

Geschäftsverlauf

Der Geschäftsverlauf der MLP Gruppe stellte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich besser dar als zu Beginn des Jahres und insbesondere in der von uns im April 2020 aktualisierten Prognose vor dem Hintergrund der Einflüsse durch die Corona-Pandemie erwartet. Bei einer insgesamt positiven operativen Entwicklung haben insbesondere die hohen performance-abhängigen Vergütungen im Vermögensmanagement hierzu beigetragen.

Verbreiterung der Umsatzbasis wesentlicher Erfolgsfaktor

Durch die Corona-Pandemie haben sich die verschiedenen Beratungsfelder anders entwickelt als noch zu Jahresbeginn erwartet. MLP war in der Lage schwächere Entwicklungen in den einen Beratungsfeldern durch Zuwächse in den anderen Beratungsfeldern mehr als ausgleichen. Dies zeigt die Widerstandsfähigkeit, die wir uns in den vergangenen Jahren durch die deutliche Verbreiterung unseres Leistungsspektrums und damit der Erlösbasis erarbeitet haben.

Insbesondere das Beratungsfeld Vermögensmanagement hat sich zu einer wesentlichen Ertragssäule der MLP Gruppe entwickelt. 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 siebten Jahr in Folge in allen Kerngeschäftsfeldern originäres Wachstum und konnte bei der performance-abhängigen Vergütung einen Rekordwert erzielen. 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. Auch im MLP Privatkundengeschäft verzeichneten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr eine sehr positive Entwicklung im Vermögensmanagement, in dem die Nettomittelzuflüsse und auch das betreute Vermögen deutlich gesteigert werden konnten. Insgesamt erreichte das in der MLP Gruppe betreute Vermögen 42,7 Mrd. €. Die Erlöse im Vermögensmanagement und das betreute Vermögen lagen damit über dem Vorjahresniveau.

Verwaltetes Vermögen steigt auf neues Rekordniveau

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie zeigten sich insbesondere in der Altersvorsorge. Zum einen hielten sich Unternehmen beim Abschluss neuer Konzepte in der betrieblichen Altersversorgung zurück. Zum anderen erschwerten die coronabedingt veränderten Rahmenbedingungen die Neukundengewinnung und belasteten das Neugeschäft in der privaten Altersvorsorge. Diese Entwicklung war bereits im zweiten Quartal spürbar und hat sich im Gesamtjahr 2020 negativ auf die Umsätze ausgewirkt. Hinzu kamen von der Bevölkerung wahrgenommene wirtschaftliche Risiken, durch die Kunden zurückhaltender beim Abschluss langfristiger Verträge agierten. Insgesamt gingen die Erlöse in der Altersvorsorge um 5,0 % zurück und entwickelten sich coronabedingt damit schlechter, als von uns erwartet.

In der Sachversicherung hat sich sowohl bei DOMCURA als auch im MLP Privatkundengeschäft das Geschäft positiv entwickelt. Das gemeinsam verwaltete Prämienvolumen stieg um 6,2 % auf 430,8 Mio. €. Die Erlöse verbesserten sich dadurch um 8,4 % und lagen wie erwartet leicht über dem Vorjahr.

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. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen lagen unsere Erlöse in der Krankenversicherung erwartungsgemäß auf Vorjahresniveau.

In der Immobilienvermittlung konnten wir 2020 wie erwartet unsere Erlöse gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern. Hauptgründe für die positive Entwicklung waren der systematische Ausbau und die weitere Diversifizierung unseres Immobilienangebots. Neben dem Bereich denkmalgeschützter Immobilien hatten wir vor allem auch das Angebot an Neubauten, Bestands- und Konzeptimmobilien (Mikro-Wohnen, Pflegeimmobilien) deutlich erweitert. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch unsere Mehrheitsbeteiligung an der DEUTSCHLAND.Immobilien.

In der Vermittlung von Immobilienfinanzierungen konnten wir unsere Erlöse – vor allem bedingt durch die hohe Nachfrage aufgrund des Niedrigzinsumfelds – auf dem hohen Niveau des Vorjahrs nochmals steigern (+5,0 %).

Im Januar fand der unternehmensweite Rollout unseres Online-Beratungstools statt. Unseren Beratern und Kunden stehen damit online eine Reihe von Serviceleistungen zur Verfügung. Diese beinhalten:

Online-Beratungstool
ausgerollt

- Video-/Audiochat, auch mit mehreren Teilnehmern,
- Desktopsharing: Bildschirminhalte (z. B. Beratungsprogramme) können mit dem Kunden geteilt und besprochen werden.
- Whiteboard: Berater haben während eines Online-Termins mit dem Kunden die Möglichkeit, auf einem Whiteboard zu schreiben oder zu zeichnen. Zusätzlich können z. B. auch Beratungsfolien in das Whiteboard geladen und dort weiter handschriftlich bearbeitet werden.
- Textchat: Parallel zu einer Beratung/Session steht eine Chatfunktion – inkl. der Möglichkeit, Dateien auszutauschen – zur Verfügung.
- Onlineterminvereinbarung: Kunden sehen online freie Zeiträume im Kalender ihres Beraters und können so gezielt einen Termin bei ihm anfragen.

Durch unsere digitalen Angebote konnten wir trotz der anhaltenden Corona-Pandemie nah an unseren Kunden sein.

Im Jahr 2020 haben wir unser Online-Kundenportal deutlich weiterentwickelt. So ermöglicht z. B. die neue Funktion „Nachrichten“ eine sichere und bidirektionale Kommunikation zwischen Kunden und ihren Beratern. Kunden können nun direkt aus dem Kundenportal heraus eine Nachricht an ihren Berater senden. Insgesamt bietet es unseren Kunden alle Finanzinformationen auf einen Blick und zeigt ihnen in einem persönlichen Haushaltsbuch übersichtlich ihre Einnahmen und Ausgaben. Gleichzeitig beinhaltet es eine Übersicht über alle Versicherungsverträge, in die der Kunde auch die Verträge bei Dritten mit einbinden kann. Ein weiterer schrittweiser Ausbau der Funktionen ist für die kommenden Jahre geplant.

Online-Kundenportal
weiterentwickelt

Die MLP Gruppe hat 2020 im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie ihre Präsenz in den sozialen Medien wie Facebook, Youtube und Twitter weiter ausgebaut und vertieft. Im Bereich der Online-Akquise unterstützt uns weiterhin die Uniwunder GmbH, an der wir zu 39,7 % beteiligt sind. Uniwunder verfügt über Plattformen für Studierende und trägt neben anderen Partnern und Werbemaßnahmen dazu bei, dass unsere Workshopangebote die passende Zielgruppe erreichen.

Digitale Präsenz weiter
ausgebaut

Die Gewinnung neuer Berater war auch 2020 ein Schwerpunktthema. Das junge Segment hat sich sehr erfolgreich entwickelt. Insgesamt belief sich der Nettozuwachs auf Jahressicht auf 107 Berater, was einem Plus von 5,5 % entspricht und nochmals eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Hier zeigen sich nun verstärkt die Erfolge der Neuausrichtung unseres Recruitings.

Beratergewinnung
erfolgreich weitergeführt

Die Kundenzahl des MLP Konzerns hat sich 2020 weiter positiv entwickelt. Die aufgrund der Corona-Pandemie erfolgte soziale Distanzierung hatte einen limitierenden Einfluss auf die Neukundengewinnung. Insgesamt konnte MLP 2020 18.400 neue Familienkunden (19.300) überzeugen. Der Anteil der online initiierten Neukunden daran betrug rund 24 % (25 %). Insgesamt betreute die MLP Gruppe zum 31. Dezember 2020 554.900 Familienkunden (549.600) und 22.500 Firmen- und institutionelle Kunden (21.900).

Kundenzahl entwickelt sich trotz Corona weiter positiv

MLP hat seit 2016 umfangreiche Effizienzmaßnahmen umgesetzt, um die Kostenbasis deutlich zu reduzieren. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein konsequentes Kostenmanagement betrieben, mit dem wir unsere Wachstumsstrategie flankiert haben.

Konsequentes Effizienzmanagement begleitet Wachstumsstrategie