

## Interview

### „INDIVIDUALITÄT UNTERSTÜTZEN UND LEBEN WIR“

Fragen an Andreas Hausladen, Geschäftsführer der Hansainvest für den Bereich Financial Assets.

**Herr Hausladen, Hansainvest hat in den vergangenen Jahren ein starkes Wachstum hingelegt. Vor allem Vermögensverwalter legen immer mehr Fonds bei Ihnen auf. Wie kommt das?**  
Grundsätzlich ist der Markt als solches ja gewachsen. Immer mehr Fondsboutiquen wurden gegründet, immer mehr neue und gute Ideen fürs Asset-Management kamen in den Markt. Die Niedrigzinsphase hat hier für viel Bewegung gesorgt. Manche Anleger, auch viele institutionelle, suchen nach Renditechancen abseits der ausgetretenen Plain-Vanilla-Pfade. Das beflügelt dann natürlich den ein oder anderen, mit schon länger gehegten Ideen in den Markt zu gehen. Aber es stimmt schon, wir haben auch unseren Marktanteil deutlich ausgebaut. Mit unserer umfassenden und neutralen Beratung sowie unserem vollumfänglichen Service-Spektrum punkten wir bei unseren Kunden. Bemerkenswert war, dass für die Kunden immer häufiger auch die Stabilität und Zukunftssicherheit unseres Hauses entscheidend ist, was sich nicht nur durch unserer Mutter, der Signal Iduna als Konzern im Hintergrund, sondern auch in unserer starken Bilanz widerspiegelt. Dies gilt übrigens nicht nur für den Bereich Financial Assets, sondern mindestens gleichermaßen auch für die Real-Assets-Seite.

**Geht die Menge an neuen Produkten nicht zulasten der Qualität?**

Da sind zwei Dinge zu unterscheiden: zum einen die Qualität der Gründeridee. Wir bekommen sehr viele Vorschläge für neue Konzepte. Wir schauen uns das an und entscheiden dann, ob wir den Fonds gemeinsam mit dem Vermögensverwalter auflegen können und wollen. Denn nicht alle Ideen lassen sich auch sinnvoll in die Praxis übertragen. Manche würden an ihrer Komplexität scheitern, manche vielleicht

auch wegen der handelnden Personen oder konzeptioneller Schwächen. Wir treffen hier eine Vorauswahl, bevor wir dann wirklich in den Prozess der Auflegung einsteigen. Und dann kommt Punkt zwei: die Qualität der Prozesse bei uns. Natürlich wollen wir nicht unbegrenzt Fonds auflegen, schon weil wir den hohen Anspruch an die Fondsgründer auch an uns stellen. Aber in den vergangenen Jahren haben wir stark in den Ausbau der Kapazitäten investiert, sind technologisch State of the Art aufgestellt und sind sowohl von der Manpower wie von der Technik in der Lage, unsere Leistung bei gleichbleibend hoher Qualität noch deutlich auszuweiten.

**Geht das nicht zulasten der Individualität?**

Fondsboutiquen leben von ihrer Individualität, das ist ein Attribut, das es bei jeder einzelnen Boutique nicht nur zu erhalten, sondern auszubauen gilt. Es ist aber auch eines der wesentlichen Merkmale bei uns, dass wir eben auch den Vertrieb neben der gesamten Administration mitdenken und dort gezielt Unterstützung leisten. Die Individualität der Boutique und ihrer Gründer ist dabei das Wichtigste und wird deshalb gefördert, statt in einem anonymen Prozess zerrieben zu werden. Wir sind nicht eine anonyme, herkömmliche Adminfabrik, sondern ein ausschließlicher und neutraler Spezialist für Private-Label-Fonds; so sind wir auch genau auf diese Individualität und die besonderen Bedürfnisse fokussiert. Diese Konsequenz zahlt sich für unsere Kunden an vielen Stellen aus. Unsere Services rund um den eigenen Fonds bieten wir unabhängigen Asset-Managern, Banken, Vermögensverwaltern, Family Offices oder auch institutionellen Kunden an unseren Standorten in Deutschland als auch Luxemburg gleichermaßen erfolgreich an.



Andreas Hausladen

## Ist das nicht anstrengend, mit so vielen verschiedenen Charakteren zusammenzuarbeiten?

Eher fordernd, spannend und inspirierend. Viele der Fondsgründer gehen ja auch mit ihrem eigenen Geld in die Fonds. Da werden alle Stolperer in der Administration genau wahrgenommen. Wir werden also jeden Tag gefordert. Dafür ist es aber auch sehr angenehm, sehr engagierte und tolle Persönlichkeiten zu sehen, die anspruchsvolle Fondsideen mit uns realisieren wollen und eine hohe Verantwortung für das Geld der Kunden übernehmen. Das ist der große Vorteil der Fondsboutiquen, das können Ihnen große, anonyme Fondsanbieter nicht liefern.

## Nun sind die Konzepte ja extrem verschieden.

Das stimmt. Oft sind die Produkte in Nischen unterwegs, die Branchen, Regionen oder auch mathematisch-statistische Modelle abbilden. Gerade das bleibt bei Investoren gefragt. Da sind sehr innovative Konzepte dabei, auf die viele gar nicht kommen – die aber bei uns den Rückenwind bekommen, sich am Markt durchzusetzen. Denn bei aller Individualität der Konzepte: Letztlich muss ein Fonds verwaltet werden. Das wiederum ist es, wo sich alle Konzepte dann doch wieder treffen: Es müssen die Regularien eingehalten werden, es muss der Bürokratie Genüge getan werden, es muss sicher, zuverlässig, schnell und transparent abgewickelt werden. Und das am besten noch kostengünstig.

## Ein echter Anspruch.

Ja, den wir aber durch unsere Aufstellung einlösen können. Wir sind jetzt seit etwas mehr als fünfzig Jahren am Markt, haben in dieser Zeit einige Innovationen mitgeprägt und tun das heute genauso. Wir haben eine Größe erreicht, die uns und unseren Partnern die notwendige Leistungsfähigkeit und Stärke gibt, aber auch nicht zu groß ist, um die Dynamik und Flexibilität zu verlieren, was unsere Kunden mindestens ebenso suchen. Unsere Kunden sind keine anonymen Nummern für uns. Wo die Fondsboutiquen ihre Individualität leben, tun wir das auf dem Gebiet der Administration ebenfalls. Durch unsere Standorte in Deutschland und Luxemburg und die Ausrichtung sowohl auf Financial wie Real Assets sind wir zudem immer auf dem aktuellen Stand, was die Trends europa- und im Zweifel weltweit angeht.

## Welche Trends sehen Sie denn?

Zwei große Themen für Fondsgründer sind ESG und Reporting. Auch wenn das Thema Nachhaltigkeit durch die Pandemie etwas zugedeckt wurde, es kommt mit Macht. Und es hat sich in großer Geschwindigkeit von einem Nischenthema bei Fondskonzepten zu einem Querschnittsthema gewandelt, das alle Initiatoren angeht. Dies vor allem durch die europäische Rechtsetzung, aber auch durch die veränderte Nachfrage.

## Wie begegnen Sie diesem Thema?

Wir waren früh dabei, sind als Haus auf dem Weg zu einer vollständig nachhaltigen Produktion, haben aber auch die Schwächen der ESG-Thematik gesehen. So ist es etwa manchmal schwer nachvollziehbar, warum einzelne Aktien je nach Rating-Anbieter mal sehr positiv und mal eher schwach bewertet werden. Wir haben darauf reagiert, indem wir zum Beispiel verschiedene Ratinganbieter in unseren Datenraum aufgenommen haben. Dadurch können sich unsere Fondspartner ein besseres Bild machen und die unterschiedlichen Ansätze der Ratings vergleichen. Für die Fondsauflegung ist dann die Entscheidung für eine Form notwendig, aber dies geschieht eben auf Basis des Wissens um die Unterschiede. Unser großer USP ist hier ein vollintegriertes und doch sehr flexibles Fonds-Set-up.

## Die Technologie hat hier große Sprünge gemacht, wie zeigt sich das im Reporting?

Die Regulierung fordert in Form und Inhalt saubere Berichte, die Kunden haben im Zweifel einen noch höheren, wenn auch weniger formalisierten Anspruch an die Informationen. Hier haben wir in den vergangenen Jahren viel Zeit, Grips und auch Geld investiert, um diese Ansprüche unter einem Dach bedienen zu können. Mittlerweile haben wir ein Online-Reporting, mit dem wir ebenfalls State of the Art sind und das wir – auch in Abstimmung mit unseren Fondspartnern und deren Bedürfnissen – kontinuierlich weiterentwickeln. Unser Reporting-Tool ermöglicht es den Fondspartnern, jederzeit alle benötigten Abfragen und Auswertungen online durchzuführen, die für Investoren oder Anlageentscheidungen notwendig sind. Natürlich achten wir darauf, dass alles immer den juristischen Ansprüchen genügt.