan mit einem gebrauchten Destilliergerät sein eigenes ätherisches Rosmarinöl herstellte. Er verkaufte es auf den Märkten in der Region, experimentierte mit Lavendel und anderen Kräutern, erwarb eine alte Seifenfabrik und eröffnete im Jahr 1978 seinen ersten Laden. 1994 erkannte der Unternehmer Reinold Geiger das Potential von L'Occitane. Damals existierten lediglich drei Läden. Er investierte 4 Mio. Euro und übernahm im Jahr 1996 mit 52% der Anteile die Mehrheit sowie die Geschäftsführung des Unternehmens. Gemeinsam entwickelten sie L'Occitane zu einem Erfolgsunternehmen, das heute rund 1.300 eigene Läden betreibt und 1 Mrd. Euro pro Jahr umsetzt.

Nachhaltigkeit ist ein Erfolgsfaktor für L'Occitane. Die Pflegeprodukte und Düfte stehen für natürliche Inhaltsstoffe und den Zauber der Provence. Noch immer wird ausschließlich in der Region produziert. Auch ein wesentlicher Teil der Zutaten stammt aus der Provence. Myrte und Immortelle bezieht man aus Korsika, Karitébutter schon seit über 30 Jahren von Frauenkooperativen in Burkina Faso. Dort ist L'Occitane der wichtigste Handelspartner und das wirtschaftliche Standbein für 15.000 Frauen. Der Einkaufspreis deckt die Herstellungskosten sowie Maßnahmen für Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Investi-

tionen. Zudem finanziert L'Occitane eine eigene Stiftung, die die Lebensbedingungen der Frauen und ihrer Familien verbessert. Das Entwicklungsprogramm der vereinten Nationen hat L'Occitane für das Engagement als beispielhaftes Unternehmen ausgezeichnet.

Qualität und Verantwortung spiegeln sich im Preis der Produkte wider, die zwischenzeitlich in mehr als 80 Ländern verkauft werden. Ein Fünftel des Umsatzes entfällt auf den japanischen Markt. Er hat im Jahr 2013 stark unter der Schwäche des Yen gegenüber dem Euro gelitten. Darüber hinaus verdeckten die Implementierung von SAP in den Kernmärkten sowie die Einführung neuer POS- und CRM-Systeme, von deren Qualität wir uns überzeugen konnten, die langfristige, hohe Profitabilität. Die Börse quittierte den Gewinneinbruch mit einem Kursrückgang der Aktie. Sie fiel bis auf 15 HKD, dem Emissionspreis an der Hongkonger Börse aus dem Jahr 2010. Flankiert von Aktienkäufen des Managements und einsetzenden Aktienrückkäufen im Falle einer Unterschreitung dieses Kursniveaus bauten wir eine Position in L'Occitane auf.

Das Unternehmen verfügt über ein großes Wachstumspotential, insbesondere außerhalb der bisherigen Kernmärkte Japan, USA, Hongkong und Frankreich. Wir erwarten, dass dieses mit unverminderter Kontinuität gehoben wird. Reinold Geiger, der indirekt 70% des Aktienkapitals kontrolliert, hat in den letzten 20 Jahren bewiesen, dass er hierfür der geeignete Vorstand und Mehrheitsaktionär ist.

Mit freundlichen Grüßen



J. Henrik Muhle



Dr. Uwe Rathausky