

fondsmagazin

Ein Newsletter der DekaBank –
was Märkte bewegt, was Anlegerinnen und Anleger wissen müssen

Sonderdruck
Kreissparkasse
Wiedenbrück

- 01 Endlich wieder reisen
- 04 „Reiselust 2022 auf Vor-Corona-Niveau“
- 06 Voller Einsatz fürs Fernweh
- 08 Starke Stimme in stürmischen Zeiten
- 11 Entlastungen gegen die Inflation



REISEBRANCHE 2022

ENDLICH WIEDER REISEN

Nach zwei Pandemie Jahren hofft die Reisebranche, dass das Urlaubsgeschäft in der Sommersaison 2022 wieder an alte Zeiten anknüpft. Doch die Aussichten sind nicht ungetrübt: Steigende Energie- und Lebenshaltungskosten drohen mittelfristig zum Bremsklotz für die Branche zu werden.

TEXT: Thomas Luther

Für die Anwohnerinnen und Anwohner des Düsseldorfer Flughafens ist es mit den relativ ruhigen Zeiten bald vorbei. An dem nach Passagierzahlen viertgrößten Flughafen Deutschlands laufen die

Vorbereitungen auf Hochtouren, um die in Coronazeiten stillgelegte zweite Startbahn wieder in Betrieb nehmen zu können. Nach Angaben der Flughafengesellschaft starteten in den zweiwöchigen Osterferien rund 800.000 Menschen vorwiegend Richtung Süden. Das sind über 60 Prozent mehr als in den Osterferien 2019 vor Ausbruch der Pandemie.

So wie in Düsseldorf gehen aktuell an allen wichtigen deutschen Flughäfen die Zahlen für Starts und Landungen nach oben. Am Drehkreuz Frankfurt etwa wurden im März rund 2,9 Millionen Passagiere abgefertigt. Das entspricht einem Plus von 217,9 Prozent gegenüber dem Vergleichsmonat 2021. ▾



Urlaub 2022: Experten rechnen mit weniger Last-Minute-Angeboten.

Unübersehbar ist, dass der Markt für Reisen und Freizeit auf dem Weg zurück auf das Niveau des Rekordjahrs 2019 ist. Damals hatten die Deutschen nach Angaben der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) insgesamt für über 70 Milliarden Euro Urlaubsreisen im In- und ins Ausland gebucht.

Nach 25 Monaten Pandemie, in denen manche notgedrungen ihre Ferien auf Balkonien verbracht haben, steht auf dem Wunschzettel vieler Deutscher in diesem Jahr ganz oben: endlich wieder reisen! 65 Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ist es dabei eigentlich egal, wohin sie in den Urlaub fahren. Hauptsache, sie fahren. So zumindest die Studie des Buchungsportals Booking.com, für die Ende letzten Jahres mehr als 24.000 Menschen in 31 Ländern und Regionen befragt wurden.

Global gesehen erreichen die Einbußen für den Tourismus aufgrund der Pandemie nach einer Hochrechnung der Konferenz für Handel und Entwicklung (UNCTAD) und der UN-Tourismusorganisation (UNWTO) in einer Mitte vergangenen Jahres veröffentlichten Studie umgerechnet rund 3,8 Billionen Euro.

GLOBALER UMSATZ VON 350 MILLIARDEN EURO

„Die Tourismusanbieter hatten mit der Pandemiesituation besonders zu kämpfen“, fasst Katrin Dippold-Tausendpfund, Senior Marketing Scientist beim Daten- und Analyse-Unternehmen GfK, die Branchensituation zusammen. Nun können Veranstalter, Hotelbesitzer und Airlines auf eine nachhaltige Belebung des Urlaubsgeschäfts hoffen. Der Mobility Market Outlook der Marktforschungsfirma Statista prognostiziert der Branche einen globalen Umsatz von 350 Milliarden Euro. Das wäre ein Plus von 35 Prozent gegenüber den 260 Milliarden Euro aus dem Vorjahr.

Die Beherbergungsbetriebe in Deutschland zum Beispiel haben im März ein deutliches Plus bei den Übernachtungszahlen verbucht. Sie verzeichneten 25,1 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste, wie das Statistische Bundesamt

mitteilte. Das waren demnach fast dreimal so viele (plus 175,7 Prozent) wie im März 2021, als aufgrund der Coronapandemie ein Beherbergungsverbot für privat reisende Gäste galt. „Reisen steht für die Bundesbürger weiterhin an erster Stelle. Da verhalten sie sich wie in vorangegangenen Krisen: Die von Krieg betroffenen Regionen und Nachbarländer, aktuell etwa die Schwarzmeerküsten, werden gemieden. Der Tourismus dort wird sich erholen, wenn sich die Lage vor Ort entspannt“, weiß Zukunftsforscher Ulrich Reinhardt. → Artikel auf Seite 4

Auch für Anlegerinnen und Anleger wird damit das Thema Tourismus interessant. „Andere Themen haben sich nach Covid sehr schnell erholt, Reisen kommt erst jetzt voll zurück,“ sagt Philipp Spormann, der mit seinem Fonds, dem Deka-GlobalSelect, Aktientrends rund um den Globus verfolgt. Davon ist auch Alexander Eickhoff, Fondsmanager des Deka-MegaTrends, überzeugt. → Artikel auf Seite 6

BRANCHE WURDE ZUM SANIERUNGSFALL

Bis vor der Pandemie war der Tourismus eine der tragenden Säulen in der deutschen Volkswirtschaft. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes erzielte der Sektor im Jahr 2019 mit 124 Milliarden Euro rund 4 Prozent der Wertschöpfung des deutschen Bruttoinlandsprodukts und beschäftigte rund 9 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland. Mit dem Ausbruch des Virus ist die Branche zu einem Sanierungsfall geworden. Bei der Lufthansa und ihren Töchter-Airlines brach im Jahr 2020 das Passagieraufkommen um 75 Prozent ein. Den deutschen Reiseveranstaltern bescherten Stornierungen, Rückholaktionen und ausbleibende Urlauberinnen und Urlauber infolge von Lockdowns im gleichen Zeitraum Umsatzeinbrüche von bis zu 60 Prozent.

Diese Krise scheint überwunden. „2022 wird ein gutes Geschäftsjahr mit einem starken Reisesommer“, zeigte sich Tui-Konzernchef Fritz Jousen überzeugt. Pauschalreisen und Kreuzfahrten sind neben Individualangeboten im Premiumbereich wie etwa Cluburlaube wesentlicher Teil des Kerngeschäfts. Allein in den ersten drei Monaten zählte das Unternehmen 1,9 Millionen Gäste und damit fast zehnmal so viel wie vor einem Jahr. In den letzten sechs Wochen lagen die zusätzlichen Buchungen nach eigenen Angaben sogar über den Vergleichswerten von 2019.

Hoffnung macht Jousen bei seinem optimistischen Ausblick, dass die Kundinnen und Kunden deutlich mehr Geld pro Reise ausgeben als vor Corona, für den Sommer durchschnittlich 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Trend: längere Aufenthalte, weiter entfernte Destinationen und luxuriösere Unterkünfte. „Die Buchungen werden deutlich teurer, und sie werden deutlich kurzfristiger getätigt“, schrieb Jousen wenige Tage zuvor in einem Brief an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „Das ist gut für den Umsatz, die Margen und die Profitabilität.“

Für GfK-Expertin Dippold-Tausendpfund profitiert Tui davon, dass sich das Unternehmen einen hohen Bekanntheitsgrad als Reiseanbieter erarbeitet hat. Die Pandemie hat allerdings die Erwartungen der privaten Haushalte an das Reisen verändert. Infektionsschutz und Hygiene auf der Reise und vor Ort hat ihren

Beobachtungen zufolge ebenso einen höheren Stellenwert bekommen wie elektronische Angebote und unkomplizierte Umbuchungsmöglichkeiten. „Hier haben etablierte Anbieter mit Flexтарifen, Investitionen in die Kundenkommunikation und Digitalisierungsinitiativen gezeigt, dass sie von Trendsettern wie etwa Booking.com, die schon vor der Pandemie stark waren, gelernt haben“, analysiert Dippold-Tausendpfund. Viele Urlaubsregionen haben zudem während der Pandemie darüber nachgedacht, stärker in eine Art von Tourismus zu investieren, die sich vom Massentourismus entfernt. „Nachhaltigkeit für die Reise an sich und Nachhaltigkeit vor Ort haben gerade bei einer vergleichsweise kleinen Kundengruppe, die bereit und in der Lage ist, viel Geld für den Urlaub auszugeben, an Bedeutung gewonnen“, stellt Christoph Zeh, Account Director Travel & Mobility bei GfK, fest, „aber diese Zielgruppe ist auf Dauer nicht die Masse“.

KREUZFAHRTANBIETER MIT TREUER KUNDSCHAFT

Doch unter dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit gerät die Tourismusbranche vor allem wegen ihres Umgangs mit dem Klimawandel und dem eigenen CO₂-Fußabdruck unter Druck. „Die Branche ist gefordert, Antworten zu finden, beispielsweise, um den hohen Energie- und Wasserverbrauch zu senken und die Abfallmenge deutlich zu mindern“, sagt Ingo Speich, Leiter Nachhaltigkeit & Corporate Governance bei der Deka Investment. Regulierung und Konsumenten fordern ihm zufolge zunehmend eine stärkere Ausrichtung auf Nachhaltigkeit ein. „Durch die Integration von Nachhaltigkeit in ihre Abläufe müssen Tourismusunternehmen die eigenen Geschäftsmodelle künftig zukunftsfester machen.“

Wegen der hohen Emissionen von Treibhausgasen und des Ressourcenverbrauchs stehen vor allem die Veranstalter von Kreuzfahrten in der Kritik. Doch auch hier deutet sich ein Comeback der weißen Riesen für GfK-Analystin Dippold-Tausendpfund an: „Kreuzfahrtanbieter haben eine sehr treue Kundschaft. Das wird sich nun nach dem Abflauen der Pandemie wieder stärker zeigen“, ist sie überzeugt. Und ergänzt: „Die Anbieter arbeiten an Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz – etwa durch den Einsatz von Schiffen, die mit Flüssiggas betrieben werden.“

Pioniere wie die schwedische Firma Alfa Wall Oceanbird, ein Joint Venture des Umwelttechnikspezialisten Alfa Laval und der auf Dekarbonisierung spezialisierten schwedischen Reederei Wallenius, arbeiten zudem an Kreuzfahrtschiffen, die ganz ohne fossile Energieträger auskommen. Damit könnten die Kreuzfahrtlinien zum Vorzeigemodell der gesamten Reisebranche werden. „Gerade die Kreuzfahrtbranche benötigt dringend technologische Innovationen, um die Emissionen in küstennahen Gebieten und in Häfen deutlich zu reduzieren. Diese Transformation hin zu emissionsärmeren Technologien muss auch vom Kapitalmarkt unterstützt werden“, erläutert Nachhaltigkeits-Experte Speich.

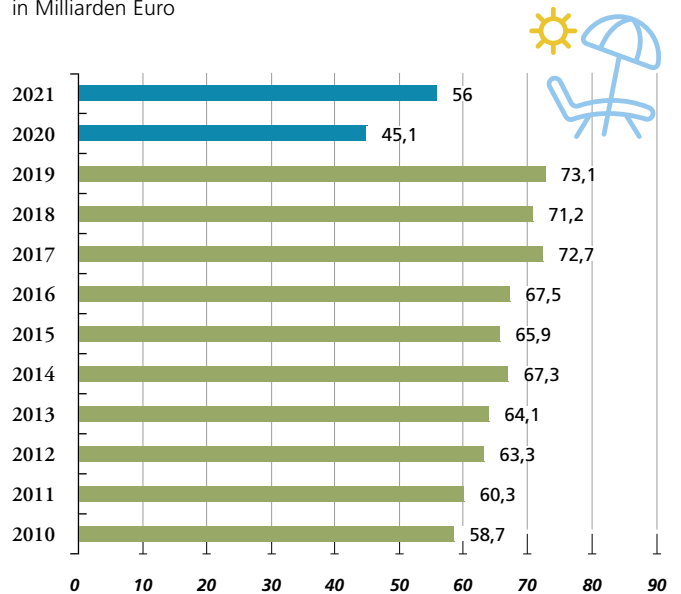
Ein großes Fragezeichen indes steht hinter den mittelfristigen Aussichten des Tourismus- und Freizeitmarktes, vor allem wegen der rasant gestiegenen Energiekosten. „Die Reiseveranstalter sichern sich einen Großteil ihrer Flugkapazitäten weit im Voraus“,

URLAUB

Herber Einbruch durch Corona

Gesamtausgaben für Urlaubsreisen der Deutschen in den Jahren 2010 bis 2021.

in Milliarden Euro



Quelle: Statista; Stand: März 2022

weiß Reiseexperte Zeh und prognostiziert: „Dadurch werden die Preise erst in der Wintersaison 2022/23 deutlich anziehen.“ Für seine Kollegin Dippold-Tausendpfund haben Anbieter in dieser Situation Wettbewerbsvorteile, die ihre Kunden gut kennen: „Es gibt unterschiedliche Typen von Reisenden wie etwa Städtereisende oder Urlauber auf Kreuzfahrtschiffen. Die landen nicht bei irgendeinem Portal oder Veranstalter, sondern bei dem Anbieter, der sich auf ihre Bedürfnisse optimal eingestellt hat.“

REISEMARKT BEWEIST RESILIENZ

Dippold-Tausendpfund geht davon aus, dass mittelfristig die meisten Konsumentinnen und Konsumenten auf keinen Fall auf Urlaub verzichten, sondern downgraden werden. „Es wird eher kürzer und weniger weit verreist“, glaubt sie. „Davon werden die teuren Marken im Reisemarkt weniger betroffen sein als der Rest – wenn Urlauberinnen und Urlauber das Gefühl haben, dass es sich lohnt, ein Premium zu zahlen, und dass sie für ihr Geld einen angemessenen Gegenwert bekommen.“

Hohe Inflationsraten, mehr Nachhaltigkeit und immer wieder aufflammende geopolitische Spannungen sind Themen, die die Tourismusbranche weiterhin beschäftigen werden. Ob das Niveau des Rekordjahrs 2019 real gesehen noch einmal erreicht werden kann, ist somit offen. Mit dem Abflauen der Pandemie beweist der Reisemarkt allerdings seine Resilienz. Das bietet Investorinnen und Investoren immer wieder Gelegenheiten. ▶



Kreuzfahrtschiffe fahren wieder: Die AIDAblu legt in Warnemünde an

INTERVIEW

„REISELUST 2022 WIEDER AUF VOR-CORONA-NIVEAU“

Der Zukunfts- und Tourismusforscher Ulrich Reinhardt spricht im Interview mit fondsmagazin über Reisegewohnheiten, ob und wo die Menschen am Urlaub sparen und wie sich der Reise- und Tourismusmarkt in den kommenden Jahren entwickeln könnte.

INTERVIEW: Thomas Luther

Herr Reinhardt, in den vergangenen zwei Pandemie Jahren war Reisen nur eingeschränkt möglich. Das hat der Tourismusbranche herbe Einbrüche beschert. Besteht nun die Aussicht auf eine deutliche Erholung?

Urlaub und Reisen war immer auch während der Pandemie ein Thema. In der vergangenen Reisesaison 2021 packte fast jeder zweite Bundesbürger wenigstens einmal seine Koffer. Man merkt allerdings jetzt an den Buchungszahlen: Das Thema Corona rückt zunehmend in den Hintergrund. Dieses Jahr wird die Reiselust auf das Vor-Corona-Niveau zurückkehren – mit Unterschieden allerdings bei den Urlaubsarten und Destinationen. Während in manchen Ländern noch viele Hotelbetten und Strandliegen leer bleiben, wird es in zahlreichen inländischen Feriengemeinden eher heißen: ausgebucht. Dass sich die Tourismusbranche wieder erholt, war bislang nach jeder Krise der Fall. Stets zeigten sich die Bundesbürger krisenbewusst, stellten aber nie das Reisen grundsätzlich infrage. Dafür ist Verreisen einfach zu beliebt.

Hat sich die Tourismusbranche verändert?

Die Branche hat gemerkt, dass sie gegen eine weltweite Pandemie nicht immun ist. Waren es bisher immer nur bestimmte Regionen, die Einbußen verzeichneten, traf es jetzt jede Destination, jedes Hotel, jede Attraktion und jede Urlaubsart. Die Branche war überhaupt nicht vorbereitet und wurde entsprechend hart getroffen – mit zum Teil dramatischen Einbußen.

Wie können sich vom Tourismus abhängige Unternehmen, aber auch die Konsumentinnen und Konsumenten auf zukünftige Krisen besser vorbereiten, wenn es um den Urlaub geht?

Die Branche hat an vielen Stellen schon während der Pandemie ihre Lehren gezogen – zum Beispiel durch umfassende Hygienemaßnahmen vor Ort, eine bessere digitale Kundenkommunikation und flexiblere Umbuchungsmöglichkeiten. Wahrscheinlich ist, dass sich viele Anbieter breiter aufstellen werden, um auf zukünftige Krisen und Pandemien besser vorbereitet zu sein und Folgen abzuschwächen. Denkbar sind zum Beispiel mehr Angebote im Bereich des Individualtourismus, der weniger stark betroffen war. Wichtig für die Anbieter ist, aus den bestandenen Herausforderungen und positiven Erfahrungen zu lernen, sich weiterzuentwickeln, Maßnahmen und Instrumente, die sich in der Krise bewährt haben, weiterzuführen und nicht einfach zurückzuweichen zu einem „So haben wir es schon immer gemacht“.

▼ Hat sich die Einstellung der Urlaubenden zum Thema Reise denn geändert?

Aus den Ergebnissen unserer Tourismusanalyse 2022, für die wir einen repräsentativen Querschnitt der deutschen Bevölkerung von über 3.000 Personen ab 18 Jahren befragt haben, wissen wir, dass den Bürgerinnen und Bürgern eine kurzfristige Stornierung ihrer Reise mehr Sorgen bereitet als eine Infektion mit Corona. Und die Befürchtungen vor zu strengen Coronaschutzmaßnahmen am Urlaubsort sind größer als vor zu wenigen Auflagen. Diese beiden Fakten zeigen deutlich, dass der Wunsch nach Erholung und einem Rundum-sorglos-Paket bei den Bürgern sehr stark ausgeprägt ist.

Wird wie im Vorjahr der abgeschottete Individual-tourismus in Form von Camping, Wohnmobilen und Ferienwohnungen dominieren, oder kommt es zu einem Comeback des klassischen Pauschal-tourismus?

Das gleicht sich aus. Die einen genießen den Alles-inklusive-Komfort einer Pauschalreise, gerade auch mit Blick auf die oftmals leichten Stornierungsmöglichkeiten. Andere bevorzugen die Individualität etwa von Ferienwohnungen oder -häusern und damit die Möglichkeit, die Distanz zu Mitreisenden und den Menschen vor Ort selbst bestimmen zu können. Die Entscheidung für ein Konzept hängt überwiegend von der individuellen Lebensphase ab. Rucksack- und Individualreisen machen vor allem jüngere Menschen, Pauschalreisen und Kluburlaube ziehen eher Familien mit kleinen Kindern in Betracht. Und Städte- und Kulturreisen favorisieren Paare und Ruheständler.

Wie bestimmen diese Vorlieben die Nachfrage in der vor uns liegenden Saison?

Der Inlandstourismus war schon immer sehr beliebt, hat durch Corona aber noch einmal einen deutlichen Boom erfahren. Die ersten Zahlen zeigen, dass die deutschen Feriengebiete an Nord- und Ostsee sowie im Süden in diesem Sommer wahrscheinlich schon bald ausgebucht sein werden. Und auch rund ums Mittelmeer ist zu erwarten, dass es wieder voll wird. Dagegen werden Fernreisedestinationen wie etwa die USA oder die Malediven eher zögerlich gebucht, wie die Daten von Reisebüros und Online-Reiseportalen zeigen. Sie dürften bislang hinter den geplanten Urlaubszahlen zurückbleiben.

Auf welche Kundenwünsche müssen Veranstalter nun verstärkt reagieren?

Der Wunsch nach Flexibilität und Sicherheit vor Ort bleibt bestehen und sollte unbedingt berücksichtigt werden. Die Hälfte der Deutschen hat feste Reiseabsichten, aber auch mehr als jeder Fünfte ist noch unsicher und kann nur gewonnen werden, wenn man ihm diese Unsicherheit nimmt. Ansonsten bleibt es bei dem bekannten Grundsatz: Der Urlaub muss besondere, vor allem aber bessere Erlebnisse bieten als der Alltag – und die Verantwortung dafür wird auf den Veranstalter übertragen.



„Der Wunsch nach Erholung und Rundum-sorglos-Paket ist bei den Menschen sehr stark ausgeprägt“

ULRICH REINHARDT,
WISSENSCHAFTLICHER LEITER,
BAT-STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN

Ist der Urlaub für die Mehrzahl durch die hohe Teuerung überhaupt noch bezahlbar?

Urlaub bleibt das Highlight des Jahres. Dafür arbeiten viele Deutsche 50 Wochen im Jahr. Eher schränken sie sich in ihrem Alltag ein, als auf Reisen zu verzichten und die schönsten Wochen des Jahres notgedrungen daheim verbringen zu müssen. Diejenigen, die sich ihren Urlaub in gewohnter Form nicht mehr leisten können, werden eher an der Urlaubslänge sparen, die Anreisewege verkürzen oder die Urlaubsart ändern, bevor sie gar nicht mehr verreisen. ❗

Ulrich Reinhardt ist Wissenschaftlicher Leiter der „BAT-Stiftung für Zukunftsfragen“. Der promovierte Verhaltenswissenschaftler hat eine Professur für Empirische Zukunftsforschung am Fachbereich Wirtschaft der FH Westküste in Heide. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen u. a. den gesellschaftlichen Wandel, die Arbeits- und Europaforschung sowie das Freizeit-, Konsum- und Tourismusverhalten der Deutschen. Er veröffentlicht regelmäßig einen Zukunfts-Podcast namens „Später war alles besser“.



INVESTIEREN

VOLLER EINSATZ FÜRS FERNWEH

Die Sehnsucht nach Reisen kehrt zurück. Das kann auch für Anlegerinnen und Anleger spannend sein, aber sie müssen darauf achten, wie nachhaltig diese Trends sind. Deka-Experten helfen beim Einordnen und zeigen, welche Strategien sie verfolgen.

TEXT: Peter Löwen

Die Coronapandemie hat die Tourismus- und Freizeitbranche gebeutelt wie kaum eine andere. Dabei lief es vorher so gut. Steigerungen von jährlich bis zu 5 Prozent bei den Reiseausgaben der Deutschen waren die Regel. Corona hat dann gezeigt, wie verletzlich die Branche ist. „Tourismus und Reisen waren die größten Verlierer in der Pandemie“, sagt Alexander Eickhoff, Manager des Deka-Mega-Trends. Um 70 Prozent waren die Buchungen im Pandemiejahr 2021 gegenüber 2019 eingebrochen. Doch die Zeiten sind vorerst vorbei.

Eickhoffs Kollege Philipp Spormann, Fondsmanager für globale Aktien, beschreibt die Situation gut zwei Jahre nach Ausbruch der Pandemie so: „Der Trend zu Reise und Urlaub ist wieder da. Andere Themen haben sich nach Covid sehr schnell erholt, Reisen kommt erst jetzt voll zurück.“

Beide Fondsmanager sind sich einig, dass der Preis für Reise-lustige dabei derzeit eher zweitrangig ist. „Für den Konsumenten dürften Kosten und Inflation erst 2023 wieder wichtiger werden. Jetzt gibt er seine Ersparnisse aus der Pandemie für Urlaub aus“, ist Spormann überzeugt.

Für alle, die Geld anlegen, stellt sich daher die Frage, wie lange dieser Trend anhält. Wer in Fonds investiert, sollte bekanntlich nicht kurzfristig spekulieren, sondern sich entsprechend der langfristigen Perspektiven positionieren. „Der Tourismus-Trend dürfte so die nächsten sechs bis zwölf Monate laufen“, sagt Eickhoff. Anlegerinnen und Anleger könnten also gut beraten sein, nicht allein auf den Tourismus-Trend zu setzen, sondern sich mit Fonds langfristiger zu positionieren – zum Beispiel mit dem Deka-Mega-Trends. „Der weltweit anlegende Fonds setzt auf die sechs übergeordneten Zukunftsthemen Digitalisierung, Sicherheit, Klimawandel & Umweltschutz, Gesundheit, Konsum und Smart Cities. Alles, was mit Urlaub, Erlebnis, Spaß zu tun hat, steckt als ‚Travel‘ im Zukunftsthema Konsum“, erläutert Eickhoff.

PROFITEURE DER NEUEN REISELUST

Zu den Profiteuren der neuen Reiselust könnten Buchungsplattformen zählen. Jeder zweite deutsche Urlaubssuchende bucht inzwischen im Netz. „Anbieter wie Airbnb und Booking.com sind jetzt wieder Gewinner“, sagt Eickhoff. Ihr Vorteil: Sie können ihre Kostenstrukturen schnell an steigendes oder abnehmendes Geschäft anpassen und gehören damit zu den weniger krisenanfälligen Titeln unter den Tourismus-Aktien.

Die Krisenanfälligkeit gilt für die Hotelketten deutlich stärker. Sie konnten die Kosten in der Pandemie nur sehr langsam und begrenzt runterfahren. Die großen Namen des Gastgewerbes unterhalten weltweit Hotels, die ihren Kunden einen gleich-

bleibenden Standard bieten. Zu ihnen gehören Ketten wie Hilton, Intercontinental oder Marriott. Viele von ihnen verdienen ihr Geld vor allem im Luxussegment, das sich aber vor allem Geschäftsreisende leisten. Das Problem: Im Gegensatz zu Touristen sind sie noch längst nicht so mobil unterwegs. „In Firmen und Institutionen scheinen Covid-Beschränkungen länger gelebt zu werden als im privaten Bereich. Geschäftsreisen sind immer noch deutlich unter 50 Prozent des Vor-Corona-Levels“, berichtet Spormann. Dazu kommt: Die Digitalisierung mit ihren Meeting-Tools wird einen Teil der Geschäftsreisen dauerhaft überflüssig machen. Spormann rechnet damit, dass Geschäftsreisenanbieter „dauerhaft 15 bis 20 Prozent an virtuelle Treffen verlieren werden“. Seine Schlussfolgerung: „Wer von Geschäftsreisen lebt, muss seine Kapazität nachhaltig anpassen. Das gilt für Hotelketten genauso wie für Airlines, die stark an der Businessclass hängen.“

Damit rücken die Fluglinien ins Blickfeld. Sie sind selbst vor dem Hintergrund der Klimadebatte unverzichtbar. Die Airlines profitieren nicht nur vom Passagierverkehr, sondern auch vom Waren- und Gütertransport, der in der Coronapandemie manchem Anbieter die Existenz gerettet hat. Ob die Aktien von Airlines abheben, hängt also nicht nur vom Reisewunsch der Touristen ab, sondern auch von Faktoren wie stabilen Lieferketten und Energiekosten. Generell gilt jedoch: Wer sein Geld im Businessclass-Segment verdient, hat angesichts zögerlicher Geschäftsreisenden noch immer schlechte Karten. Fondsmanager Eickhoff zieht deswegen „Airlines wie Ryanair, die auch Kostenführer sind,“ manchem etablierten Anbieter vor.

NUR PROFITABEL WACHSENDE FIRMEN AUSWÄHLEN

Auch den Veranstaltern hat die Pandemie extrem zugesetzt. Dank höherer Liquidität oder durch staatliche Hilfen haben es die Großen in der Branche geschafft, sich durch mehrere weltweite Lockdowns zu retten. Tourismus-Aktien wie TUI, DER Tours oder FTI könnten Erholungspotenzial haben. Doch Eickhoff warnt vor Enthusiasmus: „Anlegerinnen und Anleger sollten sehr diszipliniert vorgehen. Das heißt: Nur profitabel wachsende Unternehmen auswählen mit gesunden Bilanzen.“ Oder auf Fonds wie Deka-MegaTrends setzen, da übernehmen die Experten die Auswahl, wobei auch Fonds Wertschwankungen unterliegen und Verluste nicht ausgeschlossen werden können.

Wer zu weiter entfernten Reisezielen will, nimmt in der Regel ein Flugzeug. Dazu braucht es einen Flughafen – und hier stecken weitere Unternehmen, die vom wiederbelebten Reisetrend profitieren. Etwa der Frankfurter Flughafenbetreiber Fraport: Das Unternehmen ist nicht nur auf den Frankfurter Airport beschränkt, sondern hat nach der EU-Schuldenkrise auch zahlreiche Flughäfen in Griechenland gekauft, die jetzt vor dem Hintergrund steigender Urlauberzahlen florieren. „Flughäfen profitieren von der stetigen Erholung der Passagierzahlen. Ob Privat- oder Geschäftsreise ist für dieses Geschäft nicht so wichtig, da die Gebühren pro Kopf bezahlt werden. Unterm Strich sind privat reisende Familien, die am Flughafen ihr Geld in Shops und der Gastronomie lassen, sogar lukrativer als die eilige Geschäftsfrau.“



Fluglinien in der Pandemie: Das Cargo-Geschäft hat etliche Anbieter gerettet.

Auch bei Flugzeugherstellern wie Airbus und Boeing kommt der Aufwärtstrend der Branche an. Allerdings wird er bei den beiden weltweit führenden Flugzeugbauern von anderen Ereignissen überlagert: Boeing kämpft noch immer mit den Folgen von Qualitätsproblemen, die zu katastrophalen Unfällen geführt haben. Und bei Airbus steht derzeit weniger der Aufschwung in der Reisebranche als die Nachfrage nach Rüstungsgütern im Mittelpunkt des Interesses, die bislang rund 20 Prozent des Konzernumsatzes ausmachen.

Restaurantketten waren ebenfalls Leidtragende des Einbruchs im Tourismus. Um rund 40 Prozent ging es hier beim Umsatz bergab. Vor allem die tückische Delta-Variante sorgte mit strikten Lockdowns und ausnahmsloser Maskenpflicht für geschlossene Gaststuben. Mit der vergleichsweise „harmlosen“ Omikron-Variante und den einsetzenden Lockerungen öffneten auch die Restaurants. „Delta war das größte Risiko. Omikron scheint – zu diesem Moment – der Gamechanger zu sein“, stellt Eickhoff fest. Die Aktien von McDonalds und ähnlichen Unternehmen erhalten durch die Lockerungen weltweit wieder Auftrieb, müssen aber mit steigenden Kosten und Lebensmittelpreisen umgehen.

NICHT NUR AUF EINEN TREND SETZEN

Fazit für Anlegerinnen und Anleger: Mobilität hat in einer global vernetzten Welt viele Facetten, an denen Anlegerinnen und Anleger teilhaben können. „Pandemiebedingt litten insbesondere in diesem Segment viele Geschäftsmodelle, die nun vom Auslaufen von Corona stärker profitieren sollten“, weiß Eickhoff. Das heißt aber nicht, dass etwa alle Tourismusprodukte gleichermaßen davon profitieren und dieser Trend über die nächsten Jahre trägt. Auch das macht einen Fonds wie Deka-MegaTrends interessant, der nicht nur auf einzelne Trends, sondern auf ein ganzes Paket und eine Vielzahl von Aktientiteln setzt. Dieses Research gehört zu den Aufgaben der Fondsmanager, die sich täglich mit den Möglichkeiten am Kapitalmarkt beschäftigen. Auch zu der Zeit, in der alle, die Geld anlegen, den wohlverdienten Urlaub genießen. ❧



HAUPTVERSAMMLUNGEN

STARKE STIMME IN STÜRMISCHEN ZEITEN

Die Saison der Hauptversammlungen nähert sich dem Ende – und in vielen Treffen der Aktionärinnen und Aktionäre hat die Deka wichtige Akzente gesetzt: für nachhaltige Unternehmenspolitik, Kurshalten trotz vieler externer Störfaktoren und Solidität der Geldanlage.

TEXT: Peter Weißenberg

In Neubiberg beginnt der Frühling gefühlt schon etwas früher als im Rest der Republik, genauer gesagt am 18. Februar: Da hat der Chiphersteller Infineon an seinem dortigen Hauptsitz am Rande Münchens zur virtuellen Hauptversammlung (HV) geladen – und die verläuft für alle Aktionärinnen und Aktionäre noch in Vorkriegszeiten sonnig herzerwärmend.

23 Prozent höhere Dividende als im Vorjahr dank hoher Gewinne, eine anhaltende Sonderkonjunktur bei den kostbar knappen Halbleitern, Milliardeninvestitionen in ein neues Chipwerk ... Der scheidende Vorstandschef Ploss zeigt sich denn auch rundum glücklich: „Ich bin stolz darauf, was wir in den letzten Jahren geschaffen und bewegt haben.“ Kein Wunder, dass auch die meisten Wortmeldungen eher Lobeshymnen gleichkommen. Das Gesamtbild glitzert alles überstrahlend.

Allerdings nicht, wenn man von allen Seiten und zugleich im Detail hinschaut – so wie Cornelia Zimmermann. Die Spezialistin Nachhaltigkeit und Corporate Governance bei der Deka Investment sieht zwar auch die zehnjährige Erfolgsstory der Ära Ploss,

doch nicht nur eitel Sonnenschein. Und das sagt die Expertin auch im Namen der Deka-Geldanlegenden beim Chipriesen: „Infineons ökologischer Fußabdruck hat sich 2021 im Vergleich zu 2020 verschlechtert, und die CO₂-Belastung ist relativ zum Wachstum gestiegen“, schüttet Zimmermann auf der HV spürbar Wasser in den Wein. In Sachen Nachhaltigkeit und damit Zukunftsfähigkeit gibt es noch einiges zu tun.

Zimmermann belässt es aber nicht bei Kritik, sondern zeigt eine Lösung auf: Infineon habe eine verschlechterte Klimabilanz, weil die Partner in der Lieferkette nicht genauso straff auf Umweltfreundlichkeit verpflichtet würden wie bei den Aktivitäten

„Engagieren ist die erste Wahl – und aktiv Unternehmen verbessern“

**INGO SPEICH, LEITER NACHHALTIGKEIT
UND CORPORATE GOVERNANCE BEI DEKA INVESTMENT**

der eigenen Firma. Für seine Zuliefernden Firmen „sollte das Unternehmen dringend Zielvorgaben definieren, um so die Klimastrategie zu vervollständigen“, regt die Deka-Rednerin an.

Zimmermanns Redebeitrag ist ganz typisch für das Engagement der Deka bei den Unternehmen, in die ihre Fonds investieren. „Engagieren ist die erste Wahl – und aktiv Unternehmen verbessern“, beschreibt Ingo Speich das Credo. ▽

Der Leiter Nachhaltigkeit und Corporate Governance bei der Deka Investment legt Wert darauf, dass diese kritische Begleitung einen langfristigen und anhaltenden Substanzgewinn bewirkt – ganz im Sinn seiner Kundinnen und Kunden, denen es in der ganz großen Mehrheit eben auch um langfristige Vermögensbildung geht. Schließlich sollen die mehr als 55 Milliarden Euro Rekordausschüttungen der Dax-Firmen in der diesjährigen HV-Saison keine Eintagsfliegen bleiben.

Dazu braucht es Management mit strategischem Weitblick – und Aktionäre, die diese Politik aktiv mitgehen. „Das bietet

Chancen und positive Aspekte im Hinblick auf die Kapitalanlage“, so Speich. Die Unterstützung bei der Arbeit für den richtigen Kurs dürfe aber nicht als „Blankobrief für Firmen“ verstanden werden.

DEKA ACHTET AUF DIE ESG-KRITERIEN

Auch darum begleiten die Deka-Expertinnen und -Experten kontinuierlich das Vorgehen des Managements. Gerade in Zeiten akuten Handlungsdrucks durch Lieferkrisen, Corona oder Kriegsfolgen steht dieser langfristige Fokus im Kern der HV-Beiträge der Deka: Wie ist das Produktportfolio aufgestellt? Steht die Finanzierung auf soliden Füßen? Wird in zukunftsträchtige Felder investiert – und konsequent auch dort abgebaut, wo die Zukunft nicht zur Ausrichtung passt? Stimmen Gewinn und Dividenden mit diesen Rahmenbedingungen überein und zeigen positive Kontinuität? Das sind wichtige klassische Kriterien für anhaltenden Erfolg. Immer wichtiger für die Zukunftsfähigkeit wird aber auch die Arbeit an den Nachhaltigkeitskriterien, so Speich. Umweltfreundliches Wirtschaften, ethisch und soziales Handeln und ein ebenso nachhaltig verantwortliches Management: Diese Ausrichtung an den ESG-Kriterien setzt auch 2022 wieder in den Deka-Beiträgen Schwerpunkte.

Schließlich spielt ESG auch bei den Deka-Fonds eine wesentliche Rolle im Investment-Prozess, besonders natürlich bei Nachhaltigkeitsfonds. Hier sind eigene Analysen aus den Geschäftszahlen der Unternehmen, Branchen-Benchmarks oder der direkte Kontakt mit den Firmen ebenso wichtig wie ESG-Ratings. Ein Mehrwert für die Anlegenden. Nicht nur bei den Hauptversammlungen setzen sich die Deka-Expertinnen und -Experten zudem dafür ein, die Firmenpolitik entsprechend dieser Kriterien zu optimieren.

UNTERNEHMENSLEITUNG WIRD NICHT GESCHONT

Steter Tropfen höhlt dabei den Stein; manchmal tröpfelt es schneller, manchmal langsamer. Bei ThyssenKrupp etwa seien inzwischen positive Veränderungen zu erkennen, die Speich schon oftmals angemahnt hatte. Das Sorgenkind der deutschen Industrie verliert seit Jahren im zentralen Stahlgeschäft massiv an Boden und Geld. Auch dieses Jahr hat Speich darum die Unternehmensleitung nicht geschont: „Die Thyssen-Krankheit ‚viel ankündigen, wenig umsetzen‘ muss in ein entschlossenes Handeln umgekehrt werden“, fordert der Deka-Vertreter bei der HV.

Immerhin: Das Führungsteam sei inzwischen personell neu aufgestellt. Und „mit dem geplanten Börsengang der Tochtergesellschaft ThyssenKrupp Nucera – Weltmarktführer im stark wachsenden Bereich Wasserstoffherzeugung aus erneuerbaren Energien – geht der Konzern in die richtige Richtung. So steigt die Chance, dass sich der grüne Wasserstoff als saubere Energiequelle entwickeln und im Markt etablieren kann“, sagt Speich. Denn immer mehr potenzielle Kundschaft kann so die eigene Klimaneutralität vorantreiben. Diese Perspektive hat Potenzial für eine langfristig nachhaltige Zukunft des Unternehmens – anders als das Geschäft mit Rüstungsgütern: „Wir fordern den

Ingo Speich, Leiter Nachhaltigkeit und Corporate Governance bei der Deka



AKTIONÄRSRECHTE

“Die Deutsche Telekom hat Anfang April eine Präsenz-HV abgehalten. Das ist eine mutige Entscheidung, die sich im Hinblick auf die Aktionärsrechte positiv ausgewirkt hat, wir hatten die gleichen Rechte wie früher. Damit hat es die Telekom den anderen Emittenten vorgemacht. Sonst sind leider alle anderen HVs weiter virtuell, mit einer massiven Einschränkung der Aktionärsrechte. Bis 30.8. gilt noch die Covid-Gesetzgebung. Derzeit ist ein Gesetzesentwurf draußen, der die Welt nach Corona im Hinblick auf virtuelle HVs regelt. Es bleibt abzuwarten, was der Gesetzgeber verabschieden wird. Aktuell sieht es so aus, als ob die virtuelle HV der Zukunft im Hinblick auf die Aktionärsrechte zwischen der Präsenz-HV und der virtuellen Covid-HV liegt.”

“Die Münchener Rück ist Marktführerin bei der Analyse von Klimarisiken. Nun steht sie jedoch vor der Herausforderung, die Klimaperformance ihrer eigenen Portfolios und vor allem auch ihres Rückversicherungsgeschäfts offenzulegen. Außerdem steht eine Nachhaltigkeitsstrategie für die Rückversicherungen aus, die nun ebenfalls folgen sollte.”



Cornelia Zimmermann,
Spezialistin Nachhaltigkeit
und Corporate Governance
bei der Deka

KLIMASTRATEGIE

Was die Deka-Fachleute bei weiteren Hauptversammlungen zu **Siemens, Bayer oder Continental** gesagt haben, lesen Sie unter www.deka.de/fondsmagazin.

Verkauf sämtlicher Rüstungsaktivitäten. Das Reputations- und Compliance-Risiko dieses Geschäftsfeldes steht auch im Hinblick auf den in der Rüstungssparte erwirtschafteten Gewinn in keinem Verhältnis.“ An dieser langfristigen Ausrichtung im Sinne der Anlegenden ändere auch die gegenwärtige Sonder-situation durch den Ukrainekrieg grundsätzlich nichts.

SELBSTVERPFLICHTUNG UND ANSPORN

Ähnlich verhält es sich trotz angespannter Energielage mit der Investition in Kohle. Für die langfristig ausgerichteten Anlegenden ist auch das kein Geschäftsfeld, das etwa mit den Klimazielen der Vereinten Nationen in Einklang zu bringen ist. Hier sind daher die Investment-Regeln der Deka verschärft. „Im Frühjahr 2020 hat die Deka Investment beschlossen, den Fokus aktiv auf Klimathemen im Investmentprozess zu richten und sich klare Ausschlusskriterien zu geben. Im Rahmen dessen wurden Unternehmen im kritischen Bereich ‚Kohle‘ bereits ausgeschlossen. Und obwohl die EU in ihrem Nachhaltigkeits-Regelwerk – der sogenannten Taxonomie – auch Atomkraft zu den klimaneutralen Technologien zählt, investiert die Deka nicht in dieses Umfeld. Umfragen unter Anlegenden haben zuvor die mehrheitliche Ablehnung von nuklearer Energie belegt. Die Ausschlussgrenzen sind dabei nicht auf die nachhaltigen Produkte der Deka Investment allein beschränkt, vielmehr werden diese auch in weiten Teilen des gesamten Produktspektrums berücksichtigt.

2022 hat die Deka daher auch bei Unternehmen wie RWE oder Siemens Energy etwa auf einen dynamischeren Umbau hin zu klimafreundlicheren Produkten gepocht. Mit eigenen Initiativen und Selbstverpflichtungen geht die Fondsgesellschaft dabei selbst in Vorleistung.

Diese Schwerpunkte sind auch in der noch laufenden HV-Saison klar zu erkennen. Unabhängigkeit, Kompetenz und Ver-

gütung im Vorstand und Aufsichtsrat haben die Fonds-Vertreter in ihren Beiträgen analysiert, Handlungsempfehlungen gegeben – oder auch schon einmal die Zustimmung zu Anträgen des Managements verweigert, die diesen Grundsätzen zuwiderlaufen. Ebenso wichtig sind aber auch Beiträge zur digitalen Transformation und Klimapolitik.

800 BEITRÄGE IM NAMEN DER DEKA-ANLEGENDEN

Rund 800 Beiträge leistet das Team um Speich in dieser HV-Saison, zwei Dutzend mit eigenen Reden, die meisten davon zum Leid der Vortragenden nur virtuell. Das Ziel dieser Beiträge und aller Dialoge zwischen den jährlichen Aktionärstreffen: Unternehmen anzuspornen, bei der nachhaltigen Zukunftsfähigkeit mutiger und tatkräftiger zu agieren. Denn nachhaltig erfolgreichere Firmen ermöglichen allen, die in sie investiert haben, eine stabile Vermögensbildung.

Auch darum sieht Speich die wachsenden gesetzlichen Verpflichtungen von EU und Bundesregierung zum Einbau nachhaltiger Kriterien in die Kundenberatung nicht als Bürde, sondern als Chance: „Wer Nachhaltigkeitskriterien einbindet, der verringert deutlich das Risiko, Vermögenswerte im Portfolio zu haben, die dauerhaft von Wertverlusten bis hin zum Totalverlust gekennzeichnet sind, und der erkennt Chancen frühzeitig. Portfolios werden also zukunftsfest gemacht.“ Nachhaltigkeit beim Management der Aktienbeteiligungen sei daher eher „eine Investition, die sich auszahlen wird“. Und dafür werden Speich und sein Team weiter mit Leidenschaft eintreten – auch nach der HV-Saison 2022.

„Infineon sollte Zielvorgaben definieren, um die Klimastrategie zu vervollständigen“

CORNELIA ZIMMERMANN, SPEZIALISTIN NACHHALTIGKEIT
UND CORPORATE GOVERNANCE BEI DER DEKA



SOZIALER AUSGLEICH

„ENTLASTUNGSPAKET GEHT IN DIE RICHTIGE RICHTUNG“

Im April stiegen die deutschen Erzeugerpreise durchschnittlich um 33,5 Prozent zum April 2021 – ein neues Rekordhoch seit Beginn der Statistik im Jahr 1949. Das deutet darauf hin, dass auch die Verbraucherpreise weiter steigen werden. Diesen Trend muss die EZB bekämpfen: „Es bedarf eines starken Signals der Notenbanken, um die steigenden Inflationserwartungen zu brechen“, betont Deka-Chefvolkswirt Ulrich Kater. Er erwartet im Juli die erste Zinserhöhung, zwei weitere könnten noch in diesem Jahr folgen. Die Auswirkungen der Inflation belasten die Bürgerinnen und Bürger auch bei der Finanzierung ihres Alltags. Daher soll das Entlastungspaket der Bundesregierung die Verbraucherpreise – zumindest vorübergehend – drücken. So gilt von Juni bis Ende August das 9-Euro-Monatsticket für den öffentlichen Nah- und Regionalverkehr. Ebenfalls ab Juni verzichtet der Staat an der Tankstelle auf einen Großteil der Energiesteuer: Der Spritpreis soll bei Benzin um 30 Cent je Liter und bei Diesel um 14 Cent sinken.

Einkommensschwache Bürgerinnen und Bürger erhalten im Juli finanzielle Unterstützung. Wer Sozialhilfe, Hartz IV oder Asyl-Geld bezieht, bekommt eine Einmalzahlung von 200 Euro, bei Arbeitslosengeld I gibt es 100 Euro. Gleichzeitig wurde ein Sofortzuschlag von 20 Euro im Monat pro Kind für arme Familien beschlossen. Zum Paket gehört auch ein einmaliger Kinderbonus von 100 Euro pro Kind für

alle Familien. Damit nicht genug: Rund 44 Millionen Erwerbstätige erhalten eine einmalige Energiepreispauschale in Höhe von 300 Euro, die im September ausgezahlt wird. Wichtig: Die Pauschale muss versteuert werden.

Rückwirkend ab 1. Januar wird zudem der Grundfreibetrag in der Einkommensteuer um 363 Euro auf 10.347 Euro erhöht. Der Arbeitnehmerpauschbetrag für Werbungskosten steigt von 1.000 auf 1.200 Euro. Hinzu kommt die Erhöhung der Pendlerpauschale ab dem 21. Kilometer um drei auf 38 Cent. Bereits für 2023 ist geplant, die Grundsicherung und den Grundfreibetrag in der Einkommensteuer zu erhöhen. Auch eine Anpassung der Lohn- und Einkommensteuer an die Inflation wird diskutiert.

Deka-Chefvolkswirt Ulrich Kater begrüßt das Vorgehen: „Das Entlastungspaket der Bundesregierung geht in die richtige Richtung. Zwar gilt für die gesamte Volkswirtschaft, dass vorübergehende Einbußen im Lebensstandard angesichts der drastischen Produktionsprobleme durch die Coronapandemie und den Krieg in Osteuropa unvermeidbar sind. Allerdings sollte man diejenigen Einkommensgruppen entlasten, die von höheren Preisen am stärksten betroffen sind. Es sind auch künftig weitere Entlastungspakete sinnvoll, diese sollten aber noch mehr auf den sozialen Ausgleich abzielen.“

Was die Märkte bewegt, was Anleger wissen müssen – wenn Sie sich regelmäßig fundiert über Finanzmärkte und Anlagechancen informieren möchten, dann lesen Sie doch den kostenlosen, monatlichen fondsmagazin-Newsletter.

→ **Abonnieren Sie diesen auf www.deka.de/privatkunden/aktuelles/fondsmagazin**

Impressum

Herausgeber: DekaBank, Mainzer Landstr. 16, 60325 Frankfurt, www.dekabank.de.

Verlag: S-Markt & Mehrwert GmbH & Co. KG. Ein Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe. Grenzstraße 21, 06112 Halle, www.fondsmagazin.de; E-Mail: fondsmagazin@deka.de; Fax: +49 345560-6230

Postanschrift: fondsmagazin Leserservice, Grenzstraße 21, 06112 Halle.

Sie möchten uns schreiben? Schicken Sie Ihre Anregungen, Ideen und natürlich auch Kritik ganz einfach per E-Mail an fondsmagazin@deka.de.

Chefredakteur: Olivier Löffler (V.i.S.d.P.)

Projektleitung: Ralf Kustermann

Redaktion: Pamela Kapfenstein, Annkatrin Lacroix, Thomas Luther, Michael Merklinger, Peter Weißenberg

Grafik/Infografiken: KD1 Designagentur, Köln

Artikel, die mit Namen oder Signets des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Trotz sorgfältiger Auswahl der Quellen kann für die Richtigkeit des Inhalts keine Haftung übernommen werden. Die Angaben dienen der Information und sind keine Aufforderungen zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren. Die Kostendarstellung aller auf den Tabellenseiten aufgeführten Fonds erfüllt nicht die Anforderungen an einen aufsichtsrechtlich vorgeschriebenen Kostenausweis. Umfassende Informationen zu Kosten sind in den Kosteninformationen nach WpHG oder bei den Kundenberatern und Kundenberaterinnen erhältlich.

Allein verbindliche Grundlage für den Erwerb von Deka Investmentfonds sind die jeweiligen Wesentlichen Anlegerinformationen, Verkaufsprospekte und Berichte, die in deutscher Sprache bei den Sparkassen oder der DekaBank Deutsche Girozentrale, 60625 Frankfurt, und unter www.deka.de erhältlich sind.