



Nordea 1 – Emerging Consumer Fund

ISIN: LU0390857471 (BP-EUR) / LU0390857398 (BI-EUR)

Fonds-Highlights

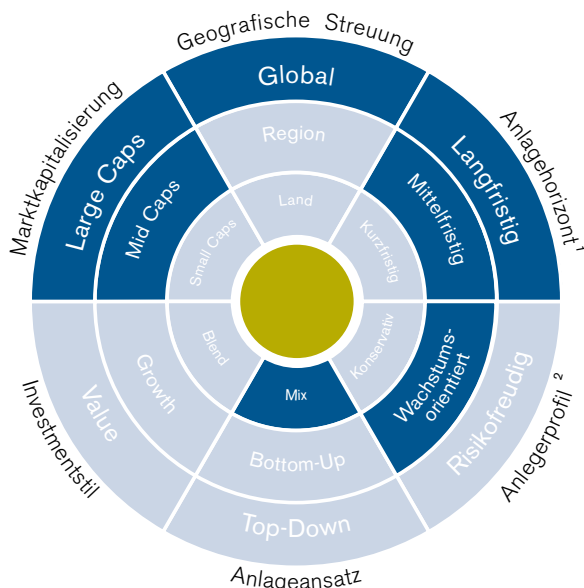
- 70-80 Millionen Menschen steigen pro Jahr in die Mittelklasse der boomenden Schwellenländer auf
- Es entwickelt sich ein immenses Konsumentenpotential, das darauf wartet, abgeschöpft zu werden
- Profitieren Sie durch den Nordea 1 – Emerging Consumer Fund von globalen und lokal ansässigen Unternehmen, die mindestens 30% ihrer Erträge in Schwellenländern generieren und am besten positioniert sind, um diese Gelegenheiten zu nutzen

Ein Megatrend der nächsten Jahrzehnte: Urbanisierung

Mexico City, Lagos, Beijing, Istanbul, Kairo, Shanghai, São Paulo. Sie sind Paradebeispiele für die so genannten „Megacities“, die zu Flaggschiffen des rasanten Wachstums vieler Schwellenländer geworden sind.

1950 hatte lediglich eine Stadt, New York, mehr als zehn Millionen Einwohner; heute sind es über 25. Die Weltbevölkerung wächst jährlich um 1,3%, wobei über 90% dieses Wachstums in den Städten der Entwicklungsländer zu verzeichnen ist. **Seit 2007 lebt über die Hälfte aller Menschen auf unserem Planeten in Städten.** Die UNO schätzt, dass der Anteil der Stadtbevölkerung bis zum Jahre 2030 auf 60% und bis 2050 auf 70% ansteigen wird. Dieser Trend hat sich über die letzten 30 Jahre stetig verstärkt. Haupt-Triebfeder dieser Entwicklung ist der große Einkommensunterschied zwischen den ländlichen und urbanen Regionen. **Die Flut ist nicht mehr aufzuhalten.**

Fonds-Profil



¹ Anlagehorizont: Kurzfristig: unter 2 Jahren. Mittelfristig: 2 bis 5 Jahre. Langfristig: über 5 Jahre.
² Anlegerprofil: Konservativ: Erwartet eine kontinuierliche Wertentwicklung bei nur geringen Schwankungen. Eine positive Rendite – wie gering sie auch sein mag – steht im Vordergrund. Wachstumsorientiert: Möchte vom Kurspotenzial an den Kapital- und Aktienmärkten profitieren, ohne hohe Risiken einzugehen. Risikofreudig: Sucht überdurchschnittliche Wertentwicklungschancen und nimmt dabei auch hohe Kursschwankungen in Kauf.

Aufstieg einer neuen Konsumentenklasse

Menschen, die ihren ländlichen Lebensraum verlassen, kommen meist mit denselben Beweggründen in die Stadt: Sie streben nach besseren Lebensbedingungen indem sie von den neuen Beschäftigungsmöglichkeiten profitieren, die aus der Industrialisierung vieler Schwellenländer erwachsen.

In der Stadt angekommen, legen die Einwanderer eine hohe Bereitschaft an den Tag, hart zu arbeiten, um die Lebensbedingungen für sich und ihre Familie zu verbessern. Da sie ohne Schulden in die Städte kommen, haben bereits die ersten erwirtschafteten Löhne einen hohen Einfluss auf ihr Konsumentenverhalten. Mit ihrer gestiegenen Kaufkraft wächst gleichzeitig die Bereitschaft, das Geld auch auszugeben.

Die Klasse der „Emerging Consumers“ – der aufstrebenden Konsumenten – ist geboren.

Nordea 1 – Emerging Consumer Fund

Der wachsende Konsumhunger hat viele Gesichter

Während die Konsumenten der wachsenden Mittelschicht nach und nach wohlhabender werden, sehen sie sich ständig neuen Ideen, Produkten und Märkten ausgesetzt. Dies hat Einfluss auf die Entwicklung ihrer Geschmäcker und Präferenzen für Güter und Dienstleistungen. Wir unterscheiden **verschiedene Kategorien von „Emerging Consumers“**, die dem Markt mit unterschiedlichen Bedürfnisprofilen begegnen.

- **„Early New Urban Consumer“ (ca. 1,5 Milliarden Menschen)**

Diese Gruppe ist weder mit den Städtern, noch mit den Landbewohnern, die sie hinter sich gelassen haben, vergleichbar. Ihre Hauptbedürfnisse liegen größtenteils im Bereich unabdingbarer Basiskonsumgüter (Nahrungsmittel, einfache Sanitärprodukte).

- **„Developed New Urban Consumer“ (ca. 500 Millionen Menschen)**

Mit dem Anwachsen des verfügbaren Einkommens zeigt diese Gruppe bereits eine zunehmende Nachfrage nach nicht lebensnotwendigen Gütern: Kosmetikartikel, veredelte Nahrungsmittel, Elektroartikel, Haushaltsprodukte.

- **„Mature Urban Consumer“ (ca. 300 Millionen Menschen)**

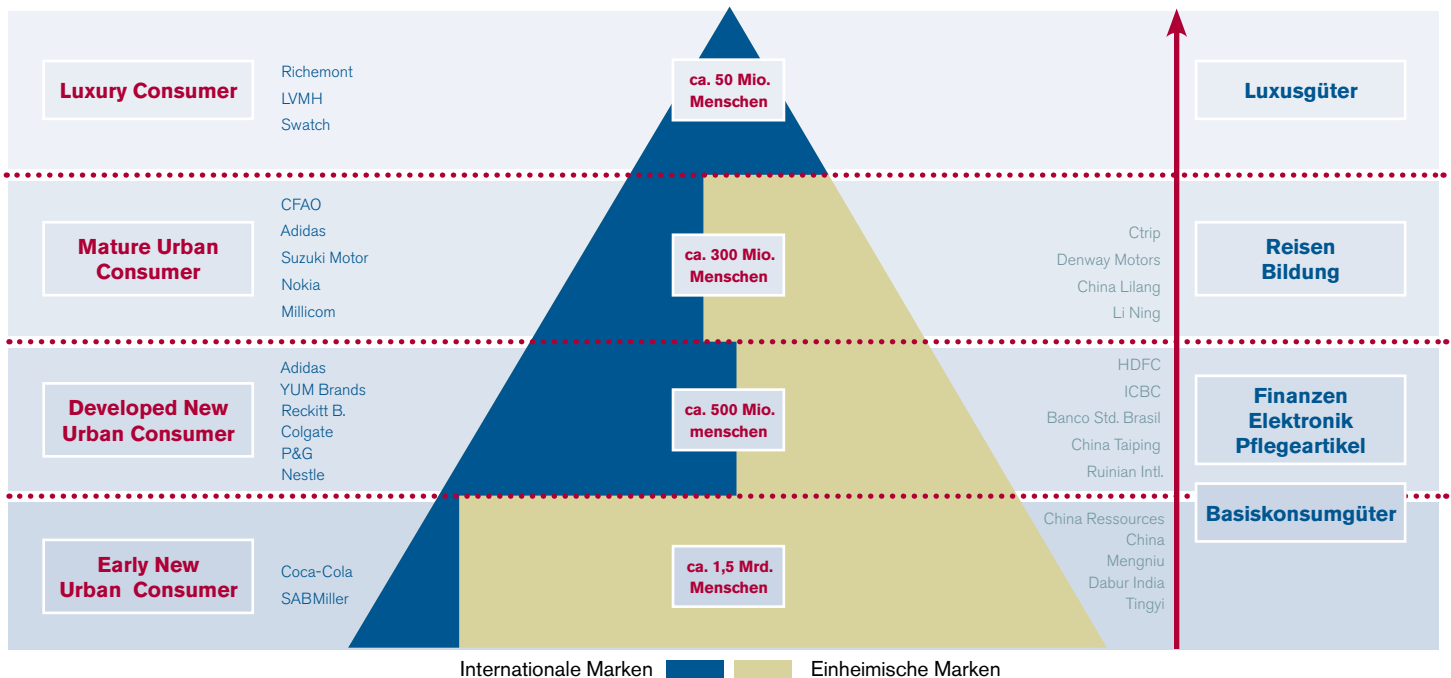
Nachdem ein gewisser Lebensstandard erreicht ist, beginnen diese Konsumenten damit, ihre Bedürfnisse nach Reisen (Autos, Urlaub), Bildung und Sicherheit (Versicherungen, Schutz des Eigentums) zu befriedigen.

- **„Luxury Consumer“ (ca. 50 Millionen Menschen)**

Diese neuereichen Konsumenten suchen nach westlichen Statussymbolen, um ihren neu erworbenen Reichtum zur Schau zu stellen. Der Besitz von Luxusmarken steht im Mittelpunkt, wobei das Motto „Je teurer, desto besser“ gilt. Das Potenzial ist immens. So ist beispielsweise Russland inzwischen weltweit der viertgrößte Markt für Luxusgüter.



„Emerging Consumer Struktur“



*Die oben genannten Unternehmen sind Beispiele für in Frage kommende Investments und nicht zwingend Teil des derzeitigen Nordea 1 – Emerging Consumer Fund Portfolios.

Ein starkes Portfolio aus Global Playern und Lokalmatadoren

Ziel des Fonds ist es, eine gezielte Auswahl internationaler und nationaler Unternehmen vorzunehmen, deren Produkte und Dienstleistungen die rasant wachsende Klasse der „Emerging Consumers“ stark anziehen.

Die Kombination aus erfolgreichen Global Playern und Lokalmatadoren macht das **Erfolgsrezept des Fonds** aus. Durch die Konzentration auf die Bedürfnisse der expandierenden Mittelschicht in den Schwellenländern legt der Fonds seinen Schwerpunkt nicht darauf, wo das Unternehmen notiert ist. Stattdessen werden weltweit jene Firmen gesucht, die am meisten von der steigenden Nachfrage profitieren. **Mit diesem weit gefassten Ansatz diversifiziert der Fonds das Risiko** und investiert in Unternehmen, die das höchste Potenzial haben, sich als einer der Marktführer in ihrem spezifischen Gebiet zu etablieren.

Dies macht den Nordea 1 – Emerging Consumer Fund im Vergleich zu herkömmlichen Emerging Markets Fonds einzigartig.



“Für dieses einzigartige Produkt suchen wir weltweit nach Unternehmen, die mindestens 30% ihrer Erträge in den Schwellenländern generieren, oder zumindest das Potenzial haben, diese Schwelle in den kommenden zwölf Monaten zu überspringen.”

Fundmanager Leon S. Pedersen

Ein Beispiel für einen der genannten erfolgreichen Global Player ist Coca-Cola. Das Unternehmen bedient zurzeit ca. 35% des chinesischen Marktes für kohlenstoffhaltige Getränke. Allerdings nicht nur mit uns geläufigen Marken: So hat Coca-Cola mit „Tianyudi“ eine Produktlinie eingeführt, die z.B. Mango- und Lycheegeschmack anbietet. Dies ist charakteristisch für die Art, wie das Unternehmen den asiatischen Markt mit Produkten erschließt, die spezifisch für bestimmte Regionen entwickelt werden.

Chancen

- Auf lange Sicht bieten Aktien ein überdurchschnittliches Ertragspotenzial.*
- Durch diesen Fonds können Anleger von den Entwicklungen der globalen Aktienmärkte und der der Schwellenländer profitieren, wobei der Fonds das Investmentrisiko reduziert, indem er das Portfolio über Länder, Regionen und Sektoren hinaus diversifiziert.
- Konzentration auf Unternehmen, die in ihrem Bereich Marktführer sind und ein Exposure in spezifischen lokalen Märkten oder gegenüber „Emerging Consumers“ weltweit haben.

*Das Performanceziel ist lediglich indikativ, und es besteht die Möglichkeit, dass es in Zukunft nicht erreicht wird.

Steigende Bedeutung der Schwellenländer für westliche Unternehmen

Fondsposition	Anteil der Erträge aus Schwellenländern (in%)
Avon Products Inc.	61,2
Colgate-Palmolive Co.	53,1
Unilever	45,9
Coca-Cola	42,2
Nestlé S.A.	39,3
Adidas AG	38,7
Swatch Group	32,8
Procter & Gamble	32,0
LVMH	31,6

Quelle: Nordea Investment Management | Stand: 30.06.2010. Daten beziehen sich auf das Jahr 2009.

Die Schwellenmärkte generieren aber nicht nur starkes Wirtschaftswachstum. Sie sind auch die **Brutstätte für Unternehmen, die zusehends mit den multinationalen Konzernen der entwickelten Länder wetteifern und ihnen gar teilweise bereits den Rang ablaufen**, indem sie im Hinblick auf ihre Geschäftsmodelle und Produkte einen hohen Innovationsgrad an den Tag legen. Als heimische Unternehmen haben sie oft das bessere Gespür für die Bedürfnisse der lokalen Märkte. Gute Beispiele für erfolgreiche Anwärtler auf einen Platz in der weltweiten Top-Liga sind der chinesische Sportartikelhersteller Li Ning oder die indische Tata Motors.

Exzellente Perspektiven

Obwohl die Schwellenländer sich nicht vom jüngsten weltweiten Abwärtstrend abkoppeln konnten, zeigten sie doch eine **deutlich höhere Widerstandsfähigkeit als es in der Vergangenheit der Fall war**.

Grund dafür ist nicht nur der wachsende Export der Schwellenländer sondern auch – und vor allem – die schier **explodierende Binnennachfrage**. Das Wachstum dieser Binnennachfrage – hauptsächlich getrieben von den „Emerging Consumers“ – wird über die nächsten Jahre auf ca. 10% p.a. geschätzt. **Dies wird auch die Abhängigkeit von kurz- und mittelfristigen Konjunkturzyklen deutlich verringern.**

Risiken

- Aktien können starke Wertschwankungen aufweisen und deutliche Kursverluste erleiden.
- Investments in diesen Fonds können erheblichen Schwankungen unterliegen. Eine Liste möglicher Faktoren, die solche Schwankungen auslösen können, finden Sie im aktuellen Verkaufsprospekt von Nordea 1, SICAV.

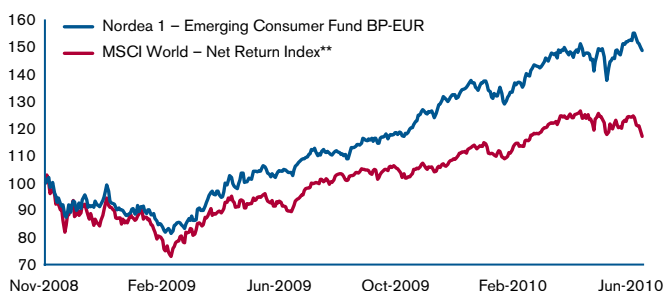
Nordea 1 – Emerging Consumer Fund

Kumulierte Performance zum 30.06.2010 in %

Zeitraum	Fonds*	Index**
Laufendes Jahr	9,97	5,60
1 Monat	2,55	-2,83
3 Monate	1,99	-3,53
6 Monate	9,97	5,60
1 Jahr	42,49	26,19
Seit Auflegung	48,90	17,31

* ISIN-Code: LU0390857471. Auflegungsdatum: 03.11.2008. ** MSCI World – Net Return Index. Der Fonds hat keinen offiziellen Referenzindex. Aus Gründen der Vergleichbarkeit ziehen wir den MSCI World – Net Return Index als einen der möglichen Vergleichsindizes heran. Wertentwicklung errechnet von Nettoanteilswert zu Nettoanteilswert in EUR, bei Wiederanlage der Erträge, ohne Berücksichtigung des Ausgabeaufschlages oder der Rücknahmegebühr. Die gezeigte Wertentwicklung ist historisch. Wertentwicklungen in der Vergangenheit sind keine Garantie für zukünftige Erträge. Quelle: Nordea Investment Funds S.A. und Datastream | Stand: 30.06.2010

Performance vs. Referenzindex (seit 03.11.2008*)



Schlüsselzahlen zum 30.06.2010

Nordea 1 – Emerging Consumer Fund			
Portfoliomanager	Leon Svejgaard Pedersen	Basiswährung	EUR
Fondsdomizil	Luxemburg	Fondsvolumen in Millionen EUR	183.42
ISIN-Code (Anteilklasse BP-EUR)	LU0390857471	Anzahl der Positionen	36
Jährliche Verwaltungsgebühren	1,50%	Auflagedatum	03.11.2008

Quelle: Nordea Investment Funds S.A. | Stand: 30.06.2010

Das 2. Quartal 2010 im Überblick

- Die weltweiten Börsen hatten ein schwieriges 2. Quartal. Die Sorgen um die Zahlungsfähigkeit Griechenlands und anderer Euro-Länder kehrten an die Kapitalmärkte zurück und sorgten zusammen mit schwachen makroökonomischen Daten aus den USA für Kursverluste. Der MSCI World - Net Total Return Index schloss das Quartal mit einem Minus von 3,53% ab. Trotz widriger Marktbedingungen erwirtschaftete der Fonds einen positiven Ertrag von 1,99%.
- Alle Sektoren, mit Ausnahme von IT und Finanzen, erwirtschafteten positive absolute Performancebeiträge. Im Vergleich zum Referenzindex trugen vor allem Basiskonsumgüter und Nicht-Basiskonsumgüter, die beiden zentralen Sektoren des Fonds, überaus positiv zur relativen Wertentwicklung bei (+2,35% und +1,45%).
- Es wurden sechs neue Aktien ins Portfolio aufgenommen: HDFC, Hindustan Unilever, Dabur, YUM Brands, Kimberly-Clark and SABMiller. Lediglich Asustek wurde nach Unsicherheiten um die Abspaltung von Pegatron abgestoßen.
- Wir haben die Gewichtung unserer „Neuer urbaner Konsument“ Strategie in Hongkong und China reduziert, da sich hier die Bewertung vieler Firmen ihrem inneren Wert nähert. Stattdessen haben wir in dieser Strategie nun 10% des Portfolios auf indische Unternehmen ausgerichtet. Die Gewichtung in „Verbraucher-Finanzdienstleistungen“ wurde erhöht, während der Bereich „Luxusgüter“ leicht zurückgefahren wurde, da Positionen in dieser Strategie zum Ende des Quartals starke Kursentwicklungen gezeigt hatten und sich ebenfalls ihrem inneren Wert nähern.
- Mit einer Ausweitung der Positionen von 31 auf 36 wurde das Portfolio im Vergleich zum Vorquartal breiter aufgestellt. Das Verhältnis zwischen westlichen Unternehmen und Firmen aus den Schwellenländern liegt nun bei 64:36, wobei zwei Emerging Market Unternehmen unter den zehn größten Fondspositionen zu finden sind.

Die 3 größten positiven Beiträge im Quartal in %

Unternehmen	Ø Gewicht.*	Perform.*	Beitrag
China Lilang	3,53	27,54	0,93
Ruinian International	2,04	54,81	0,87
Want Want China Holdings	3,31	31,20	0,85

Die 3 größten negativen Beiträge im Quartal in %

Unternehmen	Ø Gewicht.*	Perform.*	Beitrag
Nokia	2,01	-40,86	-1,08
National Bank of Greece	1,36	-39,69	-0,75
Avon Products	4,34	-10,79	-0,50

Die 10 größten Positionen zum 30.06.2010 in %

Unternehmen	Ø Gewicht.*	Perform.*	Beitrag
Colgate-Palmolive	4,76	0,89	0,09
Swatch Group	4,38	-2,22	-0,09
Coca-Cola	4,34	0,91	0,09
Avon Products	4,34	-10,79	-0,50
Procter & Gamble	4,30	4,45	0,23
LVMH	4,26	3,76	0,21
Richemont	4,16	-0,26	0,02
Ctrip Com Intl ADR	3,69	7,60	0,30
China Lilang	3,53	27,54	0,93
GEA Group AG	3,52	-2,86	-0,10

* Der gezeigte Wert bezieht sich auf die Haltedauer der Fondsposition im Berichtszeitraum. Quelle: Nordea Investment Funds S.A. und Datastream | Stand 30.06.2010

Der genannte Teilfonds ist Teil von Nordea 1, SICAV, einem Anlagefonds luxemburgischen Rechts, welcher der EG-Richtlinie 85/611/EWG vom 20. Dezember 1985 entspricht. Den ausführlichen und die vereinfachten Nordea 1, SICAV Verkaufsprospekte und unseren aktuellen Jahresbericht/Halbjahresbericht erhalten Sie kostenlos bei unserer Vertriebsstelle in Luxemburg, Nordea Investment Funds S.A., 562, rue de Neudorf, Postfach 782, L-2017 Luxemburg oder bei dem Vertreter und der Zahlstelle der Nordea 1, SICAV in Österreich oder in der Schweiz, bei der Zahl- und Informationsstelle in Deutschland (auch in Papierform) oder bei den berechtigten Vertriebsstellen. Fremdwährungsanlagen sind Wechselkursschwankungen unterworfen. Fonds, die in Schwellenländern anlegen, sind größeren Kursschwankungen ausgesetzt. Nordea Investment Funds S.A. veröffentlicht ausschließlich produktbezogene Informationen und erteilt keine Anlageempfehlungen. Herausgeber: Nordea Investment Funds S.A., 562, rue de Neudorf, Postfach 782, L-2017 Luxemburg. **Ergänzende Informationen für Anleger in Österreich:** Zahlstelle und Repräsentant in Österreich ist die Erste Bank der Österreichischen Sparkassen AG, Graben 21, A-1010 Wien. **Ergänzende Informationen für Anleger in Deutschland:** Zahl- und Informationsstelle in Deutschland ist Nordea Bank Finland Plc. Niederlassung Deutschland, Grüneburgweg 119, D-60323 Frankfurt. Weitere Informationen bei Ihrem Anlageberater – er berät Sie als ein von Nordea Investment Funds S.A. unabhängiger Berater. Wertentwicklung errechnet von Nettoanteilswert zu Nettoanteilswert in EUR, bei Wiederanlage der Erträge, ohne Berücksichtigung des Ausgabeaufschlages oder der Rücknahmegebühr. Stand 30.06.2010 (falls nicht anders angegeben). Wertentwicklungen in der Vergangenheit sind keine Garantie für zukünftige Erträge. Der Nettoinventarwert pro Anteil bei Rücknahme kann unter dem Nettoinventarwert pro Anteil bei Ausgabe liegen. Der Wert der Anteile kann schwanken und wird nicht garantiert. Alle geäußerten Meinungen sind, falls keine anderen Quellen genannt werden, die von Nordea Investment Funds S.A. Dieses Dokument darf ohne vorherige Erlaubnis weder reproduziert noch veröffentlicht werden. In diesem Dokument genannte Unternehmen werden zu rein illustrativen Zwecken angeführt und stellen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf der jeweiligen Werte dar.