

Geschäftsverlauf

Die MLP Gruppe hat das Geschäftsjahr 2018 erfolgreich abgeschlossen und ihre Ziele erreicht. Die Gesamterlöse legten gegenüber dem Vorjahr um 6,0 % zu. Dabei konnten wir die Umsatzerlöse in sämtlichen Beratungsfeldern steigern.

In den vergangenen Jahren haben wir das Beratungsfeld Vermögensmanagement zu einer wesentlichen Ertrags Säule der MLP Gruppe ausgebaut. Dabei hat FERI im Berichtszeitraum den erfolgreichen Kurs der vergangenen Jahre fortgesetzt und seine Position als ein führendes unabhängiges Investmenthaus gestärkt. Trotz volatiler Märkte verzeichnete FERI im fünften Jahr in Folge in allen Kerngeschäftsfeldern originäres Wachstum. Sowohl bei den privaten als auch bei den institutionellen Kunden konnte FERI neue Mandate gewinnen und bestehende Geschäftsbeziehungen ausbauen. Das Beratungs- und Dienstleistungsangebot, vor allem in den Bereichen Investment Management sowie Alternative und Real Assets (zum Beispiel Private Equity und Immobilien), wurde kontinuierlich ausgebaut. Außerdem hat FERI im Berichtszeitraum seine Präsenz in der Schweiz verstärkt. Dazu wurde die Tochtergesellschaft Michel & Cortesi Asset Management AG am Standort Zürich in FERI (Schweiz) AG umbenannt.

Insgesamt lagen die Erlöse von FERI im Vermögensmanagement über dem Niveau des Vorjahrs. Auch im MLP Privatkundengeschäft verzeichneten wir ein Plus bei den Erlösen im Vermögensmanagement. Insgesamt liegt das konzernweit betreute Vermögen über dem Vorjahresniveau.

In der Altersvorsorge führten vor allem die andauernde Niedrigzinsphase und die kritische Berichterstattung über Lebensversicherungen weiterhin zu einer Zurückhaltung beim Abschluss langfristiger Verträge. MLP hat sich bereits frühzeitig auf die wachsende Bedeutung neuer Garantieprodukte eingestellt, die Kunden als Alternativen zu den klassischen Konzepten immer häufiger nachfragen. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr haben diese Garantieprodukte bei MLP bereits 76 % der neu abgeschlossenen Verträge ausgemacht. Positive Impulse kamen auch aus der betrieblichen Altersvorsorge, vor allem aufgrund des neuen Betriebsrentenstärkungsgesetzes (BRSG). Weitere Informationen zu den gesetzlichen Neuerungen finden sich auch im Kapitel Regulierung.

Insgesamt lagen die Erlöse im Bereich Altersvorsorge entgegen des Branchentrends im Geschäftsjahr 2018 über dem Vorjahresniveau. Grund für die im Vergleich zum Neugeschäft unterproportionale Umsatzentwicklung sind im Wesentlichen die Auswirkungen aus dem seit 1. Januar 2018 anzuwendenden neuen Rechnungslegungsstandard IFRS 15. Nachdem der über das Eigenkapital abzubildende Erstanwendungseffekt zunächst zu einer Erhöhung des Eigenkapitals führte, belastete der neue Standard die Erlöse insbesondere im ersten Halbjahr.

Nach Abschluss der erfolgreichen Integration der DOMCURA konnten wir 2018 im Bereich Sachversicherungen die Erlöse im Vergleich zum Vorjahr wie erwartet steigern. Positive Impulse brachten unter anderem unsere bereits etablierten Bündelprodukte, die wir im Berichtsjahr weiterentwickelt und an die Marktgegebenheiten angepasst haben, sowie eine neue Gebäudeversicherung für Einfamilienhäuser von DOMCURA. Zudem brachte DOMCURA mit der „digitalen Reisegepäckversicherung“ erfolgreich ein innovatives Versicherungsprodukt auf Blockchain-Basis auf den Markt. Die Verzahnung von MLP und DOMCURA haben wir 2018 weiter vorangetrieben. Gleichzeitig hat sich das Geschäft der DOMCURA mit anderen Marktteilnehmern weiterhin positiv entwickelt.

In der Krankenversicherung beobachteten wir beim Neuabschluss von privaten Vollversicherungen weiterhin eine marktweite Zurückhaltung, die wir unter anderem auf die Beitragsentwicklung in der PKV und die kritische Berichterstattung der Medien zurückführen. Sehr gut entwickelten sich dagegen die privaten Zusatzversicherungen, vor allem Zahnzusatz- und Pflegepolice. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen lagen unsere Erlöse in der Krankenversicherung über dem Vorjahresniveau.

In der Immobilienvermittlung konnten wir 2018 wie erwartet unsere Erlöse gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern. Hauptgründe für die positive Entwicklung war der systematische Ausbau und die weitere Diversifizierung unseres Immobilienangebots: Neben dem Bereich denkmalgeschützter Immobilien haben wir im Geschäftsjahr 2018 vor allem auch das Angebot an Neubauten, Bestands- und Konzeptimmobilien (Mikro-Wohnen, Pflegeimmobilien) deutlich erweitert.

In der Immobilienfinanzierung konnten wir unsere Erlöse – vor allem bedingt durch das Niedrigzinsumfeld – auf dem hohen Niveau des Vorjahrs nochmals steigern.

Im Zuge der Diversifizierung unseres Geschäftsmodells und der Integration der DOMCURA Gruppe konnten wir in den vergangenen Jahren das Vermögensmanagement und die Sachversicherungen zu wesentlichen Säulen unseres Erlöses ausbauen. Auch im Bereich Immobilienvermittlung und Finanzierung haben wir deutliche Fortschritte erzielt.

Verbreiterung der Umsatzbasis geht voran

Die Neukundengewinnung entwickelte sich im Berichtsjahr erfreulich. MLP konnte in 2018 18.266 (19.800) neue Familienkunden überzeugen. Der Anteil der online initiierten Neukunden daran betrug rund 29 %. Insgesamt betreute die MLP Gruppe zum 31. Dezember 2018 541.150 Familienkunden (529.100) und 20.892 Firmen- und institutionelle Kunden (19.800).

Kundenzahl entwickelte sich erfreulich

Die Digitalisierung aller Bereiche im MLP Konzern schreitet voran und wird auch in den kommenden Jahren eine herausragende strategische Rolle spielen. Entscheidend für die Entwicklung digitaler Angebote sind für uns die Bedürfnisse von Kunden sowie Beratern und Mitarbeitern. Um in der gesamten MLP Gruppe eine digitale Arbeitsweise zu fördern und sukzessive eine Digitalkultur zu etablieren, haben wir im Berichtsjahr ein Digitalboard mit Digitalbeauftragtem und Digital Task Force aufgesetzt. Parallel wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein IT-Zielbild für das Jahr 2022 erarbeitet. Hierzu zählen vor allem die Bereitstellung innovativer IT-Produkte und -Services sowohl für Kunden als auch für Berater und Mitarbeiter in der Zentrale. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Etablierung einer Digitalkultur

MLP hat 2018 im Rahmen seiner Digitalisierungsstrategie seine Präsenz im Web und den sozialen Medien wie Facebook, Instagram, Youtube und Twitter weiter ausgebaut und vertieft. Um die Online-Akquise weiter zu stärken, hat MLP im Berichtsjahr seine Zusammenarbeit mit der Uniwunder GmbH intensiviert und seine Beteiligung an dem Start-Up Unternehmen auf 49 % aufgestockt. Uniwunder verfügt über große Expertise im Performance-Marketing und trägt dazu bei, dass unsere Seminarangebote die passende Zielgruppe erreichen. Nicht zuletzt darüber konnte MLP 2018 bereits rund 29 % seiner Neukunden online initiieren.

Neukundengewinnung übers Web

Bei der Kundenakquise über Online-Kanäle erhält der Berater umfangreiche Unterstützung durch ein Leadmanagementtool, das wir 2018 auf den Weg gebracht haben. Darüber werden Seminare und Kontakte direkt erfasst und die weitere Terminvereinbarung organisiert. Die zentrale und teilautomatisierte Verwaltung der Kontakte sorgt für eine Entlastung der Berater.

Digitale Unterstützung für Berater

Darüber hinaus haben wir 2018 eine neue Telefonanlage eingerichtet, mit der unsere Kundenberater auch über App bzw. Smartphone mobil erreichbar sind. Wichtige Arbeitsabläufe unserer Berater haben wir vereinfacht, etwa über eine weitere Digitalisierung der Vermittlerpost, die Ausweitung einer elektronischen Unterschrift (E-Signatur) auf die Wertpapieraufträge und die Bestandsübernahme von Verträgen per App.

Unser im April 2017 neu gestaltetes Online-Kundenportal haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr schrittweise erweitert. Es bietet Kunden alle Finanzinformationen auf einen Blick und zeigt ihnen beispielsweise in einem persönlichen Haushaltsbuch übersichtlich ihre Einnahmen und Ausgaben. Ein weiterer schrittweiser Ausbau der Funktionen ist für die kommenden Jahre geplant. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Online-Kundenportal wird schrittweise ausgebaut

Die Gewinnung neuer Berater war in 2018 ein Schwerpunktthema. Die in 2017 etablierte Fokussierung im Hochschulsegment sorgte für eine positive Dynamik in der Beratergewinnung; erstmals seit mehr als zehn Jahren erzielte MLP 2018 wieder ein Nettowachstum bei den Beratern. Dank flankierender Maßnahmen wie einem modularen Schulungsangebot oder verstärkter Online-Akquise haben wir in diesem Bereich zusätzliche junge Berater und Neukunden gewonnen. Weitere Informationen finden Sie im Kapitel → „Mitarbeiter und selbstständige Kundenberater“.

Neuausrichtung des Hochschulsegments

MLP hat seit 2016 umfangreiche Effizienzmaßnahmen umgesetzt, um die Kostenbasis deutlich zu reduzieren. Das nun erreichte Niveau sehen wir als Basis für die kommenden Jahre – auf die ein weiterhin konsequentes Kostenmanagement aufsetzt.

Konsequentes Effizienzmanagement begleitet Wachstumsstrategie