

Geschäftsverlauf

In der Altersvorsorge führten vor allem die andauernde Niedrigzinsphase und die kritische Berichterstattung über Lebensversicherungen marktweit zu einer weiterhin hohen Zurückhaltung beim Abschluss langfristiger Vorsorgeverträge. MLP konnte in diesem Bereich allerdings unter anderem davon profitieren, dass wir uns frühzeitig auf die wachsende Bedeutung neuer Garantieprodukte, die als Alternative zu den klassischen Konzepten von Kunden nachgefragt werden, eingestellt haben. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr haben diese Garantieprodukte bei MLP bereits 72 % der in 2016 neu abgeschlossenen Verträge ausgemacht. Positive Impulse kamen zudem aus der Absicherung gegen Berufsunfähigkeit. Insgesamt lagen die Erlöse in der Altersvorsorge im Berichtsjahr leicht über Vorjahresniveau.

In der Krankenversicherung beobachteten wir beim Neuabschluss von privaten Vollversicherungen weiterhin eine Zurückhaltung, die wir unter anderem auf die Beitragsentwicklung in der PKV und die kritische Berichterstattung in den Medien zurückführen. Dennoch entwickelten sich unsere Erlöse in der Krankenversicherung stabil. Hintergrund ist unsere gute Kundenbasis sowie deren intensive Betreuung. Außerdem hat sich der Bereich Zusatzversicherungen wie erwartet 2016 positiv entwickelt.

Gemeinsam mit unserem Tochterunternehmen FERI haben wir in den vergangenen Jahren den Bereich Vermögensmanagement zu einer wesentlichen Ertragssäule aufgebaut. FERI konnte im Berichtsjahr in allen Geschäftsfeldern neue Kunden gewinnen. Das Beratungs- und Dienstleistungsangebot, vor allem in den Bereichen Investment Management sowie Alternative und Real Assets (zum Beispiel Private Equity, Hedgefonds und Immobilien), wurde kontinuierlich ausgebaut.

Mit der Veräußerung der Ratingagentur FERI EuroRating Services AG im Berichtszeitraum konzentriert sich FERI auf die drei Kerngeschäftsfelder Investment Research, Investment Management und Investment Consulting.

Insgesamt lagen die Erlöse im Vermögensmanagement auf dem Niveau des Vorjahrs. Beim betreuten Vermögen haben wir unsere Prognose übertroffen und liegen über Vorjahresniveau. Getragen wurde diese Entwicklung auch weiterhin von Nettomittelzuflüssen in der MLP Finanzdienstleistungen AG.

Aufgrund der erstmaligen Konsolidierung der DOMCURA für ein volles Geschäftsjahr lagen die Erlöse im Bereich Sachversicherungen wie erwartet stark über dem Vorjahresniveau. Neben dem bestehenden Geschäft der DOMCURA Gruppe ergaben sich aus der Zusammenarbeit mit MLP positive Impulse, beispielsweise durch die Einführung neuer Konzepte (siehe unten).

In der Immobilienfinanzierung konnte das Rekordergebnis des Vorjahrs erwartungsgemäß nicht ganz erreicht werden. Die übrigen Beratungsvergütungen, in denen sich vor allem die Vermittlung von Immobilien zeigt, lagen auf Vorjahresniveau. Einfluss auf die Entwicklung hatte insbesondere die Angebotsknappheit an denkmalgeschützten Immobilien, die zusammen mit Bestandsimmobilien bislang im Fokus der Vermittlung standen. Um die Umsatzbasis zu erweitern, hat MLP im Berichtsjahr sein Angebot um Neubauten, Bestands- und Konzeptimmobilien (Mikro-Wohnen, Pflegeimmobilien) erweitert.

Angebot im Immobilienbereich erweitert

Insgesamt hat MLP die Umsatzbasis im Jahr 2016 weiter verbreitert. Einen maßgeblichen Beitrag zu diesem strategischen Ziel stellt die erfolgreiche Integration der DOMCURA Gruppe dar. Dabei entwickelte sich das Geschäft mit anderen Marktteilnehmern (Vertriebspartner) weiterhin positiv; eine wesentliche Weiterentwicklung war die Einführung eines neuen Online-Rechners für

Verbreiterung der Umsatzbasis geht voran

Gewerbeversicherungen. Darüber hinaus erhalten auch die MLP Kundenberater eine umfangreiche Prozessunterstützung im Bereich Sachversicherung. Außerdem wurde bereits im abgeschlossenen Geschäftszeitraum ein erstes gemeinsames Bündelkonzept für Privatkunden („DOMCURA Komplettschutz“) entwickelt und erfolgreich auf den Markt gebracht. Auch die positiven Entwicklungen in den Bereichen Vermögensmanagement und Krankenversicherung lieferten einen wichtigen Beitrag zur Diversifizierung der Umsatzbasis.

Wie zu Beginn des Jahrs angekündigt, hat MLP im Berichtsjahr die Kundenzählweise an die weiterentwickelte Konzernstruktur angepasst. Seit dem 1. Quartal 2016 werden zum einen Familienkunden berichtet, die wir bei der MLP Finanzdienstleistungen AG und in der FERI Gruppe betreuen. Zum anderen werden seitdem Firmen- sowie institutionelle Kunden ausgewiesen. Dazu zählen Kunden in der betrieblichen Altersvorsorge genauso wie die institutionellen Kunden bei FERI und die Vertriebspartner bei DOMCURA. Auf Basis dieser Definition betreute die Gruppe zum 31. Dezember 2016 517.400 Familienkunden (31. Dezember 2015: 510.200). Die Zahl der brutto neu gewonnenen Familienkunden stieg 2016 um 10,8 % auf 20.500. Außerdem betreute die MLP Gruppe insgesamt 19.200 Firmen- sowie institutionelle Kunden (31. Dezember 2015: 18.200).

Anpassung der Kundenzählweise

Seit dem Berichtsjahr hat sich die Umsatzverteilung verändert: Zwar erzielt MLP einen Großteil seiner Erlöse im Schlussquartal, aber durch die Akquisition von DOMCURA gewinnt das erste Quartal deutlich an Bedeutung. Hintergrund ist die Saisonalität im DOMCURA Geschäftsmodell. Demnach weist die Tochtergesellschaft im jeweils ersten Quartal eines Jahres, begleitet von einem hohen Umsatz, ein vergleichsweise hohes Ergebnis aus. In den Quartalen zwei bis vier hingegen fällt ein Verlust an. Auf Jahressicht ist das Ergebnis deutlich positiv.

Veränderte Umsatzverteilung durch DOMCURA Akquisition

Um die Produktivität unserer Berater zu erhöhen, haben wir das Kundenservice-Center MLPdialog GmbH in Bad Segeberg im Berichtsjahr personell aufgestockt und den Service für unsere Berater und unsere Kunden nochmals ausgeweitet.

Kundenservice-Center weiter ausgebaut

Im Rahmen der Umsetzung unserer Online-Strategie, hat MLP im Berichtsjahr seine Kooperation mit dem FinTech-Unternehmen massUp intensiviert. Seit Jahresbeginn können unsere Kunden auch online einfache Versicherungsprodukte auf den MLP Kundenwebseiten mlp.de und mlp-financify.de abschließen. Insgesamt wurden seit Rollout bereits mehr als 1.000 Abschlüsse online getätigt, darunter Elektronik-, Fahrrad- und insbesondere Auslandsreisekrankenversicherungen. Eine Ausweitung ist in Planung. Darüber hinaus sind auch Kfz-Versicherungen bereits bei MLP online abschließbar. Weiterhin wurde im Berichtsjahr Video-Conferencing allen Beratern zur Verfügung gestellt. Die Pilotgruppe für die eSignature wurde 2016 schrittweise ausgeweitet – für 2017 ist ein weiterer Rollout geplant.

Digitalisierungsstrategie erfolgreich vorangetrieben

Im Rahmen unserer Online-Strategie hat MLP im Berichtsjahr seine Präsenz in den sozialen Medien wie Facebook, Youtube und Twitter weiter ausgebaut. Darüber hinaus haben wir unsere Webseiten permanent weiterentwickelt. Beides bietet die Grundlage, um online Teilnehmer für Seminare in Geschäftsstellen zu gewinnen und Beratungswünsche zu initiieren. Insgesamt wurde der überarbeitete MLP Webauftritt in der Untersuchung „Kundenorientierte Internetseiten börsennotierter Unternehmen 2016“ der Beratungsgesellschaft Service Value für die Tageszeitung „Die Welt“ als bestes Angebot eines börsennotierten Finanzdienstleisters ausgezeichnet. Außerdem wurde der MLP FinancePilot, mit dem unsere Kunden unter anderem ihre Bankgeschäfte online abwickeln, 2016 durch neue Funktionalitäten ergänzt. Dazu gehörten das SecureGo-Verfahren sowie die Funktion GiroCode, mit der Rechnungen per QR-Code eingelesen werden können.

Social-Media-Aktivitäten zur Neukundengewinnung

2016 wurden die Weichen für ein ausgeweitetes Kundenportal gestellt. Das MLP Kundenportal ist eine – an das moderne Design der MLP Homepage angepasste – Anwendung, die insbesondere den FinancePilot Banking und Report anbindet und mit neuen Funktionen verknüpft. Im Mittelpunkt steht das „digitale Haushaltsbuch“, das Finanzthemen wie Einnahmen und Ausgaben des Kunden übersichtlich darstellt. Mit der bereits vorhandenen infrastrukturellen Basis des Kundenportals und

Neues Kundenportal auf den Weg gebracht

geplanten Erweiterungen bietet MLP nun eine Anwendung an, über die Kunden weitere einzelne MLP Anwendungen mit nur einer Anmeldung erreichen können – und die ihnen eine besonders einfache Administration ihrer Finanzangelegenheiten ermöglicht. Die Pilotphase für das Kundenportal wurde Ende 2016 gestartet; der flächendeckende Rollout ist für Frühjahr 2017 geplant.

MLP hat 2016 eine neue Applikation zur Produktauswahl eingeführt. Sie bietet umfangreiche Bedien- und Prozessvorteile gegenüber der bisherigen Software und unterstützt die Berater bei der Auswahl von Produkten und dem gesamten Beantragungsprozess bis hin zur Dokumentation der Beratung. Zudem ist Ende Oktober 2016 das neue Intranet MLP.net an den Start gegangen. Es ermöglicht eine gezielte Informationsvermittlung an Berater sowie Mitarbeiter und fördert den fachlichen Austausch untereinander.

Rollout neuer Berater-
Applikationen

Wir arbeiten kontinuierlich an einer Weiterentwicklung unseres Beratungsansatzes, der durch eine neue Beratungsapplikation („Budgetguide“) unterstützt wird. Diese wurde 2016 erfolgreich getestet und durch ein umfangreiches Ausbildungskonzept begleitet. Ab 2017 folgt ein weiterer schrittweiser Rollout. Parallel wurde mit der Applikation „Budgetguide easy“ das Pendant für die Beratung junger Kunden entwickelt. Sie ging im November in den Testbetrieb; der Rollout – verbunden mit entsprechenden Schulungen – ist für 2017 geplant. Weitere Informationen dazu im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Die Gewinnung neuer Berater war 2016 – wie bereits im Vorjahr – ein Schwerpunktthema. Die 2015 eingeführte neue Weiterbildungsprämie für einsteigende Kundenberater hat sich als wichtiger Baustein unserer Recruiting-Initiative etabliert. Weitere Informationen finden Sie im Kapitel → „Mitarbeiter und selbstständige Kundenberater“.

Recruiting-Initiative trägt
erste Früchte

Die Corporate University bietet seit September gemeinsam mit der Berliner Steinbeis-Hochschule School of Management and Innovation den Master-Studiengang „Master Financial Planning and Management (M.Sc.)“ an. Der berufsbegleitende Master-Studiengang richtet sich sowohl an erfahrene als auch an neue MLP Berater, die nach ihrem Bachelor-Abschluss bei MLP tätig sind. Damit stellt er ein ergänzendes Instrument unserer Recruiting-Initiative und eine zusätzliche Weiterbildungsmöglichkeit für unsere Berater dar.

Masterprogramm „Financial
Planning“ gestartet

Aufgrund des weiterhin herausfordernden Marktumfelds hat MLP im Februar 2016 Maßnahmen eingeleitet, um die Kosten im Geschäftsjahr 2017 und in den Folgejahren noch einmal deutlich zu reduzieren und im Vergleich zum Jahr 2015 einen positiven EBIT-Effekt von 15 Mio. € zu erzielen. Dafür sind im Geschäftsjahr 2016 Einmalaufwendungen von rund 15 Mio. € angefallen. Die Einsparungen beziehen sich zu einem überwiegenden Teil auf Sachkosten. Zudem hat MLP auf Nachbesetzungen von Stellen verzichtet und Synergien zwischen den Konzerngesellschaften im Backoffice noch stärker genutzt. Bereits zwischen 2008 und 2012 hatte MLP die Verwaltungskosten um rund 60 Mio. € gesenkt.

Konsequentes
Effizienzmanagement
begleitet
Wachstumsstrategie

Im Berichtsjahr hat die FERI AG den Verkauf der FERI EuroRating Services AG bekannt gegeben. Das Closing der Transaktion erfolgte am 1. August 2016. FERI konzentriert sich damit weiter auf seine Kernkompetenzen Investment Management, Investment Consulting und Investment Research sowie die strategische Weiterentwicklung zum führenden Investmenthaus in Deutschland, Luxemburg, der Schweiz und Österreich.

Veränderungen in der
Unternehmensstruktur

Im Rahmen der weiteren Fokussierung der Unternehmensstruktur in der DOMCURA Gruppe wurden im Berichtsjahr unter anderem die Ralf W. Barth GmbH und die F&F Makler AG auf die nordias GmbH Versicherungsmakler verschmolzen. Dort ist der Geschäftsbereich Makler zusammengefasst, dazu gehören unter anderem Spezialmakler für Gewerbe- und Industrieversicherungen.