

NAHE AM KUNDEN

Anja Maiberger spricht mit **dpn** über die Konsolidierung im Markt, worin sich CACEIS von den Wettbewerbern unterscheidet, das Thema ESG, Innovationen der Zukunft und einiges mehr.

CV

Anja Maiberger

Mitglied der Niederlassungsleitung – verantwortlich für Business Development, Relationship Management und Product & Strategy

Seit 2019 ist Anja Maiberger Mitglied der Niederlassungsleitung von CACEIS in Deutschland, verantwortlich für Vertrieb, Business Development, Relationship Management für Kunden sowie für Product & Strategy in Deutschland und Österreich. Sie begann ihre Karriere in der Wertpapierindustrie im Jahr 1999 bei der Dresdner Bank im Relationship Management. Auf ihren Stationen bei BNY Mellon, der KAS Bank Gruppe sowie J.P. Morgan entwickelte Anja Maiberger ihre Expertise im Bereich der Betreuung von Bestandskunden sowie der Gewinnung von Neukunden. Zuletzt war sie in diesem Bereich über fünf Jahre bei J.P. Morgan in Frankfurt als Executive Director für die DACH Region zuständig.



CACEIS gehört zu den großen Anbietern im Markt für Fondsadministration, Verwahrstellen- und Custody-Services. Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Konsolidierung im Markt?

Nun, dieses Geschäft ist ja grundsätzlich eher niedrigmargig. Es ist einerseits stark technisch getrieben. Zum anderen unterliegt es kontinuierlichen, regulatorischen Änderungen und Ergänzungen. So ist es kein Wunder, dass die Konzentration stetig zunimmt – künftig sind es eher die größeren Anbieter, die die Anforderungen des Markts sowie der Regulatorik vollumfänglich umsetzen können. CACEIS hat durch die Akquisition der KAS Bank sowie das Joint Venture mit dem Wertpapierbereich der Banco Santander selbst dazu beigetragen. Aber auch in Nordamerika ist aktuell eine Konsolidierung großer, globaler Wettbewerber in unserer Industrie zu beobachten.

Wenn dieses Geschäft so stark IT-getrieben ist, worin unterscheiden sich die Anbieter dann?

Tatsächlich gibt der Gesetzgeber einen Großteil der Services vor. Dennoch benötigen die Kunden teils unterschiedliche Mehrwertdienste. Das sind beispielsweise Liquiditätsmanagement, diverse Reportings (etwa ESG) oder Data Analytics. Letzteres beruht auf einer großen Menge an Kunden, ihren Transaktionen und Marktdaten – hier sind große Anbieter im Vorteil. Den Kunden geht es aber auch immer um Qualität. Diese lässt sich auch an der Verweildauer der Kunden beim Provider oder anhand der Anzahl neuer Mandate durch Bestandskunden festmachen. Wir haben uns auf die Fahnen geschrieben, so nahe wie möglich am Kunden und seinen Bedürfnissen zu sein. Wir produzieren inhouse und behalten unser Know-how intern. So können wir zeitnah auf Kundenwünsche und Marktveränderungen reagieren. Near- oder Offshoring gibt es bei uns nicht.

Können Sie ein Beispiel nennen, wie Sie diese Kundennähe umsetzen?

Gern. Nehmen wir den Immobilienfondsbereich. CACEIS ist hier in Deutschland eine der Top-3-Verwahrstellen. Wir sind konzernunabhängig und servizieren rund 70 Kapitalverwaltungsge-

sellschaft sowie deren Investoren und Fondsinitiatoren. Unsere Kernwettbewerber konzentrieren sich dagegen vor allem auf ihre konzerneigenen Kunden. Wir machen unsere Kunden mit einem ganz speziellen Betreuungskonzept jeden Tag aufs Neue zufrieden. In der Kundenbetreuung haben wir die Rollen aufgeteilt: Im Tagesgeschäft kümmert sich das Client Service Team um die Kunden und bei strategischen Fragen oder Mandatsveränderungen kommt das Relationship Management ins Spiel. Unsere Verwahrstellenexperten und Haus-Juristen ergänzen diesen konzertierten Ansatz mit ihrer jeweiligen Expertise. Hinzu kommen regelmäßige Service-Reviews mit den Kunden. Wir betreiben diesen Aufwand aus Überzeugung und unsere Kunden schätzen uns dafür!

„Wir produzieren inhouse und behalten unser Knowhow intern. So können wir zeitnah auf Kundenwünsche und Marktveränderungen reagieren.“

Welche neuen Projekte stehen bei Ihnen im nächsten Jahr an?

Wir legen den Fokus auf zwei Plattformen in Deutschland. Das ist zum einen die ALTO-Plattform. ALTO steht für „Amundi Leading Technologies and Operations“ und ist eine „Rundumsorglos-Plattform“. Investoren können hier sämtliche Dienstleistungen der Wertschöpfungskette abrufen

– von der Pre-Trade-Analyse, der Ausführung der Trades über das Settlement zum Clearing bis hin zur Verwahrung sowie verschiedenen Reporting-Lösungen. Dabei können die ALTO-Nutzer ihre Dienstleistungen bedarfsgerecht und modular zusammenstellen. Die andere Plattform ist TEEPI. Hier können Investoren (kostenlos) und Asset Manager (gegen Gebühr) Fondsanteile kaufen und verkaufen (TEEPI Market Place). Daneben haben die Fondsanbieter die Möglichkeit, Fondsinformationen und regulatorische Reports auf der Plattform zu hinterlegen (TEEPI Data Hub). Auf Wunsch kann TEEPI auch die KYC-Daten der Kunden aufnehmen und vereinfacht so den KYC-Prozess.

Lassen Sie uns kurz auf ESG schauen. Bislang hat sich vieles um den ökologischen Fußabdruck gedreht. 2022 soll die Taxonomie der sozialen Komponente von ESG kommen. Wie sieht es da bei CACEIS aus?

SPONSOR

caceis
INVESTOR SERVICES

PROFIL

Die zur Crédit Agricole und Santander gehörende **Bankengruppe CACEIS** bietet Asset Servicing für institutionelle Kunden an. In ganz Europa, Nord- und Südamerika und Asien offeriert CACEIS etwa Custody Services, Verwahrstellen- und Fondsadministrations-Services, Middle-Office Outsourcing. Mit €4,2 Bill. Assets under Custody und €2,2 Bill. Assets under Administration ist CACEIS ein führender Anbieter für Asset Servicing (Zahlen per 31. 12.2020).

KONTAKT

Anja Maiberger

Mitglied der Niederlassungsleitung, verantwortlich für Vertrieb, Business Development, Relationship Management für Kunden sowie für Product & Strategy in Deutschland und Österreich

E: anja.maiberger@caceis.com
T: +49 89 5400-3000

Wir sind im ESG-Thema tief verankert: Unser Mutterkonzern Crédit Agricole sowie die gesamte CACEIS-Gruppe haben sich bereits vor vielen Jahren der Nachhaltigkeit verschrieben. In Deutschland verfügen wir als Verwahrestellenunternehmen über ein AA-Rating. Das CACEIS ESG-Reporting wurde ebenfalls ausgezeichnet. Mit Blick auf die

soziale ESG-Komponente sehen wir die Faktoren in den übergreifenden Grundsätzen für verantwortungsvolle Unternehmensführung gut vertreten. Diese beruhen auf internationalen Referenztexten wie den „OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen“ oder dem „UN Global Compact“. Dabei werden auch soziale Fragen berücksichtigt, etwa hinsichtlich der gesellschaftlichen Auswirkungen von Waren und Dienstleistungen auf Belegschaft, Lieferanten und Gemeinschaft. Beim CACEIS ESG-Reporting kooperieren wir mit anerkannten Experten – unser ESG-Reporting beinhaltet knapp 38 verschiedene Kriterien. Schon heute bezieht sich die Hälfte davon auf soziale Fragen. Die neue Taxonomie werden wir in unsere bestehenden Kriterien einfließen lassen.

Was uns alle bewegt – jetzt gerade wieder stärker: Wie sind Sie durch die Pandemie gekommen?

Ich bin sehr froh und gleichzeitig stolz, dass wir bisher wirklich sehr gut durch diese Zeit gekommen sind: Ich denke da etwa an die Umstellung auf das Homeoffice, an Split-Teams, an virtuelle Kundentreffen, an den massiven Anstieg der Transaktionen analog zur Volatilität an den Märkten. Letztere haben sich bei uns binnen zwei Jahren teils verfünffacht.

Was bedeutet das für Sie in den nächsten Wochen und Monaten?

Wir gehen derzeit davon aus, dass die Pandemie noch weiter anhalten wird. Die eben genannten hohen Transaktionsvolumina sind nach unserer Einschätzung nicht mehr allein auf Covid zurückzuführen – diese werden weiter auf dem hohen Niveau bleiben. Die Abwicklung dieser Transaktionen beruht auf einer intelligenten und leistungsfähigen IT. Deshalb investieren wir kontinuierlich in unsere

Technik und treiben die Digitalisierungsprozesse voran.

Digitalisierung: ein gutes Stichwort. Was können Sie dazu berichten?

Die zuvor genannte TEEPI-Plattform ist natürlich eine tolle digitale Lösung, weil sie neutral ist und offen für alle – nicht nur für CACEIS-Kunden. Aber es gibt auch andere interessante digitale Lösungen mit großer Wirkung: In unserer Fondsdarstellung für Immobilienfonds bekommen wir zum Beispiel viele papierhafte Eingangsberechnungen für unterschiedliche Objekte der Immobilienfonds – das sind Rechnungen von Hausverwaltungen, Handwerkern et cetera. Um den manuellen Aufwand bei der Bearbeitung der Rechnungen zu reduzieren, setzen wir eine neue Software ein. Diese wertet die

Rechnungen maschinell aus, verarbeitet sie und weist sie zur Zahlung an. Zur Sicherheit bleibt ein Mehraugenprinzip erhalten.

Von welchen weiteren CACEIS Innovationen profitieren Ihre Kunden sonst noch?

Wir haben für unsere Kunden eine Möglichkeit geschaffen, ihre Anforderungen möglichst unmittelbar in unsere Produktgestaltung einzubeziehen – wir nennen das „Innovation-Lab“. Hier tauschen sich Kunden direkt mit unseren Experten aus, um bei der Entwicklung neuer Produkte und Lösungen „mitzuwirken“. So schaffen wir Services mit einem großen Kundennutzen, die genau den Kundenbedürfnissen entsprechen. Zudem sind wir näher am Kunden und erfahren gleichzeitig alles über die marktseitigen Bedürfnisse der Kunden.

Was tun Sie denn konkret mit Blick auf die marktseitigen Kundenbedürfnisse?

Nun, wir haben erst im Sommer einen Kunden unterstützt, der basierend auf dem neuen Fondsstandortgesetz innerhalb von sehr kurzer Zeit ein neues geschlossenes Sondervermögen auflegen wollte. Auch mit diesem Kunden waren wir sehr eng im Austausch. Deshalb konnten wir in nur vier Wochen gemeinsam mit dem Kunden den neuen Fonds auflegen. Das war wirklich extrem schnell. ●

„Wir haben für unsere Kunden die Möglichkeit geschaffen, ihre Anforderungen möglichst unmittelbar in unsere Produktgestaltung einzubeziehen – wir nennen das „Innovation-Lab“.“