

Engage

GLOBAL FRANCHISE/BRANDS | GLOBAL QUALITY | GLOBAL SUSTAIN | INTERNATIONAL EQUITY | **BERICHT ZUM THEMA ESG** | 2019

Engagement ist unser Vorsprung

- Wir sind davon überzeugt, dass aktive Manager, die konzentrierte Portfolios verwalten, am besten aufgestellt sind, um die potenziellen Chancen und Risiken rund um ESG-Faktoren zu identifizieren. Anlegerorientiertes Engagement hilft unserem Team, ein umfassenderes Bild des ESG-Profiles eines Unternehmens zu zeichnen.
- Wir freuen uns bekanntzugeben, dass MSIM in der jährlichen Bewertung nach den Grundsätzen der Vereinten Nationen für verantwortungsbewusstes Investieren („UNPRI“) per September 2019 bei den börsennotierten Aktienmodulen mit A1 und bei der Nebenbewertung für Engagement mit A+ bewertet wurde. Für das Jahr 2019 erreichen oder übertreffen alle MSIM-Ergebnisse der UNPRI-Jahresbewertung den Median der Vergleichsgruppe.



Signatory of:



¹Für eine A-Bewertung muss ein Unternehmen bei den Kernindikatoren und den zusätzlich bewerteten Indikatoren eine kombinierte Punktzahl von 75-95/100 erhalten. Für eine A+-Bewertung muss ein Unternehmen eine Punktzahl von >95/100 erreichen.

² Das International Equity Team definiert Engagement als Interaktion mit Führungskräften oder nicht geschäftsführenden Mitgliedern des Verwaltungsrates.

³ Die Angaben basieren auf dem Zwölfmonatszeitraum zum 30. Juni 2019.

⁴ Vorschläge zur Vergütung.

ESG IST VOLLSTÄNDIG IN ALLE STRATEGIEN UNSERES TEAMS INTEGRIERT

- Unser Anlageprozess konzentriert sich auf die Nachhaltigkeit und Tendenz künftiger Renditen des eingesetzten Betriebskapital, weil wir davon überzeugt sind, dass Unternehmen mit nachhaltig hohen langfristigen Kapitalrenditen eine Outperformance erzielen können.
- Wesentliche ESG-Chancen und -Risiken sind für die zukünftigen Renditen von Unternehmen so wichtig wie nie zuvor. ESG-Faktoren sind ein wichtiger Aspekt unserer Beurteilung der langfristigen Nachhaltigkeit von Renditen.
- Seit über 20 Jahren besprechen wir Nachhaltigkeits- und Governance-Themen direkt mit Unternehmen, anstatt diesen Prozess auszulagern.

UNSER ENGAGEMENT^{2,3}

1.239

BESCHLÜSSE, DIE WIR IM RAHMEN ALL UNSERER STRATEGIEN GEFASST HABEN

295

AUSTAUSCH ÜBER ESG-THEMEN MIT GESCHÄFTSLEITUNGEN

83

ANZAHL DER FÄLLE, IN DENEN WIR GEGEN DIE GESCHÄFTSLEITUNG STIMMTEN, DARUNTER 17 MAL ZUR VORSTANDSVERGÜTUNG⁴

60

ANZAHL DER FÄLLE, IN DENEN WIR NICHT MIT DEN ISS-VORSCHLÄGEN EINVERSTANDEN WAREN

- In der ersten Jahreshälfte 2019 konzentrierte sich ein Großteil unseres Engagements auf die Frage der Kunststoffabfälle. Auf der folgenden Seite finden Sie eine Zusammenfassung unseres Engagements und unserer Schlussfolgerungen zu den Auswirkungen der Umstellung auf eine Kunststoff-Kreislaufwirtschaft auf die Basiskonsumgüterunternehmen.

Lösen des Problems des Plastikmülls

Wir diskutieren das Thema Kunststoffmüll mit acht unserer Unternehmen aus dem Bereich schnelllebigem Konsumgüter (FMCG), darunter solche aus den Sektoren Getränke, Haushalt und Körperpflege. Kunststoffmüll ist aufgrund seiner Auswirkungen auf Meeres- und Landökosysteme und seiner potenziellen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit nicht nur ein großes Umweltproblem. Kunststoffabfälle können sich auch auf die Reputation und die Kostenbasis jener Unternehmen auswirken, die sich nicht auf die künftige Realität der neuen Kreislaufwirtschaft einstellen.

Wir kommen zu dem Schluss, dass die meisten unserer Unternehmen, die zu den größten Basiskonsumgüterunternehmen zählen, im Hinblick auf Engagement, eingesetzte Ressourcen und öffentliche Bekenntnisse zur Reduktion von Plastikabfall eine Vorreiterrolle einnehmen, obwohl das Problem von Einweg-Kunststoffprodukten sehr komplex ist und nicht über Nacht gelöst werden kann. Auf kurze Sicht können dadurch die Kosten steigen. Dies bleibt jedoch in einem angemessenen Rahmen und dürfte die Unternehmen vor potenziell erhöhten Risiken wie strengere Auflagen (zum Beispiel Steuern auf neu erzeugte Kunststoffe), höhere Kosten der Abfallwirtschaft oder ein Plastikverbot schützen.

Für das Problem der Einweg-Kunststoffprodukte gibt es nicht die eine Lösung. Das immense Ausmaß neu produzierter Kunststoffe und die Abhängigkeit der Gesellschaft machen das unmöglich. Alle Optionen, die zu einer Verbesserung der Problematik führen können, müssen in Betracht gezogen werden. Wir glauben, dass sich Regierungen, Verbraucher und Unternehmen an der Lösung beteiligen sollten. Auf unseren Meetings besprachen wir unternehmensspezifische Strategien und Ziele, sowie bevorstehende Herausforderungen.

Im Fall von FMCG-Unternehmen ist es kurzfristig am praktikabelsten, den Anteil an recyceltem Material in ihren Verpackungen zu erhöhen. Dies sollte die Nachfrage nach Recycling-Kunststoff steigern und zu dringend notwendigen Investitionen in die Sammel- und Recycling-Infrastruktur führen. Im Rahmen des „Global Commitment“ der Ellen MacArthur Foundation haben sich die meisten unserer Konsumgüterunternehmen, die mit Plastikverpackungen arbeiten, öffentlich dazu verpflichtet, den recycelten Anteil von Verpackungen von – in den meisten Fällen – unter 10% bis 2025-30 auf 20% bis 50% zu steigern.

Lösen lässt sich damit das Problem nicht – der größte FMCG-Verbraucher von Plastik ist für nur 2% der globalen Plastikvolumina verantwortlich. Jedoch sollte dieser Ansatz dazu

beitragen, die Unternehmen vor zukünftigen aufsichtsrechtlichen Risiken wie Steuern auf neu erzeugte Kunststoffe (Großbritannien war das erste Land, das eine solche Steuer angekündigt hat) oder Reputationsschäden zu schützen, sollten Konsumenten Marken bestrafen, von denen sie glauben, dass sie nicht genug zur Problemlösung beitragen. Diese Verpflichtungen sollten der bislang verhaltenen Nachfrage nach recyceltem Plastik deutlich Auftrieb geben.

Weitere Initiativen unserer Unternehmen beinhalten beispielsweise Partnerschaften mit und Investitionen in innovative Start-ups. Diese Start-ups erforschen neue Technologien im chemischen Recycling, zirkuläre/nachfüllbare Verpackungen oder suchen nach neuen Wegen, um die Erfassung von Plastikabfall in den Schwellenländern zu verbessern. Außerdem arbeiten sie daran, ihre Verpackungen zu vereinfachen, deren Gewicht zu reduzieren, und die Recyclingfähigkeit zu verbessern (die in vielen Fällen bereits bei 70% bis 100% liegt).

Wir ermutigten die Geschäftsführung eines unserer Getränkehersteller dazu, einen größeren Anteil seiner jährlichen wohltätigen Spenden in Projekte fließen zu lassen, die das Problem von Plastikabfall in Schwellenländern in Angriff nehmen. Das Unternehmen teilte uns mit, dass dies bereits geplant sei. Wir behalten die weiteren Entwicklungen im Auge.

Im Rahmen unseres Research bemühten wir uns, die Kosten einer Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren zirkulären Plastiklieferkette einzuschätzen. Trotz des potenziellen vorübergehenden Preisanstiegs von Recycling-Kunststoff angesichts einer erhöhten Nachfrage glauben wir, dass sich die kumulative Wirkung auf einen geringen Anteil der Umsätze im einstelligen Bereich beschränken wird.

Außerdem fanden wir heraus, dass immer mehr Unternehmen recyceltes Plastik als Marketingtool einsetzen, indem sie die Verpackung bestimmter Marken zu 100% aus recyceltem Plastik herstellen und dies auf der Verpackung und in den Medien bekanntgeben.

Wir glauben, dass dies für den langfristigen Erfolg der Marken wichtig ist. Immer mehr Konsumenten, insbesondere der jüngeren Generationen, treffen Kaufentscheidungen basierend auf Überlegungen rund um Nachhaltigkeit.



Im April 2019 lancierte Morgan Stanley seine Plastic Waste-Resolution. Damit verpflichteten wir uns zur Prävention, Reduktion und Entfernung von 50 Millionen Tonnen Plastikabfall aus Flüssen, Ozeanen, Landschaften und Deponien bis 2030. <https://www.morganstanley.com/Themes/plastic-pollution-resolution>

Der Inhalt dieser Publikation wurde nicht von den Vereinten Nationen genehmigt und spiegelt nicht die Ansichten der Vereinten Nationen oder ihrer Beamten oder Mitgliedstaaten wider. Nähere Informationen finden Sie auf der Website der Vereinten Nationen zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung unter <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals>.

Zukunftssicher

Wir stehen in Diskussion mit einem unserer Körperpflegeunternehmen zu dessen Nachhaltigkeitsstrategie. Das Unternehmen lancierte 2013 seinen umfassenden Nachhaltigkeitsplan. Wichtig dabei war, dass es die Vergütung seines CEO an die Erreichung bestimmter Nachhaltigkeitsziele knüpfte. Ein Konzept, das später auf andere Führungskräfte ausgeweitet wurde. Dies führte in den letzten fünf Jahren zu erheblichen Fortschritten nicht nur im Hinblick auf die Erreichung quantitativer Ziele, z. B. im Bereich nachhaltig beschaffter Rohstoffe. Sondern auch durch die Einrichtung interner Systeme und Prozesse zur Verbesserung der ökologischen und sozialen Leistung und zur Vorbereitung auf strengere Anforderungen der Interessengruppen.

So dauerte es beispielsweise mehrere Jahre, bis das Unternehmen ein Instrument zur Messung des ökologischen Fußabdrucks aller einzelnen Produkte entwickelt hatte. Dies wiederum ermöglichte ein kontinuierliches Programm zur Reduzierung des Produktfußabdrucks durch die Neugestaltung von Rezepturen und Verpackungen. Das Unternehmen teilte seine Methode mit dem Rest der Branche.

Eine weitere aktuelle Initiative, die durch dieses Messinstrument ermöglicht wurde, war ein einzigartiges Pilotprojekt zur Überprüfung der Umweltkennzeichnungen von Produkten. Das relative ökologische Profil des Produkts wird auf der Verpackung angegeben, ähnlich wie bei traditionellen Nährwertangaben von Lebensmitteln.

Der Verbraucher findet eine standardisierte Tabelle, in der das Produkt des Unternehmens in Bezug auf wichtige Umweltindikatoren wie CO₂-, Wasser- und Kunststoff-Fußabdruck mit dem Durchschnitt der Kategorie verglichen wird. Wir glauben, dass dies ein wirksames Mittel sein kann, um Nachhaltigkeit mit Marken-Marketing zu verbinden und somit für umweltbewusste Verbraucher relevant zu bleiben.

Es gibt weitere Beispiele für Bestrebungen dieses Unternehmens, sich für die Zukunft aufzustellen. Beispielsweise sicherte es sich bereits die notwendigen Mengen an Recycling-Kunststoff, um sein ehrgeiziges Ziel der Erhöhung des Anteils an Recycling-Material in seinen Verpackungen zu erreichen. Nachdem viel Arbeit investiert wurde, um die Auswirkungen seiner Verpackung zu minimieren, bietet das Unternehmen nun bereits die leichtesten Shampooflaschen auf dem Markt an.

Unter sozialen Aspekten betrachtet ist es eines der wenigen Unternehmen, dem von unabhängiger Seite bescheinigt wird, geschlechtsspezifische Lohnunterschiede in den letzten Jahren beseitigt zu haben - eine vom CEO geleitete Initiative.

Diese Beispiele zeigen, wie wichtig es ist, die richtige Kultur zu implementieren und dem Management die richtigen Anreize dafür zu geben, um das Unternehmen langfristig zu stärken. Das Unternehmen zählt unserer Meinung nach zu den Branchenführern im Bereich Nachhaltigkeit, indem

es diese in seiner Kultur verankert. Es hat bereits lange vor vielen anderen Akteuren in ökologische und soziale Initiativen investiert, und zwar zu einer Zeit, in der die Vorteile solcher Aktionen noch nicht so offensichtlich waren. Dank unserer intensiven Zusammenarbeit und Interaktion sind wir überzeugt, dass das Unternehmen gut aufgestellt ist für zukünftige Herausforderungen. Wir denken, dass seine Maßnahmen im ESG-Bereich möglicherweise zu seinen Wettbewerbsvorteilen gegenüber anderen Unternehmen beigetragen haben.



Untersuchung von Wertschöpfungsketten

Wir trafen uns mit einer führenden britischen Supermarktkette, um im Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Ernährung über Verbrauchertrends, regulatorische Herausforderungen und die Performance von Markenunternehmen in den Kategorien Lebensmittel und Getränke zu diskutieren. Obwohl wir dieses Unternehmen nicht in unseren Portfolios halten, gewannen wir durch das Treffen jedoch zusätzliche Einblicke aus Sicht eines großen Einzelhandelsunternehmens, anstelle der Perspektive eines Markenproduzenten.

Wir diskutierten die kürzlich von Großbritannien eingeführte Steuer auf zuckerhaltige Erfrischungsgetränke. Erfreulicherweise sind die Auswirkungen auf den Umsatz insgesamt minimal. Um den Steueranteil zu senken und damit Preiserhöhungen für den Verbraucher zu begrenzen, führten viele Produzenten erfolgreich Neurezepturen ihrer Produkte ein, um deren Zuckergehalt zu reduzieren. In Großbritannien gibt es ein gut entwickeltes Segment für kohlenstoffhaltige Diät-Erfrischungsgetränke. Obwohl die Produkte mit vollem Zuckergehalt der größten Hersteller kohlenstoffhaltiger Erfrischungsgetränke nicht neu formuliert wurden, hat sich ein Teil der Nachfrage auf die Diätversionen verlagert, die keiner Steuer unterliegen. Dies zeigt, dass Zuckersteuern wirksam zur Verringerung des Zuckerverbrauchs beitragen können. Die Steuern sind dabei nicht unbedingt ein wesentlicher Nachteil für die Hersteller, vorausgesetzt, diese investieren im Vorfeld ausreichend in den Ausbau ihrer zuckerarmen und zuckerfreien Angebote.

Das Unternehmen glaubt jedoch, dass es in Zukunft mehr steuerliche Regelungen geben dürfte, z. B. eine Ausweitung der Zuckersteuer von Getränken auf weitere Kategorien wie Süßwaren oder die Einführung einer „Junkfood“-Steuer, zu der sich die Regierungen angesichts der Konsequenzen einer zunehmenden Fettleibigkeit der Bevölkerung gezwungen sehen könnten. Auch diese Steuern werden sich wahrscheinlich auf jene Lebensmittel- und Getränkeunternehmen auswirken, die nicht genug in die Produktentwicklung investiert haben.

Hersteller von Markenlebensmitteln und -getränken werden auch durch die zunehmende Beliebtheit der Bio-, Natur- und „Free-from“-Segmente herausgefordert, die Mainstream-Marken in einigen Fällen Marktanteile abnehmen. Eine weitere Erkenntnis aus dem Meeting war, dass nach Ansicht

des Einzelhändlers sein Unternehmen diese Entwicklung durch sein Eigenmarkensortiment besser nutzen kann als Hersteller von Markenprodukten. Er ist der Meinung, dass seine ausgelagerte Produktion, bei der kleine Drittlieferanten um Eigenmarkenaufträge konkurrieren, mehr Flexibilität zulässt. Da dieser Einzelhändler keine eigenen Produktionsanlagen besitzt, kann er angesagte Produkte schneller einführen, indem er die Produktion auslagert, ohne selbst in neue Anlagen investieren zu müssen. Dieser Investitionsbedarf war seiner Ansicht nach ein Hindernis für viele Markenhersteller, die in diesen neuen Segmenten nur langsam expandierten.

Er wies auch auf die Herausforderung hin, welche die Erweiterung der Mainstream-Marken um gesündere Produktsegmente darstellt, da der Kundenstamm für diese Produkte sehr unterschiedlich ist. Daher müssen die Markeninhaber möglicherweise neue Marken entwickeln, anstatt sich auf den Wert etablierter Marken zu verlassen. Dies bestätigt unsere Ansicht, dass viele Markenlebensmittelhersteller in entwickelten Märkten, denen es nicht gelungen ist, sich an die sich ändernden Verbraucherpräferenzen anzupassen, mit einem strukturellen Markenverfall konfrontiert sein könnten, weshalb wir diesen Sektor in unseren Strategien untergewichtet haben.



Verringerung des CO2-Risikos

Im ersten Halbjahr analysierten wir zwei Zementunternehmen, die wir im Rahmen unserer International-Equity-Strategie hielten. Da Zement einer der kohlenstoffintensivsten Industriezweige ist, untersuchten wir die potenziellen Auswirkungen der Bepreisung von Kohlenstoffemissionen auf die Rentabilität dieser Akteure, nachdem wir uns 2018 mit einem der Unternehmen zusammengesetzt hatten, um die Auswirkungen der Kohlenstoffpolitik der EU auf die Branche zu erörtern. Wir erhöhten die WACC (gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten) in unseren Bewertungsmodellen, um unter anderem das potenzielle langfristige Kohlenstoffrisiko widerzuspiegeln. Außerdem verfügt eines dieser Unternehmen über zu wenige der sogenannte „Carbon Credits“ aus dem EU-Emissionshandelssystem, was seine Gewinne im Vergleich zum Rest der Branche unverhältnismäßig stark beeinträchtigen könnte.

Wir entschlossen uns dazu, diese Beteiligung aufgrund seiner benachteiligten Position zu verkaufen, da unsere neuen Modellannahmen kein Wertsteigerungspotenzial ergaben. Das zweite Unternehmen verfügt über „Carbon Credits“, die es in den nächsten Jahren schützen sollten, und ist nach wie vor attraktiv bewertet. Auf lange Sicht können höhere Kohlenstoffkosten die Konsolidierung in der Branche vorantreiben, da sich kleinere Unternehmen mit kohlenstoffintensiveren Anlagen angesichts der Verschärfung der Emissionsobergrenzen zum Ausstieg entschließen.



Überblick Stimmrechtsvertretung (12 Monate zum 30. Juni 2019)

Anzahl der Sitzungen, auf denen abgestimmt wurde	86
Gesamtzahl der Vorschläge, über die abgestimmt wurde	1.293
Abstimmungen gegen die Geschäftsleitung	7%

Quelle: ISS Proxy Exchange; MSIM

Pay X-Ray

Das International Equity Team prüft alle Vergütungsvorschläge und stimmt von Fall zu Fall ab. Unser Team stimmte in den 12 Monaten zum 30. Juni 2019 über 60 „Say-on-Pay“-Vorschläge zur Führungskräftevergütung ab:

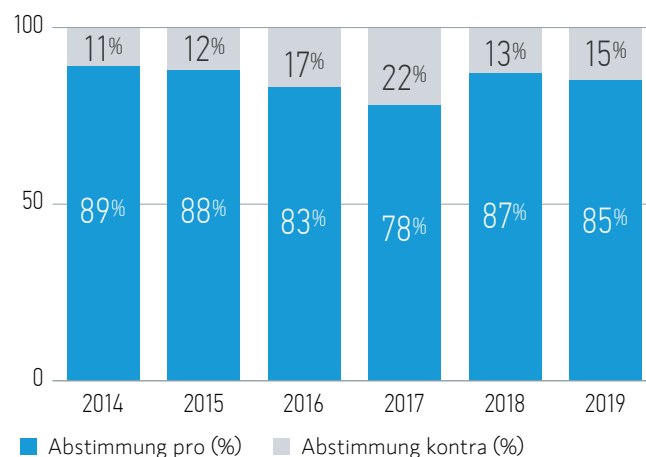
- 85% der Stimmen zugunsten des Vorschlags
- 15% der Stimmen gegen den Vorschlag

Die Gründe, warum das Team gegen „Say-on-pay“-Vorschläge stimmte, beinhalteten übermäßige Vergütungshöhe, unzureichende Gewichtung der leistungsabhängigen Vergütung, subjektive oder nicht offengelegte Managementziele, unserer Ansicht nach nicht auf die Aktionäre abgestimmte Leistungsanreize.

Die folgende Tabelle zeigt den Prozentsatz der Stimmen für und gegen vom Management vertretene „Say-on-pay“-Vorschläge, über die das Team im Zeitraum von 2014 bis 2018 abstimmte.

Abstimmungen über „Say-on-Pay“-Vorschläge zur Führungskräftevergütung

Abstimmungen 2014 – 2019 seit Jahresbeginn (12 Monate zum 30. Juni 2019)



Quelle: ISS Proxy Exchange; MSIM

Stimmrechtsvertretungspolitik

MSIM übt seine Stimmrechtsvertretungen umsichtig und sorgfältig und im besten Interesse unserer Kunden aus, einschließlich der Begünstigten und Teilnehmer eines oder mehrerer Kundenvorsorgepläne, für die der Unterberater gemäß dem Ziel der Maximierung langfristiger Anlageerträge Vermögenswerte verwaltet. MSIM beauftragt Research-Anbieter, Probleme der Stimmrechtsvertretung zu analysieren und Empfehlungen für die Abstimmung über diese Probleme

auszusprechen. Während wir uns der Empfehlungen eines oder mehrerer Research-Anbieter bewusst sind, sind wir in keiner Weise verpflichtet, diesen Empfehlungen zu folgen. Die

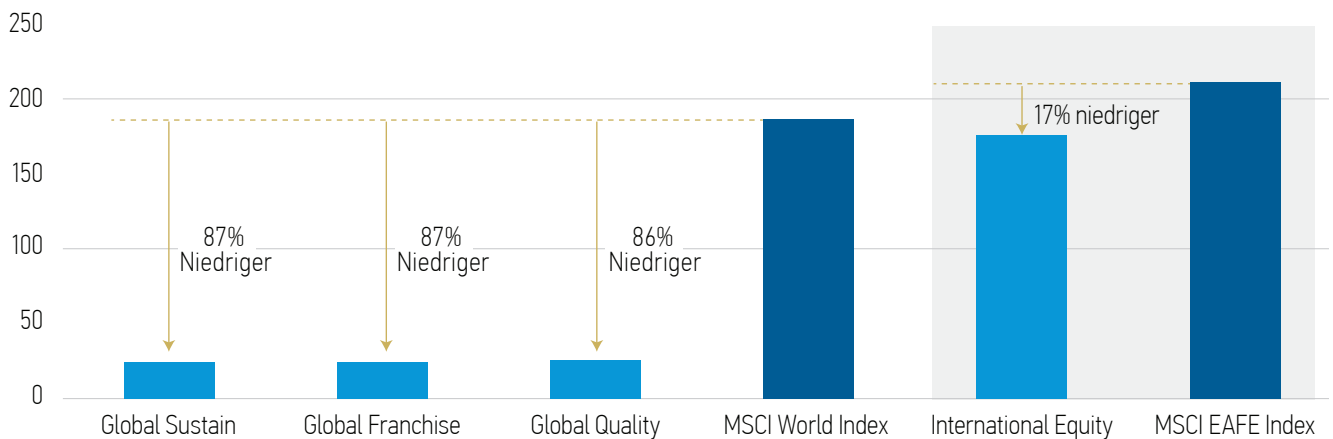
Anlageteams üben alle Stimmrechtsvertretungen auf Grundlage der Stimmrechtsausübungs-Richtlinien von MSIM im besten Interesse jedes Kunden aus.

Nennenswerte Stimmen gegen die Unternehmensleitung (12 Monate zum 30. Juni 2019)

Großes US-Medienunternehmen	Wir stimmten entgegen der Empfehlungen des Managements für den Antrag der Aktionäre, dass jeder Aktie eine Stimme zustehen sollte. Wir stimmten gegen die Ernennung von sieben Verwaltungsratsmitgliedern.
US-Hersteller von Elektrobauteilen	Wir unterstützten einen Aktionärsantrag, in dem das Unternehmen unter Widerstand des Managements aufgefordert wurde, einen Bericht über die Menschenrechtsrisiken in seinen Betrieben und seiner Lieferkette zu veröffentlichen.
Multinationales US-Technologieunternehmen	Wir stimmten entgegen der Empfehlungen des Managements für den Antrag der Aktionäre, dass auf jede Aktie eine Stimme entfallen sollte. Wir stimmten gegen das Management und unterstützten einen Vorschlag der Aktionäre, das betreffende Unternehmen zu einer Politik zu verpflichten, die ungleiche Beschäftigungspraktiken verbietet. Wir unterstützten einen Aktionärsantrag, in dem das Unternehmen gegen den Widerstand des Managements aufgefordert wurde, einen Bericht über die Politik gegen sexuelle Belästigung zu veröffentlichen. Wir stimmten für einen Aktionärsantrag, in dem das Unternehmen gegen den Widerstand des Managements aufgefordert wurde, einen Bericht über Richtlinien und Risiken im Zusammenhang mit der Content Governance zu veröffentlichen.

„Carbon light“-Portfolios

Unsere globalen Portfolios weisen in der Regel weniger als ein Fünftel der durchschnittlichen Kohlenstoffintensität der Benchmark auf. (Tonnen Kohlenstoff pro 1 Mio. USD Unternehmensumsatz)



Quelle: MSCI ESG Research; Morgan Stanley Investment Management. Die Zahlen beruhen auf dem repräsentativen Mandat jeder Strategie. Daten per 30. Juni 2019. Gemäß ESG-Research von MSCI wird die Kohlenstoffbilanz als Kohlenstoffemissionen (Scope 1 und 2) eines Portfolios pro eine Million investierter US-Dollar oder Umsätze von einer Million der Unternehmen im Portfolio definiert. Hierunter fallen sämtliche Emissionen der Portfoliounternehmen basierend auf dem Eigentumsanteil des Investors. Das Research stützt sich auf gemeldete oder geschätzte Emissionsdaten.

Risikohinweise

Es besteht keine Garantie, dass ein Portfolio sein Anlageziel erreichen wird. Portfolios sind Marktrisiken ausgesetzt, d. h. es besteht die Möglichkeit, dass der Marktwert der Wertpapiere im Portfolio zurückgeht. Anleger können deshalb durch die Anlage in diese Strategie Verluste verzeichnen. Anleger sollten beachten, dass diese Strategie bestimmten zusätzlichen Risiken ausgesetzt sein kann. Veränderungen der globalen Konjunktur, der Verbraucherausgaben, des Wettbewerbs, der demografischen Entwicklung, der Verbraucherpräferenzen, der gesetzlichen Regelungen und der Wirtschaftsbedingungen können sich auf globale Franchise-Unternehmen negativ auswirken und die Strategie stärker belasten als bei einer Investition der Strategie in eine größere Vielfalt von Unternehmen. Aktienkurse reagieren im Allgemeinen auch auf unternehmensspezifische Aktivitäten. Anlagen in ausländischen Märkten sind mit besonderen Risiken verbunden. Dazu zählen politische und wirtschaftliche Risiken sowie Währungs- und Marktrisiken. Die Aktien kleiner Unternehmen weisen besondere Risiken wie begrenzte Produktlinien, Märkte und Finanzressourcen auf. Darüber hinaus sind sie einer stärkeren Marktvolatilität ausgesetzt als die Wertpapiere größerer, etablierter Unternehmen. Die Risiken einer Anlage in Schwellenländern übersteigen jene Risiken, die mit Investitionen in ausländischen Industrieländern einhergehen. Nicht diversifizierte Portfolios investieren oft in eine beschränkte Anzahl von Emittenten. Aus diesem Grund können Veränderungen der finanziellen Situation und des Marktwerts einzelner Emittenten zu einer höheren Volatilität führen.

Fragen oder Kommentare? Bitte kontaktieren Sie:



Vladimir Demine

Vladimir.Demine@morganstanley.com

VERTRIEB: Dieses Material ist ausschließlich für Personen in Ländern bestimmt, in denen die Verteilung bzw. Verfügbarkeit des Materials den jeweils geltenden Gesetzen oder Vorschriften nicht zuwiderläuft, und wird daher nur an diese Personen verteilt.

Ireland: Morgan Stanley Investment Management (Ireland) Limited. Eingetragener Geschäftssitz: The Observatory, 7-11 Sir John Rogerson's Quay, Dublin 2, Irland. Registriert in Irland unter der Unternehmensnummer 616662. Beaufsichtigt durch die Central Bank of Ireland. **Großbritannien:** Morgan Stanley Investment Management Limited wurde von der Financial Conduct Authority zugelassen und unterliegt deren Aufsicht. Eingetragen in England. Registernummer: 1981121. Eingetragener Geschäftssitz: 25 Cabot Square, Canary Wharf, London E14 4QA. **Dubai:** Morgan Stanley Investment Management Limited (Representative Office, Unit Precinct 3-7th Floor-Unit 701 and 702, Level 7, Gate Precinct Building 3, Dubai International Financial Centre, Dubai, 506501, Vereinigte Arabische Emirate. Telefon: +97 (0) 14 709 7158). **Deutschland:** Morgan Stanley Investment Management Limited Niederlassung Deutschland Grosse Gallusstrasse 18 60311 Frankfurt Deutschland (Gattung: Zweigniederlassung (FDI) gem. § 53b KWG). **Italien:** Morgan Stanley Investment Management Limited, Milan Branch (Sede Secondaria di Milano) ist eine Zweigstelle von Morgan Stanley Investment Management Limited, einer in Großbritannien eingetragenen Gesellschaft, die von der Financial Conduct Authority (FCA) zugelassen wurde und unter deren Aufsicht steht. Der eingetragene Geschäftssitz lautet: 25 Cabot Square, Canary Wharf, London, E14 4QA. Morgan Stanley Investment Management Limited Milan Branch (Sede Secondaria di Milano) mit eingetragem Geschäftssitz in Palazzo Serbelloni, Corso Venezia 16, 20121 Mailand, Italien, ist in Italien mit der Unternehmens- und Umsatzsteuernummer 08829360968 registriert. **Niederlande:** Morgan Stanley Investment Management, Rembrandt Tower, 11th Floor Amstelplein 1 1096HA, Niederlande. Telefon: +31 (0) 20-462-1300. Morgan Stanley Investment Management ist eine Zweigniederlassung von Morgan Stanley Investment Management Limited. Morgan Stanley Investment Management Limited wurde von der britischen Financial Conduct Authority zugelassen und unterliegt deren Aufsicht. **Schweiz:** Morgan Stanley & Co. International plc, London, Niederlassung Zürich, wurde von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht („FINMA“) zugelassen und unterliegt deren Aufsicht. Eingetragen im Handelsregister Zürich unter der Nummer CHE-115.4.15.770. Eingetragener Geschäftssitz: Beethovenstrasse 33, 8002 Zürich, Schweiz, Telefon +41 (0) 44 588 1000. Fax: +41(0) 44 588 1074.

USA: Ein gesondert verwaltetes Konto eignet sich unter Umständen nicht für jeden Anleger. Konten, die gemäß der Strategie gesondert verwaltet werden, enthalten eine Reihe von Wertpapieren und bilden nicht notwendigerweise die Wertentwicklung eines Index ab. Anlegern wird geraten, die Anlageziele, Risiken und Gebühren der Strategie sorgfältig abzuwägen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen. Es ist ein Mindestanlagevolumen erforderlich. Wichtige Informationen über den Investmentmanager sind dem Formular ADV, Teil 2 zu entnehmen.

Setzen Sie sich bitte gründlich mit den Anlagezielen und -risiken sowie den Kosten und Gebühren der Fonds auseinander, bevor Sie eine Anlageentscheidung treffen. Diese und weitere Informationen über die Fonds sind im jeweiligen Verkaufsprospekt enthalten. Sie können den Verkaufsprospekt unter morganstanley.com/im herunterladen oder unter 1-800-548-7786 anfordern. Bitte lesen Sie den Verkaufsprospekt vor einer Anlage aufmerksam durch.

Morgan Stanley Distribution, Inc. ist die Vertriebsstelle der Fonds von Morgan Stanley.

NICHT DURCH DIE FDIC VERSICHERT | KEINE BANKGARANTIE | WERTVERLUST MÖGLICH | DURCH KEINE US-BUNDESBEHÖRDE VERSICHERT | KEINE EINLAGE

Hong Kong: Dieses Dokument wurde von Morgan Stanley Asia Limited zur Verwendung in Hongkong herausgegeben und wird nur „professionellen Anlegern“ gemäß der Definition in der Verordnung für Wertpapiere und Futures von Hongkong (Securities and Futures Ordinance of Hong Kong, Kap. 571) ausgehändigt. Der Inhalt wurde nicht durch eine

Regulierungsbehörde, einschließlich der Securities and Futures Commission in Hongkong, überprüft oder genehmigt. Daher darf dieses Material, außer in gesetzlich vorgesehenen Ausnahmefällen, in Hongkong nicht publiziert, in Umlauf gebracht, verteilt, an die Öffentlichkeit gerichtet oder allgemein verfügbar gemacht werden. **Singapur:** Diese Veröffentlichung versteht sich nicht (weder direkt noch indirekt) als Aufforderung an die allgemeine Öffentlichkeit in Singapur zur Zeichnung oder zum Kauf, sondern darf nur (i) institutionellen Anlegern gemäß Abschnitt 304 des Securities and Futures Act, Chapter 289, von Singapur („SFA“), (ii) einer „relevanten Person“ (u. a. einem zugelassenen Anleger) gemäß Abschnitt 305 des SFA, sofern die Weitergabe im Einklang mit den in Abschnitt 305 des SFA festgelegten Bedingungen steht, oder (iii) anderweitig nur den sonstigen geltenden Bestimmungen des SFA entsprechend weitergegeben werden. Diese Materialien wurden nicht durch die Monetary Authority of Singapore überprüft. **Australien:** Morgan Stanley Investment Management (Australia) Pty Limited ACN: 122040037, AFSL Nr. 314182, verbreitet diese Veröffentlichung in Australien und ist verantwortlich für den Inhalt. Diese Publikation und der Zugang zu ihr sind ausschließlich für „Wholesale-Clients“ im Sinne des Australian Corporations Act bestimmt.

Japan: An professionelle Anleger wird dieses Dokument nur zu Informationszwecken verteilt. Anderen Anlegern wird dieses Dokument im Zusammenhang mit Vermögensverwaltungsmandaten und Anlageverwaltungsverträgen mit Morgan Stanley Investment Management (Japan) Co., Ltd („MSIM“) zur Verfügung gestellt. Dieses Dokument dient nicht als Empfehlung oder Aufforderung für Transaktionen oder dazu, bestimmte Finanzinstrumente anzubieten. Im Rahmen eines Vermögensverwaltungsmandats definiert der Kunde grundlegende Richtlinien für die Verwaltung der Vermögenswerte und erteilt MSIM den Auftrag, alle Anlageentscheidungen auf der Grundlage einer Analyse des Wertes usw. der Wertpapiere zu treffen, und MSIM nimmt diesen Auftrag an. Der Kunde überträgt MSIM die für die Durchführung von Kapitalanlagen erforderlichen Befugnisse. MSIM übt diese Befugnisse auf der Grundlage von Anlageentscheidungen von MSIM aus, und der Kunde wird keine einzelnen Anweisungen erteilen. Alle Anlagegewinne und -verluste entfallen auf den Kunden; das Kapital ist nicht garantiert. Anlegern wird geraten, die Anlageziele und die Art der Risiken abzuwägen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen. Bei Vermögensverwaltungsmandaten und Anlageverwaltungsverträgen fällt eine Anlageberatungsgebühr an, die wie folgt berechnet wird: Der Wert des vertraglich vereinbarten Vermögens wird mit einem bestimmten Satz (max. 2,16% p. a. (inkl. Steuern)) multipliziert und das Ergebnis ins Verhältnis zur Vertragslaufzeit gesetzt. Bei einigen Strategien kann zusätzlich zu der oben genannten Gebühr eine Erfolgsgebühr anfallen. Indirekte Gebühren können ebenfalls anfallen, etwa Maklerprovisionen bei der Aufnahme von Wertpapieren. Da diese Gebühren und Kosten je nach Vertrag und anderen Faktoren unterschiedlich sind, kann MSIM die Preise, Obergrenzen usw. nicht im Voraus angeben. Alle Kunden sollten vor Vertragsabschluss die zur Verfügung gestellten Dokumente sorgfältig lesen. Dieses Dokument wird in Japan von MSIM, Registernummer 410 (Director of Kanto Local Finance Bureau (Financial Instruments Firms)) verbreitet. Mitgliedschaften: Japan Securities Dealers Association, The Investment Trusts Association (Japan), Japan Investment Advisers Association und Type II Financial Instruments Firms Association.

WICHTIGE INFORMATIONEN

EMEA: Morgan Stanley Investment Management Limited wurde von der Financial Conduct Authority zugelassen und unterliegt deren Aufsicht. Eingetragen in England. Registernummer: 1981121. Eingetragener Geschäftssitz: 25 Cabot Square, Canary Wharf, London E14 4QA, Großbritannien.

Es gibt keine Garantie dafür, dass eine Anlagestrategie unter allen Marktbedingungen funktioniert. Anleger sollten ihre Fähigkeit zu langfristigen Investitionen beurteilen, insbesondere in Zeiten eines Marktabschwungs. Anleger sollten vor der Investition die entsprechenden Angebotsunterlagen der Strategie/des Produkts lesen. Die Strategie wird in jedem der Anlageinstrumente unterschiedlich ausgeführt.

Ein gesondert verwaltetes Konto eignet sich unter Umständen nicht für jeden Anleger. Konten, die gemäß der Strategie gesondert verwaltet werden, enthalten eine Reihe von Wertpapieren und bilden nicht notwendigerweise die Wertentwicklung eines Index ab. Anlegern wird geraten, die Anlageziele, Risiken und Gebühren der Strategie sorgfältig abzuwägen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.

Bei diesem Material handelt es sich um eine allgemeine Mitteilung, die nicht neutral ist. Es wurde ausschließlich zu Informations- und Aufklärungszwecken erstellt und stellt kein Angebot bzw. keine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf eines bestimmten Wertpapiers oder zur Verfolgung einer bestimmten Anlagestrategie dar. Die hierin enthaltenen Informationen wurden nicht auf der Grundlage der individuellen Situation eines einzelnen Anlegers erstellt und stellen keine Anlageberatung dar. Sie dürfen nicht als Steuer-, Buchführungs-, Rechts- oder aufsichtsrechtliche Beratung interpretiert werden. Zu diesem Zweck sollten Anleger vor Anlageentscheidungen eine unabhängige Rechts- und Finanzberatung in Anspruch nehmen, die auch eine Beratung in Bezug auf steuerliche Folgen umfasst.

Falls nicht anders angegeben, sind die hier zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Einschätzungen die des Portfoliomanagementteams. Sie beziehen sich auf keinen Zeitpunkt in der Zukunft, sondern basieren auf der zum Zeitpunkt der Abfassung des Dokuments bestehenden Situation und werden nicht aktualisiert oder auf andere Weise berichtigt, um Informationen zu berücksichtigen, die nach dem Erstellungsdatum verfügbar werden, oder Umstände oder Änderungen einzubeziehen, die im Nachhinein auftreten.

Prognosen und/oder Schätzungen können geändert werden und müssen nicht zwingend eintreten. Informationen zu erwarteten Marktrenditen und Marktaussichten basieren auf dem Research, den Analysen und den Meinungen der Autoren. Alle Schlussfolgerungen sind spekulativer Natur, müssen sich nicht zwingend bestätigen und verfolgen nicht die Absicht, zukünftige Entwicklungen bestimmter Produkte von Morgan Stanley Investment Management vorherzusagen.

MSIM hat Finanzintermediären die Nutzung und Verteilung dieses Dokuments nicht genehmigt, es sei denn, eine solche Nutzung und Verteilung erfolgt im Einklang mit den geltenden Gesetzen und Vorschriften. Zudem sind Finanzintermediäre verpflichtet, sich zu vergewissern, dass die in diesem Dokument enthaltenen Informationen unter Berücksichtigung der Situation und Intention der jeweiligen Empfänger dieses Dokuments für diese geeignet sind. MSIM haftet nicht für die Verwendung oder den Missbrauch dieses Dokuments durch solche Finanzintermediäre und übernimmt keine diesbezügliche Haftung.

Dieses Dokument darf ohne die ausdrückliche schriftliche Zustimmung von MSIM weder vollständig noch in Teilen vervielfältigt, kopiert oder weitergegeben oder Dritten gegenüber offengelegt werden.

Alle hierin enthaltenen Informationen sind urheberrechtlich geschützt.