

Finanz nVest

Ein Magazin der Invest Gruppe

Suol Music

Never let a good crisis go to waste

„Sustainable Hidden Champions“:
Nachhaltigkeit made in Germany?





Editorial

Ein herbstliches Moin aus Hamburg,

der Fokus der letzten Tage und wahrscheinlich auch der nächsten Zeit liegt auf unserer Hauptstadt Berlin. Die Wahl und die nun folgenden Gespräche zur Regierungsbildung haben bzw. werden uns noch einige Zeit beschäftigen. Ob man nun die Kandidaten der jeweiligen Parteien mehr oder wenig überzeugend findet, ist ja Geschmack- und Ansichtssache. Allerdings kann man feststellen, dass es zumindest eine sehr spannende Angelegenheit bleibt.

Spannend waren auch über den Sommer hinweg die Kapitalmärkte, das ist ja normalerweise eine sonst eher ruhige Zeit. Diesen Sommer haben uns allerdings die weitere Erholung der Weltwirtschaft, die Inflation und zuletzt die Krise des chinesischen Immobilienkonzerns Evergrande und die möglichen Auswirkungen auf die Märkte auf Trab gehalten. Mehr dazu in unserem Kommentar auf den Seiten 3 & 4.

Der Blick auf die Hauptstadt zieht sich wie ein roter Faden durch unsere aktuelle Ausgabe.

Der „Fonds im Fokus“ ist ein innovatives Produkt einer Berliner Fondsboutique, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, „Investoren mit Verantwortung und gesundem Menschenverstand Möglichkeiten und Zugänge zu verschaffen Ihre Gelder nachhaltig zu investieren“ – Aussage auf der Firmenhomepage. Die Ergebnisse des Fonds, der übrigens Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie „hvest N“ ist, zeigen deutlich, dass das Thema Nachhaltigkeit den Kapi-



Sven Nowroth
Geschäftsführer
hvest-Gruppe

talmarkt anhaltend prägt. Und auch, dass wir bei der Fondsauswahl für unsere Strategien das richtige Gespür und die notwendige Expertise haben.

Die Kundenstory kommt ebenfalls aus der Hauptstadt und beeindruckt uns durch die Flexibilität und Kreativität der Gründer und Eigentümer des Musiklabels Suol. Sie zeigt, was alles möglich ist, wenn man Herausforderungen unserer Zeit als Chancen und nicht als Problem betrachtet. Wir finden das passt gut zum Thema Investieren und somit auch zu uns.

Zu guter Letzt möchten wir noch die Gelegenheit nutzen und unser neues Mitglied im Team hvest begrüßen. Niklas Horváth ist seit Anfang Oktober mit an Bord und ist Ihr Ansprechpartner im Bereich Versicherungen und Vorsorgelösungen. Einen guten Eindruck von ihm können Sie sich auf Seite 6 machen.

**Viel Freude mit der zweiten Ausgabe!
Ihre Sven Nowroth**

Impressum

Herausgeber & Verleger

nVest Vermögensberatungs GmbH
Hans-Henny-Jahn-Weg 17
D-22085 Hamburg

Telefon: +49 40 375 071-00
Fax: +49 40 375 071 09

E-Mail: service@hvest.com
Internet: www.hvest.com

Autoren

Sven Nowroth (Chefredakteur)
Florian Nowacki
Niklas Horváth

Anzeigen

Leevke Lewandowski,
Telefon: +49 40 3750 71-00

Layout & Grafik

Andreas Koeniger
grafik@andreaskoeniger.de

Erscheinungsweise

2x pro Jahr

Druck

RESET ST. PAULI Druckerei GmbH
Virchowstraße 8, 22767 Hamburg



LOKAL GEDRUCKT
Reset St. Pauli
in Hamburg

Bilderquellen

Seite 1: Camille Blake - Seite 2: hvest; AdobeStock - Seite 3: avesco Financial Services AG - Seite 4 & 5: AdobeStock; Grafiken: hvest - Seite 6: AdobeStock - Seite 7: Camille Blake

Hinweis

Die Artikel dieses Magazins stellen keine Anlageberatung unter Berücksichtigung der individuellen Verhältnisse und Wünsche des Kunden dar. Bei Bedarf kommen Sie bitte auf uns zu.





avesco Sustainable Hidden Champions Equity
 Wertpapierkennnummer (WKN: A1J9FJ)
 Teilfonds der invest N Strategie



Strategiefonds im Fokus

„Wir sind stolz auf unsere eigene Nachhaltigkeitsanalyse“

Innovationsstark, marktführend, international operierend – und trotzdem unbekannt? Auch wenn diese Kombination von Eigenschaften auf den ersten Blick überraschend wirken mag, beschreibt sie ziemlich genau, was „Hidden Champions“ auszeichnet. Hidden Champions sind mittelständische, wenig bekannte Unternehmen, die in ihren Nischen hochspezialisiert sind und zu den Top 3 des Welt- oder Kontinentalmarkts gehören. Obwohl es in Deutschland nur ca. 1.500 Hidden Champion Unternehmen gibt, erwirtschaften diese rund ein Viertel des deutschen Exportvolumens.

Das Berliner Wertpapierinstitut avesco Financial Services AG hat das Potential dieser Unternehmenselite früh erkannt und im Jahr 2015 den avesco Sustainable Hidden Champions Equity Fonds aufgelegt. Im Gespräch mit Gründer und CEO Oliver N. Hagedorn erfuhren wir, was ihm an dem Phänomen Hidden Champion fasziniert und welche Rolle das Thema Nachhaltigkeit spielt.

invest: Herr Hagedorn, wie sind Sie auf die Idee des Sustainable Hidden Champion Fonds gekommen?

Oliver N. Hagedorn: Ein Unternehmer diskutierte mit mir den Erwerb eines Unternehmens, das auf die Produktion von Biodiesel spezialisiert war. Er fragte, ob das ein nachhaltiges Geschäftsmodell sei. Dieser Impuls führte dazu, dass ich mich erstmals intensiv mit der Frage, was Nachhaltigkeit bedeutet, beschäftigt habe. Es folgte 2011 eine Studienarbeit an der TUM und wir entwickelten eine eigene Methode, um die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens zu bewerten. Nachdem das Projekt abgeschlossen war, stellte sich die Frage, was tun mit dem neuen Wissen. Da erinnerte ich mich an einen Vortrag von Prof. Hermann Simon, den Schöpfer des Begriffs Hidden Champions und die Idee war geboren, diese Unternehmen auf Ihre Nachhaltigkeit hin zu überprüfen und über einen Fonds investierbar zu machen.



Oliver N. Hagedorn
avesco

invest: Laut eigenen Angaben finden sich in Ihrem Fonds nur „die nachhaltigsten Hidden Champions der deutschsprachigen Region“ – wie stellen Sie das sicher?

Oliver N. Hagedorn: Wir haben eine eigene qualitative Nachhaltigkeitsmethode entwickelt, die die ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit eines jeden Unternehmens überprüft. Nur wenn das Unternehmen auf allen Ebenen der Nachhaltigkeit ausgewogen glänzt, kommt es in den Fonds. Wir sind sehr stolz darauf, die Nachhaltigkeitsanalyse inhouse und im Dialog mit den Unternehmen zu bestreiten und keine eingekauften ESG-Daten für die Portfoliozusammenstellung zu verwenden. Wir sind so immer akunfts bereit, wenn eine Kundin oder ein

Kunde tiefergehenden Fragen zur Nachhaltigkeit eines Hidden Champion Unternehmens hat.

invest: Lassen Sie uns gerne konkret werden. Haben Sie ein Beispiel für einen nachhaltigen Hidden Champion aus Ihrem Fonds?

Oliver N. Hagedorn: Da fällt mir direkt ein spannendes Unternehmen aus der Textilwirtschaft ein. Die Lenzing AG ist Weltmarktführer in der Herstellung von holzbasierten Cellulosefasern. Aus ökologischer Sicht gibt es zahlreiche Gründe, auf holzbasierte Fasern anstelle von Baumwollfasern zu setzen (siehe Abbildung). Durch den großen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit trifft Lenzing stark den Zahn der Zeit: Einerseits steigt in der Modeindustrie die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und Marken. Andererseits ist stark davon auszugehen, dass Wasserknappheit, Artensterben durch exzessive Nutzung von Pestiziden und die Flächenknappheit durch das Bevölkerungswachstum in Angebotsknappheit und Preissteigerungen bei Baumwolle münden werden. Die Nachfrage nach nachhaltigen Alternativen wird steigen. «

Ökobilanzen der Materialien

	 Baumwoll-Faser	 Holz-Faser
Wasserverbrauch pro T-Shirt (250 gr.)	2.750 Liter	140 Liter
Anbaufläche pro T-Shirt (250 gr.)	6 m²	0,6 m²
Einsatz von Pestiziden	1/4 aller Pestizide auf 1/40 der weltweiten Ackerfläche	Kein Einsatz
Transportwege	Lang	Kurz



„Sand im Erholungsgetriebe“

Das dritte Quartal hat sich einen ganzen Strauß an Themen aufgespart. Während die erste Jahreshälfte geprägt war von guten Erholungsnachrichten, kommt nun zum Herbst Sand ins Getriebe der Kapitalmärkte.

Evergrande, Inflation, Zinsen – alles auf einmal

Kommt die neue Lehmann- Story aus dem Osten? Wir meinen eher nein, sind aber wei-

terhin sehr aufmerksam bei diesem Thema. Unserer Meinung nach kann eine Pleite dieses riesigen Immobilienkonzerns eher nachgelagerte Folgen für das Wachstum der chinesischen Volkswirtschaft haben, die dann auch wellenartig Auswirkung auf alle anderen Volkswirtschaften haben könnte und zu einer weiteren Verlangsamung des globalen Wirtschaftswachstums führen könnte. Dauerbrenner bleibt die Uneinigkeit bei der Einschätzung der Inflationsentwicklung: Bleibt

es ein kurzfristiges Phänomen oder haben wir eine dauerhaft hohe Inflationsrate? Wir wissen es auch nicht, haben aber unsere defensive, inflationsunsensiblere Aktienquote um 10% erhöht.

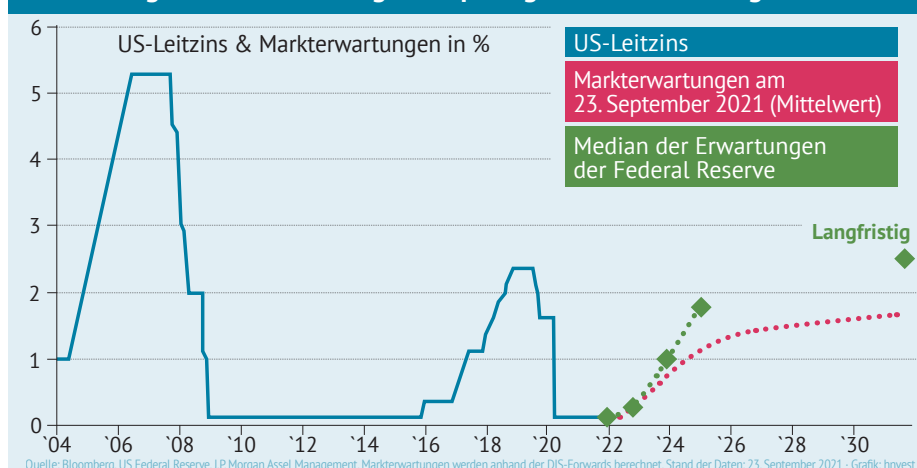
Rückkehr des Leitzinses

Die FED (US-Notenbank) macht ernst und plant ein Zurückfahren des Anleihenkaufprogramms noch im November sowie eine erste Zinserhöhung im kommenden Jahr. Ob es dann tatsächlich so kommt, bleibt abzuwarten, schließlich ist die Pandemie und die weitere Entwicklung der Ausbreitung der Delta-Variante in den USA noch relevant und die o.g. Themen spielen je nach Verlauf auch eine Rolle. Allerdings erklärte die FED jüngst, dass die Reduzierung der Anleihenkäufe „bald gerechtfertigt“ sei. Die Planungen sehen also derzeit eine schrittweise Erhöhung des Leitzinses bis Ende 2024 auf 1,75% vor. Es bleibt spannend, ob die US-Notenbank diesen straffen Kurs beibehält und welche Signalwirkung dies auf die anderen Notenbanken hat.

Aktueller Marktkommentar zum 3. Quartal „hInvest A“:

Die weitere Erholung der Weltwirtschaft, deren Tempo in den verschiedenen Regionen (auch bedingt durch die Delta-Variante) »

Die Fed signalisiert ihren Weg für Tapering und Zinserhöhungen





Unsere Strategien

Die Ergebnisse 31.12.2020 bis 30.09.2021

- „hinvest A“ +10,24 %
- „hinvest R“ +3,62 %
- „hinvest N“ +8,18 %



Die Fed plant Zinserhöhungen im Frühjahr

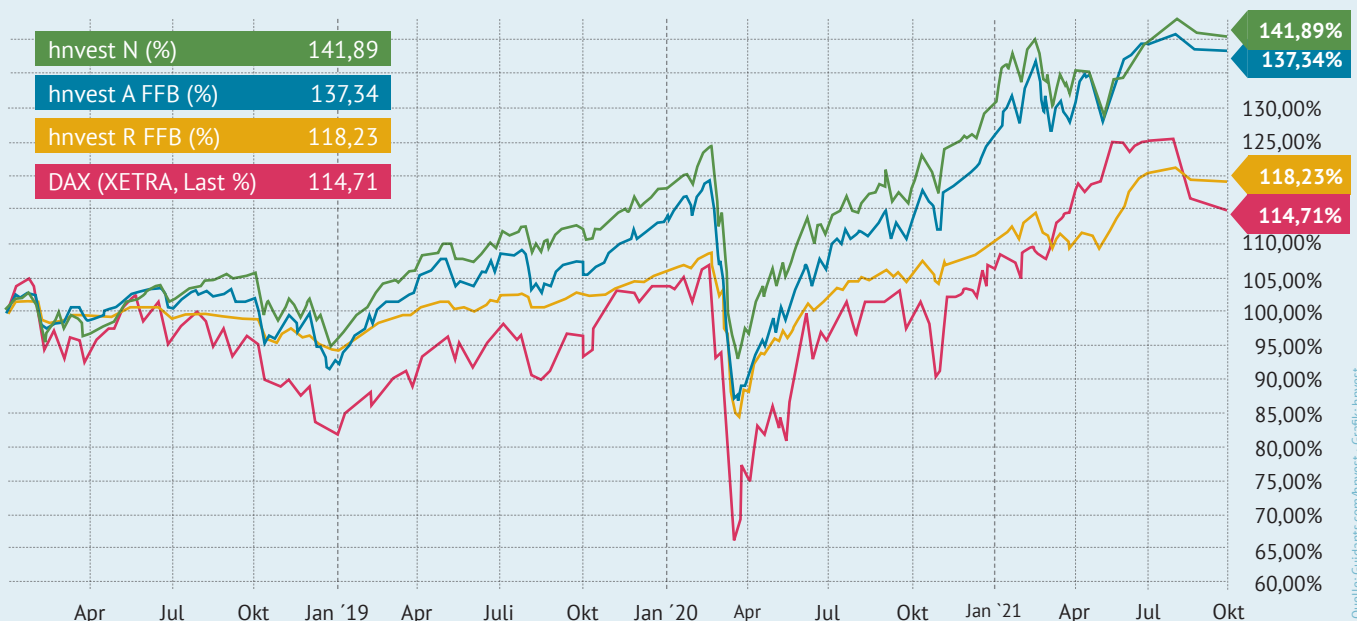
Sven Nowroth, hinvest

und die Entwicklung der Inflation waren die vorherrschenden Themen im dritten Quartal. Aktuell werden außerdem die geplanten Maßnahmen zur Rückkehr einer restriktiveren Finanzpolitik durch die FED diskutiert. Letzteres ist die wohl wichtigste Nachricht des Jahres, stellt sie doch den Anfang einer Kehrtwende in der ultralockeren Geldpolitik dar, die durch die Coronapandemie nicht nur verlängert, sondern auch ausgeweitet wurde. Starten könnte das sog. Tapering

schon im November dieses Jahres und könnte im Frühjahr des nächsten Jahres schon mit der ersten leichten Zinserhöhung weitergehen. Wir haben uns, auch wegen der unklaren Aussicht auf die Inflationsentwicklung, dazu entschlossen die Quote an Wachstumswerten zu reduzieren und haben den inflationsrobusteren Anteil an Substanz- und Dividendenwerten und Pharma- bzw. Health-Care-Titeln um jeweils 5% erhöht. (JPM Gl. Dividend & nova steady Health Care). «

Unsere Strategien seit Auflage (01.01.2018)

Stand: 01.10.2021



Quelle: Guidants.com/hinvest - Grafik: hinvest



Wenn versichern, dann bitte richtig

Bereits im letzten Magazin haben wir angesprochen, weshalb es Sinn ergeben kann, bestimmte Versicherungen zu haben. In der stetigen Entwicklung unserer Firma haben wir uns daher in diesem Feld weiter professionalisiert. Konkret bedeutet das für Sie, dass ich, Niklas Horváth, als weiterer Ansprechpartner ab sofort zur Verfügung stehe um die immer komplexer werdenden Ansprüche unserer KundInnen in dem gewohnten hohen Maße gerecht zu werden.

In meinem dualen Studium, bei einem der größten Versicherungskonzerne in Deutschland, habe ich zum einen das komplette Rüstzeug des Versicherungskaufmannes, als auch die Instrumente des Betriebswirtes an die Hand bekommen, welche es braucht, komplexe KundInnen-Bedürfnisse erkennbar zu erfassen und vor allem zu realisieren.

Bei meiner neuen Aufgabe als Ihr Makler habe ich die Möglichkeit, auf Ihrer Seite des Tisches und nicht als Vertreter des Konzerns auf der anderen Seite Platz zu nehmen. Dies war auch das für mich ausschlaggebende Argument, weshalb ich der nVest Familie beigetreten bin. Ich freue mich darauf, die für Sie beste Gesamtlösung zu erarbeiten und die Versicherer dahingehend herauszufordern.

Genau wie wir bei der nVest den Bereich des Vermögensaufbaus als Gesamtkonzept betrach-



Niklas Horváth
Versicherungen &
Vorsorge, hinvest

ten, behandeln wir Ihre Vermögensabsicherung ebenfalls ganzheitlich. Dabei bauen wir auf die gesetzlichen Pflichtversicherungen, wie der Kranken- und Rentenversicherung für Angestellte auf. Je nach Bedürfnissen, Aktivitäten, Familien-, oder Berufsstand, ergeben sich eine Reihe an „Sollte-Haben“-Versicherungen. In der Regel die Privathaftpflicht-, Berufsunfähigkeits-, oder Sachwertversicherungen (Gebäude- und Hausratversicherung). Nach genauer Betrachtung Ihrer Risikosituation, kommen dann gegebenenfalls noch „Kann-Haben“-Versicherungen in Frage. Zu diesen zählen u.a. eine Unfall-, Rechtsschutz-, Risikolebensversicherung, oder auch Krankenzusatztarife. Insgesamt gilt für mich die Maxime: Versichert werden sollten nur Risiken, die tatsächlich relevant werden, also realistisch eintreten können. Und selbst dann nur, wenn der Schadenfall nicht durch vorhandene Barmittel einfach selbst behoben werden kann. Eine Richtlinie, die, wenn man ihr folgt, vor Überversicherung schützt, gleichzeitig aber auch aufzeigt, welche Risiken besser

abgesichert werden sollten, um keine finanzielle Gefahr einzugehen.

Dabei habe ich immer wieder bemerkt, dass Absicherungswünsche nicht immer auf rationalen, vermögenserhaltenden Gründen basieren, sondern schnell Emotionen die Oberhand gewinnen. Und bei wenig sind wir Deutschen so emotional, wie bei unserem liebsten Kind, dem Auto. Im Kaskobereich sind unsere KundInnen durchschnittlich bereit 2 % des Wertes ihres Autos an jährlicher Prämie für die KFZ-Versicherung aufzubringen. Und das für ein Objekt, dass in der Regel jedes Jahr an Wert verliert - bei Neuwagen oft 25% allein im ersten Jahr.

Dieses Verhältnis zwischen dem Eigentumswert auf der einen, gegenüber der jährlichen Versicherungsprämie auf der anderen Seite, wird an anderen Stellen weit weniger großzügig behandelt. Gravierend ist dies vor allem bei den eigenen vier Wänden. Im Gegensatz zum Auto, steigen die Werte der eigenen Immobilie mit jedem Jahr. In den letzten fünf bis zehn Jahren und je nach Lage und Zustand der Immobilie, lag der Wertzuwachs sogar oft im zweistelligen Prozentbereich pro Jahr. Und obwohl die eigene Immobilie nicht nur eine stabile Wertanlage ist und einem sogar noch Wohnraum bedeutet, sind KundInnen hier selten bereit auch nur 0,5 % des Wiederherstellungswertes in die Absicherung zu investieren. Ob dies immer bedarfs- und risikogerecht ist, bleibt dabei fraglich.

Meist kommt die Notwendigkeit, sich mit solchen Fragen auseinanderzusetzen erst dann, wenn es schon fast zu spät ist. Wir alle erinnern uns an die Bilder aus Erfstadt, Altenahr und anderen Städten und Gemeinden in Westdeutschland, die diesen Sommer von der Flutkatastrophe eingeholt wurden. Aktuelle Schätzungen gehen von 6,5 Mrd. € Schäden aus - nur an den Gebäuden. Der Hausrat ist dort noch gar nicht eingerechnet. Wir werden in den kommenden Jahren immer wieder und anscheinend immer extremer mit solchen Wetterereignissen zu tun haben. Allgemein wissenschaftlich bestätigt, sind dies die ersten Folgen des Klimawandels, mit denen wir zukünftig umgehen müssen.

Somit erreichen uns verstärkt Nachfragen zum Status der Absicherung der eigenen Immobilie – ob selbst bewohnt oder vermietet. Da ist die Verwunderung dann teils recht groß, wenn wir nach Durchsicht der Unterlagen darüber aufklären müssen, dass solch elementare Schäden gar nicht versichert sind. Solche Risiken, das Wortspiel lässt es vermuten, müssen in der Regel über eine zusätzliche Elementarschaden-Deckung miteingeschlossen werden. Aktuell verfügen nur 40% der Wohngebäudeversicherungen über diesen Einschluss.

Unser Ansatz ist auch hier wie folgt: nicht jedes Gebäude, jedes Hab und Gut, muss gegen alle erdenklichen Risiken abgesichert werden. Und ich freue mich auf die kommenden Gespräche um herauszufinden, wann eine Versicherung Ihnen einen wirklichen Mehrwert bietet. **Ihr Niklas Horváth**



Herausforderungen sind immer eine Inspiration für Kreative



Die Gründer des bekannten Berliner Musiklabels „Suol“, Chi-Thien Nguyen und John Muder, haben bereits vor über 20 Jahren durch eine glückliche Fügung in Hamburg zusammengefunden. Chi-Thien war damals als selbstständiger Musikproduzent aktiv, John als nebenberuflicher DJ.

Seit geraumer Zeit begleitet Florian Nowacki die beiden und sprach für „Finanz nVest“ mit ihnen darüber, wie es zu den Anfängen Ihrer Zusammenarbeit kam, weshalb sie ein Herz für unbekanntere Künstler haben und warum sie als Musiker nun auch Filme produzieren.

Wie habt ihr euch kennengelernt?

Thien: Über eine gemeinsame Freundin. Sie sagte mir, dass sie einen DJ in Hamburg kenne, der ganz gut zu mir passen könne.

John: Zu mir hat Sie fast dasselbe gesagt. Allerdings mit einem Produzenten anstelle des DJs.

Thien: Nach der ersten Begegnung haben wir uns immer mal wieder sporadisch auf einen Kaffee oder ein Bier getroffen, zusammen Musik gemacht und Spaß gehabt. So konnten wir uns ein wenig näher kennenlernen und schauen, ob es zwischen uns passt.

Wann und wie wurde es dann konkret?

Thien: Anfang 2002 haben wir begonnen, gemeinsam aufzulegen. Zu Beginn immer in verschiedenen Clubs, z. B. im „Morphine“.

John: Dabei haben wir allerdings sehr schnell festgestellt, dass wir recht unzufrieden mit der Arbeit der Gegenseite waren. So haben wir 2005 mit „Criminal Records“ unser erstes eigenes Label gegründet, um uns selbst zu vermarkten. Unsere erste Release, also die Veröffentlichung unter diesem Label, erfolgte im selben Jahr. Kurze Zeit später haben wir mit einem Hamburger Musikunternehmer gemeinsam das Label „Baalsaal“ sowie den gleichnamigen Club gegründet. Dort gab es 2007 die ersten Veröffentlichungen.

Thien: Zu dem Zeitpunkt habe ich allerdings schon eine ganze Weile in Berlin gewohnt und gearbeitet. Durch die örtliche Entfernung ergab sich auch die Trennung bzw. das Rebranding von „Baalsaal“ zu „Suol“ im Jahr 2010.

Was war die ursprüngliche Idee, die hinter „Suol“ steckt?

John: Grundsätzlich wollten wir eine familiäre Plattform gründen, um auch unbekannteren Künstlern eine Bühne zu bieten.

Thien: Wir sind nach Berlin gezogen und haben dort wahnsinnig viele gute Künstler kennengelernt. Grundgedanke war, dass wir ihnen ihre künstlerischen Freiheiten lassen, da wir selbst bei unseren ersten Gehversuchen in der Musikindustrie leider gegenteilige Erfahrungen machen mussten. Diese Lehren wollten wir unseren eigenen Künstlern ersparen, indem sie von unserem Know-how profitieren. Die Zeit damals war extrem intensiv und immer sehr fruchtbar.

Beim Stöbern im Internet findet man allerdings einen echten „Mainstream Artist“ in eurer Historie. Wie kam es dazu?

John: Wir haben damals mehrere Tracks produziert, zu denen wir einen Vocal brauchten. Fritz Kalkbrenner war uns bereits als solcher bekannt. Der Kontakt zu ihm kam über Alexander Kowalski,

mit dem wir zu diesem Zeitpunkt beide zu tun hatten. So kam eins zum anderen.

Thien: Er hatte viele kurze Skizzen und Ideen, die John und ich vorsortiert haben. Letztlich haben wir ihm alles produziert, editiert, aufgenommen und final abgemischt, wobei die Texte hauptsächlich von ihm kamen.

John: Zu Beginn war es nur ein Vertrag über zwei Alben. Allerdings mit der Option, ein weiteres Album zu machen. Diese Option wurde tatsächlich ein paarmal gezogen, sodass wir letztlich fünf Alben zusammen produziert haben.

Dann kam 2020 Corona und damit für die Event-Industrie eine Katastrophe. Wie seid ihr dieser Herausforderung begegnet?

John: Wir hatten gerade die Planung der einzelnen Events für die „Hallo Montag“-Serie für 2020 gemacht, die in den Jahren zuvor immer vom 1. Mai bis zum 3. Oktober ging. Aber dann kam der Lockdown. Erst einmal wussten auch wir nicht, was passiert und wie es wird.

Doch glücklicherweise kam kurz darauf ein Freund der „Clubcommission e.V.“ auf uns zu und fragte, ob wir aufgrund unserer Erfahrung das Format „Unit-



Foto: Camille Blake

Anschließend kam die sehr erfolgreiche Zeit eurer „Hallo Montag“-Serie. Was war der Anlass dafür?

Thien: Wir haben am 1. Mai 2017 – einem Montag – eine Party im Hinterhof des Prince Charles veranstaltet. Es sollte eine lockere Party ohne Eintritt unter freiem Himmel werden. Wir haben mit rund 200 Gästen gerechnet, es kamen allerdings über 2000! Diese Resonanz hat uns so überwältigt, dass wir das Event unbedingt fortsetzen wollten. Also haben wir direkt danach eine Location gesucht und mit dem „IPSE“ schließlich auch gefunden.

John: 2018 haben wir begonnen, diese „Hallo Montag“-Partys über Facebook zu streamen. Weil Facebook solche Acts damals noch massiv unterstützt hat, gewannen wir überproportional an Reichweite, sodass wir 2019 über ARTE Concert gestreamt haben, was eine kulturell-wertvolle Komponente in die Sache brachte.

ed We Stream“ produzieren und visuell begleiten könnten. Nach unserer Zusage haben wir bereits ab dem 18. März 2020 direkt aus den Clubs heraus gestreamt und in 2020 insgesamt mehr als 100 Streams dieser Art produziert. Da über den Stream zudem gespendet werden konnte, hatte der Club auf diesem Wege zumindest noch ein paar Einnahmen. Somit sind wir jetzt nicht nur ein Musiklabel, sondern auch eine offiziell angemeldete Filmproduktionsfirma. Unter deren Dach wurde z. B. auch das aktuelle Video von Marteria im neuen LED SUOL Studio in Berlin produziert.

Thien: Allerdings produzieren wir auch nach wie vor Musik. Nur muss man sich eben ab und zu auch mal neu erfinden – getreu dem Motto: „When life gives you lemons ...“ Stillstand gibt es bei uns zum Glück nicht, denn dafür haben wir in den letzten 20 Jahren einfach zu viel unternehmerischen Sinn entwickelt. <<



Fischers Fritze fischt
altes Plastik.

Echt jetzt?

Echt.
Jetzt.

Und was haben sie davon?

Saubere Fischfanggebiete zum Beispiel. Fischer können jetzt aus dem Meer gefischten Müll einfach und kostenfrei in vielen Häfen fachgerecht entsorgen. Ein Beispiel, das beweist, dass Nachhaltigkeit ein Megatrend der Zukunft ist. Und eine zukunftsweisende Investmentgelegenheit.

Fidelity identifiziert und analysiert solche Chancen und bündelt sie in aktiv gemanagten Fonds. Erfahren Sie, wie nachhaltige Entwicklungen unser Leben bereichern und wie Sie mit Megatrends Ihr Portfolio zukunftsfähig gestalten.

Fidelity Sustainable Water & Waste Fund



Fidelity
INTERNATIONAL

Vollständiger Name: Fidelity Funds – Sustainable Water & Waste Fund, ISIN: LU1998886177, WKN A2PK24. Risikohinweis: Die Vermögensanlage in Kapitalmärkte ist mit Risiken verbunden. Der Wert Ihrer Vermögensanlage kann fallen oder steigen. Es kann zum Verlust des eingesetzten Vermögens kommen. Eine Anlageentscheidung sollte in jedem Fall auf Grundlage der wesentlichen Anlegerinformationen, des letzten Geschäftsberichtes und – sofern nachfolgend veröffentlicht – des jüngsten Halbjahresberichtes getroffen werden. Diese Unterlagen sind die allein verbindliche Grundlage des Kaufes und können kostenlos bei der FIL Fondsbank GmbH, Postfach 110663, 60041 Frankfurt am Main oder über www.fidelity.de angefordert werden. Die FIL Fondsbank GmbH veröffentlicht ausschließlich produktbezogene Informationen, erteilt keine Anlageempfehlung/Anlageberatung und nimmt keine Kundenklassifizierung vor. Dies ist eine Werbemitteilung. Diese Information darf ohne vorherige Erlaubnis weder reproduziert oder veröffentlicht werden. Fidelity, Fidelity International, das Fidelity-International-Logo und das F Symbol sind Marken von FIL Limited und werden mit deren Zustimmung verwendet. Herausgeber: FIL Fondsbank GmbH, Kastanienhöhe 1, 61476 Kronberg im Taunus. Stand Februar 2021. MK12076.