



## DER #GLORE50 QUARTERLY - RÜCKBLICK 2019 & AUSBLICK 2020 DIE HIGHLIGHTS AUS DER ECOMMERCE BÖRSENWELT

### DIE #GLORE50 PERFORMANCE 2019

Der globale Aktienindex für den Online Handel **GLORE50** hat das Jahr **2019** **beim Stand von 138,18 Punkten** beendet und damit knapp 35% über Vorjahr („Der #GLORE25 beendet das Jahr 2018 bei 102,48 Punkten“). Es ist zugleich der **höchste Jahres-Endstand** nach den 121,46 Punkten Ende 2017.

**GLOBAL ONLINE RETAIL - EUR ACC** WKN A14N9A | ISIN: DE000A14N9A9



Im Gegensatz zur Börsenpanik des Vorjahres konnten die GLORE50 am Jahresende noch Boden gut machen und kommen nun im Schnitt auf ein **jährliches Wachstum von knapp 8%**.

Für die GLORE50 war das Jahr 2019 eine Art Neustart (siehe unten – die 20 spannendsten Veränderungen in den GLORE50. Sie enthalten zum Jahresende 2019 – nach den vielen Börsengängen der letzten Zeit und einer ganzen Reihe von gewollten und ungewollten Auswechslungen – **34 globale Online-Handelsunternehmen**.

## DIE WAHREN GEWINNER & VERLIERER DES BÖRSENJAHRES 2019

An der Börse gab es 2019 auch im Online-Handel so gut wie nur Gewinner: Denn mit Ausnahme von **Zooplus** (-28%) haben alle, die 2018 stark verloren haben, 2019 wieder stark hinzugewonnen – allen voran **Hellofresh** (+207%), **Vipshop** (+158%) und **Zalando** (+101%).

Unternehmen	Gew.		Kurs '19	Kursentwicklung 2015	Kursentwicklung 2016	Kursentwicklung 2017	Kursentwicklung 2018	Kursentwicklung 2019
1 Hellofresh	2,9%	DE €	18,76			neu	-49%	207%
2 Vipshop	4,7%	CN \$	14,47	-28%	-28%	6%	-52%	158%
3 Zalando	9,1%	DE €	45,18	43%	0%	22%	-49%	101%
4 MercadoLibre	3,3%	US \$	583,85	-9%	37%	102%	-7%	100%
5 Boohoo	3,6%	UK £	2,98	-7%	265%	41%	-17%	89%
6 Bygghemma	1,4%	SE K	58,40				neu	81%
7 Pinduoduo	0,5%	US \$	38,15				neu	73%
8 Ocado	3,7%	UK £	12,94	-24%	-13%	50%	93%	68%
9 JD	5,6%	CN \$	35,40	34%	-21%	63%	-48%	63%
10 Alibaba	9,1%	CN \$	212,91	-22%	8%	96%	-19%	53%
11 Asos	4,3%	UK £	33,59	34%	44%	35%	-67%	52%
12 Stitch Fix	3,3%	US \$	25,60			neu	-33%	48%
13 Redbubble	1,2%	AU \$	1,13				neu	28%
14 Rakuten	2,2%	JP ¥	935,00	-17%	-18%	-10%	-29%	27%
15 Amazon	8,8%	US \$	1.846,89	117%	11%	56%	26%	25%
16 Mercari	0,6%	JP ¥	2.235,00				neu	21%
17 Tencent	2,0%	HK D	375,60				neu	21%
18 Zur Rose	1,0%	CH F	107,00				neu	19%
19 Boozt	1,4%	SE K	53,00			neu	-38%	17%
20 Shop Apotheke	1,0%	DE €	43,85			72%	-18%	16%
21 Kinnevik	1,0%	SE K	229,00	2%	-17%	27%	-23%	7%
22 Wayfair	3,0%	US \$	89,51	140%	-26%	129%	13%	-1%
23 Etsy	2,8%	US \$	44,47		43%	74%	131%	-6%
24 Zooplus	8,0%	DE €	65,40	121%	-17%	24%	-21%	-28%
25 AO World	2,8%	UK £	0,90	-44%	16%	-39%	15%	-28%
26 Secoo	0,4%	US \$	5,83				neu	-34%
27 Farfetch	0,9%	US \$	10,18				neu	-43%
28 QVC/Quarte	0,5%	US \$	8,39	-8%	-26%	22%	-14%	-60%
29 Prosus (Naspers)	4,3%	SA €	67,12	42%	-5%	71%	-16%	neu
30 Naked Wines	0,8%	UK £	2,24					neu
31 Chewy	0,3%	US \$	28,49					neu
22 Revolve	0,2%	US \$	18,35					neu
33 The RealReal	0,3%	US \$	18,05					neu
34 Cnova	0,2%	US \$	2,48					re
<b>GLORE50</b>		<b>DE €</b>	<b>138,18</b>	<b>7%</b>	<b>-4%</b>	<b>18%</b>	<b>-16%</b>	<b>35%</b>

## Die Entwicklungen in der Zweijahressicht

Das Bild für 2019 ist dabei eher trügerisch und wird sehr viel klarer, **wenn man die letzten beiden Jahre, also 2018 & 2019 zusammen betrachtet**: Da war dann **Ocado** (+226%) der klare Überflieger – vor **Etsy** (+117%) und **MercadoLibre** (+86%):

Unternehmen	Gew.		Kurs '19	Kursentwicklung 2017	Kursentwicklung 2018	Kursentwicklung 2019	Kursentwicklung 2018-19
1 Ocado	3,7%	UK £	12,94	50%	93%	68%	226%
2 Etsy	2,8%	US \$	44,47	74%	131%	-6%	117%
3 MercadoLibre	3,3%	US \$	583,85	102%	-7%	100%	86%
4 Amazon	8,8%	US \$	1.846,89	56%	26%	25%	58%
5 Hellofresh	2,9%	DE €	18,76	neu	-49%	207%	58%
6 Boohoo	3,6%	UK £	2,98	41%	-17%	89%	56%
7 Alibaba	9,1%	CN ¥	212,91	96%	-19%	53%	23%
8 VIPshop	4,7%	CN \$	14,47	6%	-52%	158%	23%
9 Wayfair	3,0%	US \$	89,51	129%	13%	-1%	12%
10 Zalando	9,1%	DE €	45,18	22%	-49%	101%	2%
11 Stitch Fix	3,3%	US \$	25,60	neu	-33%	48%	-1%
12 Shop Apotheke	1,0%	DE €	43,85	72%	-18%	16%	-5%
13 Rakuten	2,2%	JP ¥	935,00	-10%	-29%	27%	-9%
14 JD	5,6%	CN \$	35,40	63%	-48%	63%	-15%
15 Kinnevik	1,0%	SE K	229,00	27%	-23%	7%	-17%
16 AO World	2,8%	UK £	0,90	-39%	15%	-28%	-18%
17 Boozt	1,4%	SE K	53,00	neu	-38%	17%	-28%
18 Zooplus	8,0%	DE €	85,40	24%	-21%	-28%	-43%
19 Asos	4,3%	UK £	33,59	35%	-67%	52%	-50%
20 QVC/Qurate	0,5%	US \$	8,39	22%	-14%	-60%	-66%
21 Bygghemma	1,4%	SE K	58,40		neu	81%	neu
22 Pinduoduo	0,5%	US \$	38,15		neu	73%	neu
23 Redbubble	1,2%	AU \$	1,13		neu	28%	neu
24 Mercari	0,6%	JP ¥	2.235,00		neu	21%	neu
25 Tencent	2,0%	HK D	375,60		neu	21%	neu
26 Zur Rose	1,0%	CH F	107,00		neu	19%	neu
27 Secoo	0,4%	US \$	5,83		neu	-34%	neu
28 Farfetch	0,9%	US \$	10,18		neu	-43%	neu
29 Prosus (Naspers)	4,3%	SA €	67,12	71%	-16%	neu	neu
30 Naked Wines	0,8%	UK £	2,24			neu	neu
31 Chewy	0,3%	US \$	28,49			neu	neu
22 Revolve	0,2%	US \$	18,35			neu	neu
33 The RealReal	0,3%	US \$	18,05			neu	neu
34 Cnova	0,2%	US \$	2,48			re	re
<b>GLORE50</b>		DE €	<b>138,18</b>	<b>18%</b>	<b>-16%</b>	<b>35%</b>	<b>14%</b>

- > **Ocado** hatte sich 2019 **strategisch neu aufgestellt**, sich über ein Joint Venture mit Marks & Spencer **vom Food-geschäft getrennt** und als Food Techplayer nunmehr über GBP 1 Mrd an Kapital eingesammelt, um seine globalen Infrastrukturprojekte weiter voranzutreiben.
- > **Etsy** hatte neben DaWanda (quasi gratis) zuletzt **für \$275 Mio. Reverb für Musikinstrumente übernommen** und damit seine Ambitionen im Second Hand Markt untermauert.
- > Und Lateinamerikas E-Commerce-Hoffnung **MercadoLibre wurde 2019 erstmals höher bewertet als Ebay**. Dies ist nicht ganz ohne Ironie, da ebay 2016 seine Anteile an MercadoLibre für ein Bruchteil des heutigen Wertes veräußert hat.

Bestens lief es in den letzten beiden Jahren auch für **Amazon** (+58%), **Hellofresh** (+58%) und **Boohoo** (+56%), während die GLORE50 in diesem Zweijahreszeitraum von 121,46 auf 138,18 Punkte (+14%) zulegen konnte.



## Die spannendsten Entwicklungen 2019 im Überblick

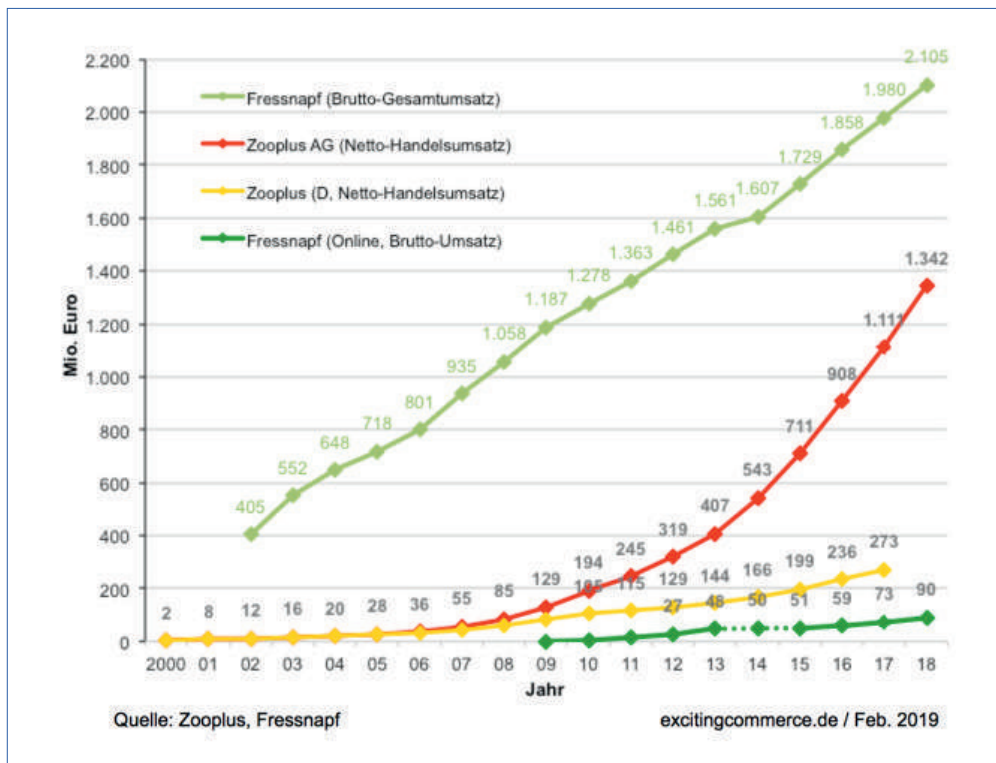
Alles in allem waren die letzten beiden Börsenjahre für langfristig Orientierte also weit weniger berauschend als es die Börsenberichterstattung vermuten lässt. **In der Zweijahressicht** (siehe oben) erkennt man auch nochmal sehr gut, warum die GLORE50 (noch) hinterherhinken:

1. So haben sich **Asos** (-50%) und die anderen Online-Modeversender von den Einbrüchen Ende 2018 **noch nicht wirklich erholt**, mit Ausnahme von Boohoo (+56%).
2. Und auch **die chinesischen Anbieter** (Alibaba (+23%), Vipshop (+23%) und JD (-15%)) haben im Vergleich zu Amazon & Co. noch **erhebliches Nachholpotenzial**.
3. Zuletzt stießen zum einen **Amazon im allgemeinen sowie Zalando mit ihrer kostspieligen Strategie gegen den Klimawandel** auf wenig Gegenliebe an der Börse.
4. Und da wäre dann noch **Zooplus** ...

## Zooplus ist die große Enttäuschung des Jahres 2019

Zu einem fast schon tragischen Fall hat sich Zooplus entwickelt, das in der Börsenbewertung inzwischen **auf dem Niveau von 2015** liegt, als es umsatzseitig noch halb so groß war wie heute. Und als einziger der vielen Börsenverlierer 2018 hat Zooplus auch 2019 weiter an Unternehmenswert verloren.

## Zooplus vs. Fressnapf Umsatzentwicklung 2000 - 2018



Allein dazu gehört schon einiges. Denn eigentlich wollte Zooplus **zum 20-Jährigen groß auftrumpfen**. Doch gefühlt hat man es außer mit ein paar beklebten zooplus-Bussen sowie Foto-PR-Aktionen für die Kunden versäumt, die eigenen Anleger in Feierstimmung zu versetzen. So bleibt die Substanz des Unternehmens zooplus aus unserer Sicht zwar weiterhin unstrittig, allerdings ist die Vermarktung eben derselben und die **Unternehmenskommunikation ein Fall für sich** („Zooplus und der neidvolle Blick auf Chewy.com“).

So erinnert Zooplus momentan an Fälle wie Ocado oder Vipshop, die ebenfalls jahrelang verkannt wurden und sich nach Jahren des Abgangs erst in jüngster Zeit zu Börsenlieblingen entwickelt haben.

Ebenfalls enttäuschend ist die Entwicklung von Asos (siehe oben), das sich allerdings in der Restrukturierung befindet und 2019 immerhin um 52% zulegen konnte.

#### **Fondsvolumen über EUR 10 Mio senkt die Gebühren unter die Zielmarke von <1%**

Stark zugelegt hat der GLORE-Fonds jedoch beim **Fondsvolumen**, das seit Februar 2019 dauerhaft über **10 Mio Euro liegt**. Damit zählt der **Global Online Retail Fonds** zu den größten Spezialfonds.

Entsprechend sind in diesem Jahr auch **die Fondsgebühren um knapp 20% gesunken** und liegen jetzt unter **der Zielmarke von 1%**. Es handelt sich dabei um die reinen Verwaltungsgebühren. Der An- und Verkauf der Fondsanteile waren seit jeher gebührenfrei und sind jederzeit möglich.

---

## **INVESTMENTTHESEN & SEGMENTAUSBLICK 2020**

Losgelöst von der politischen und weltwirtschaftlichen Großwetterlage gehen wir für 2020 von den folgenden Investmentthesen für die GLORE50 aus:

- > Die vielen Börsengänge in 2019 haben den Pool an potentiellen Kandidaten erweitert, so dass wir unserem Ziel, die besten 50 globalen digitalen Handelsunternehmen in einem Index abzubilden, auch 2020 weiter näher kommen werden.
- > Im **Food- und Delivery-Segment** („Nahversorgung“) sehen wir weiterhin **sehr großes Wachstumspotential** und haben mit Ocado und HelloFresh auch zwei sehr starke Player im Fonds vertreten.
- > Das **Fashion-Segment** hat noch immer seit der Asos-Krise weiter großes Aufholpotential und bietet **Wachstumschancen für 2020**.
- > Und die **Schwergewichte in den GLORE50** haben ebenfalls noch **Luft nach oben**. Dies betrifft neben amazon und zalando vor allem die gebeutelte zooplus. Hier sehen wir wie beschrieben ein klares Vermarktungsproblem in Richtung Anleger.
- > Und auch 2020 wird uns das eine oder andere Unternehmen wieder überraschen – im Positiven wie im Negativen. Der von uns gewählte **Portfolioansatz bestätigt** sich aber dadurch umso mehr. Denn „who would have guessed the outperformance of Ocado or Mercado Libre two years ago? Exactly ;)“

Mit besten Grüßen und Wünschen für ein erfolgreiches Börsenjahr 2020

**Jochen Krisch & Sven Rittau**



## ÜBER DIE #GLORE50

Die GLORE50 basieren auf dem [Global Online Retail Fonds](#), der am 1. Oktober 2015 auf unsere Initiative hin als bewusst breit gestreuter Branchenfonds für den globalen Online-Handel an den Start gegangen ist. Wir stehen ihm seitdem beratend zur Seite mit Analysen und Einschätzungen, was die Zusammensetzung sowie die Auswahl und Gewichtung relevanter Unternehmen angeht.

---

## HINWEIS ZUM GLOBAL ONLINE RETAIL FONDS

Wir haben den [Global Online Retail Fonds](#) 2015 mit Unterstützung der E-Commerce-Branche als offenen Branchenfonds initiiert, so dass jeder am Wachstum der Branche [partizipieren](#) kann. Unser Fonds-Modell „Von Experten für Experten für alle“ arbeitet so kostenschonend wie möglich und verzichtet bewusst auf Ausgabeaufschläge, sodass ein An- und Verkauf jederzeit problemlos möglich ist.

Gestartet mit 2,5 Mio. Euro beträgt das Fondsvermögen aktuell fast 10 Mio. Euro. Unsere Rolle ist dabei beratender Natur, was die Auswahl, strategische Einordnung und Gewichtung relevanter E-Commerce-Unternehmen angeht. Und so sehr wir uns über die bisherige Entwicklung freuen, sagt die vergangene Entwicklung bei Aktien/Fonds nichts über die zukünftige Entwicklung aus.

Wer die Entwicklung mitverfolgen will: Tägliche Updates und Anmerkungen gibt es mittlerweile auch auf Instagram bei den [GLORE Days](#) sowie regelmäßig im Podcast [GLORE Insights](#).