

de Duitse 10-jaars staatslening die op dit moment tegen 0,3 procent rente handelt.”

4 We vinden weinig traditionele waardebeleggingen in de portefeuille.

“Dat is juist. De ‘waarde’ van de aandelen die wij selecteren zit in de groei die wij verwachten. Een bedrijf vinden dat in het verleden is gegroeid, kan iedereen met een database. De vraag is of een bedrijf waarde kan blijven creëren door te groeien. Om deze vraag te beantwoorden, moet je alles weten wat los en vast zit. Je ontkomt er niet aan om in het vliegtuig te stappen om het management te spreken. Welke bewegende delen zorgen dat je over vijf jaar daar staat waar je wilt staan?”

In onze portefeuille zitten marathonlopers die in staat moeten zijn door de hele cyclus met gemiddeld 10 à 15 procent te groeien.

‘HET AANDEEL SIMCORP IS OP CIRCA 30 KEER DE WINST NIET GOEDKOOP, MAAR HET BEDRIJF HEEFT NAUWELIJKS CONCURRENTIE EN EEN ENORM POTENTIEEL IN DE VERENIGDE STATEN’

Beleggers in ons fonds mogen ons afrekenen op de onderliggende winstgroei van de bedrijven in onze portefeuille. Dat zegt meer dan beurskoersen.”

5 Wat is uw favoriete belegging in de portefeuille?

“We kijken over het algemeen uit met tips geven.

Maar Simcorp is de grootse positie in onze portefeuille. Dit Deense bedrijf maakt boekhoudsoftware voor financiële instellingen.

Toen Lehman Brothers in 2008 omviel, werkte één klant, de Britse vermogensbeheerder Schroders, met twee systemen. Het systeem van Simcorp wist binnen 10 minuten de blootstelling aan de bank te berekenen, terwijl het andere systeem twee dagen nodig had en uiteindelijk met verkeerde cijfers op de proppen kwam.

Het aandeel is op circa 30 keer de winst niet goedkoop, maar het

bedrijf heeft nauwelijks concurrentie en een enorm potentieel in de Verenigde Staten. Niet alleen hebben alle medewerkers aandelen, ook de grote klanten. De financiële instellingen willen dat Simcorp blijft investeren in de software zodat aan alle nieuwe eisen van toezichhouders kan worden voldaan.”

6 U zit ook in lingeriebedrijf Van de Velde. Wat maakt dat bedrijf uniek?

“Iedereen denkt: een lingersetje van 120 euro koop je niet iedere dag. Maar de loyaliteit van klanten is extreem hoog, omdat bij merken als Prima Donna de pasvorm doorslaggevend is. Een klant die weet dat een BH goed zit, zal in de toekomst setjes blijven kopen.

Wat verder aanspreekt, is dat het aandeelhouderschap verdeeld is over de twee oprichtersfami-

Juno-hoofdkwartier Villa Maarheeze in Wassenaar

