

## Geschäftsverlauf

In den vergangenen Jahren haben wir das Beratungsfeld Vermögensmanagement zu einer wesentlichen Ertragsssäule 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 sechsten 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. Insbesondere im MLP Privatkundengeschäft verzeichneten wir eine positive Entwicklung im Vermögensmanagement, in dem die Nettomittelzuflüsse und das betreute Vermögen weiter gesteigert werden konnten. Insgesamt liegen die Erlöse im Vermögensmanagement und das konzernweit betreute Vermögen über dem Vorjahresniveau.

In der Altersvorsorge gab es zwar insbesondere durch die andauernde Niedrigzinsphase sowie die kritische Berichterstattung über Lebensversicherungen immer noch eine Zurückhaltung beim Abschluss langfristiger Verträge. MLP hatte sich aber bereits frühzeitig auf die wachsende Bedeutung neuer Garantieprodukte eingestellt, die Kunden als Alternativen zu den klassischen Konzepten inzwischen häufig nachfragen. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr haben diese Garantieprodukte bei MLP 74,0 % der neu abgeschlossenen Verträge ausgemacht.

Positive Impulse kamen im Berichtsjahr vor allem auch aus der betrieblichen Altersvorsorge vor dem Hintergrund des Betriebsrentenstärkungsgesetzes (BRSG) und insbesondere der darin verankerten Erhöhung des steuerlichen Förderrahmens. Weitere Informationen zu den gesetzlichen Neuerungen finden sich auch im Kapitel → [Regulierung](#). Positiv beigetragen zur Erlösentwicklung im Bereich Altersvorsorge hat auch der Anstieg der für MLP tätigen Berater im Hochschulbereich; diese betreuen ihre Kunden vielfach auch bei ersten Absicherungen und Vorsorgebausteinen. Insgesamt lagen die Erlöse im Bereich Altersvorsorge im Geschäftsjahr 2019 6,4 % über dem Vorjahresniveau.

In der Sachversicherung verzeichneten wir auch 2019 eine positive Entwicklung bei DOMCURA. Maßgeblich dazu beigetragen haben weiterhin unsere bereits etablierten Bündelprodukte, die wir im Berichtsjahr erneut weiterentwickelt und an die Marktgegebenheiten angepasst haben, sowie eine neue Gebäudeversicherung für Einfamilienhäuser von DOMCURA. Viel Aufmerksamkeit, insbesondere auf Fachkonferenzen, wurde DOMCURA weiterhin zur „digitalen Reisegepäckversicherung“, einem Versicherungsprodukt auf Blockchain-Basis, entgegengebracht und DOMCURA aufgrund dieser innovativen Lösung als nationaler Gewinner der European Business Awards ausgezeichnet. Die Verzahnung von MLP und DOMCURA haben wir 2019 weiter vorangetrieben, beispielsweise durch die gemeinsame Entwicklung von Spezialprodukten für die MLP Zielgruppen der Studierenden und Mediziner. Gleichzeitig hat sich das Geschäft der DOMCURA mit anderen Marktteilnehmern weiterhin positiv entwickelt. Auch im MLP Privatkundengeschäft hat sich die Sachversicherung positiv entwickelt. Insgesamt lagen die Erlöse in der Sachversicherung 5,2 % 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 mit einem Plus von 1,3 % knapp über Vorjahresniveau.

In der Immobilienvermittlung konnten wir 2019 wie erwartet unsere Erlöse gegenüber dem Vorjahr deutlich (+17,9 %) steigern. Hauptgründe für die positive Entwicklung waren der systematische Ausbau und die weitere Diversifizierung unseres Immobilienangebots, die wir bereits 2018 forciert hatten. Neben dem Bereich denkmalgeschützter Immobilien hatten wir vor allem auch das Angebot an Neubauten, Bestands- und Konzeptimmobilien (Mikro-Wohnen, Pflegeimmobilien) deutlich erweitert.

Mit der Akquisition von DEUTSCHLAND.Immobiliën, einem führenden Onlinemarktplatz für Anlageimmobilien, haben wir 2019 das Angebot nochmals signifikant erweitert und uns zudem mit den rund 6.000 dort angeschlossenen Maklern weiteres Geschäftspotenzial für die kommenden Jahre eröffnet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr begann die Integration von DEUTSCHLAND.Immobiliën in den MLP Konzern nach dem erfolgreichen Closing der Transaktion am 2. September 2019.

In der Vermittlung von Immobilienfinanzierungen konnten wir unsere Erlöse – vor allem bedingt durch die hohe Nachfrage aufgrund des Niedrigzinsumfelds – nochmals deutlich (+16,9 %) steigern.

Im Zuge der Diversifizierung unseres Geschäftsmodells konnten wir in den vergangenen Jahren das Vermögensmanagement und die Sachversicherungen zu wesentlichen Säulen unseres Erlöses ausbauen. Mit der erfolgreichen Akquisition der DEUTSCHLAND.Immobiliën im Jahr 2019 und dem Potenzial, das diese mitbringt, haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr auch im Bereich Immobilienvermittlung einen großen Schritt für eine weitere Umsatzverbreiterung gemacht. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Verbreiterung der  
Umsatzbasis geht voran

Die Neukundengewinnung entwickelte sich im Berichtsjahr erfreulich. MLP konnte 2019 19.300 neue Familienkunden (18.266) überzeugen. Der Anteil der online initiierten Neukunden daran betrug rund 25 % (29 %). Insgesamt betreute die MLP Gruppe zum 31. Dezember 2019 549.600 Familienkunden (541.150) und 21.850 Firmen- und institutionelle Kunden (20.900).

Kundenzahl entwickelt sich  
erfreulich

Die Digitalisierung aller Bereiche im MLP Konzern schreitet voran und wird auch in den kommenden Jahren eine wesentliche 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, hatten wir 2018 ein Digitalboard mit Digitalisierungsbeauftragtem und eine Digital Task Force aufgesetzt, die 2019 noch umfangreicher tätig wurden. Das Gremium hat eine Reihe von Vorschlägen ausführlich begutachtet und die als relevant erachteten weiter ausarbeiten bzw. umsetzen lassen, darunter eine Online-Kundenbetreuung durch MLP Berater. Parallel wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits erste Teile des 2018 erarbeiteten IT-Zielbilds für das Jahr 2022 erfolgreich auf den Weg gebracht, darunter die Einführung neuer Arbeitsmethoden und die Einrichtung einer Laufzeitumgebung für Microservices in der Public Cloud. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Weitere Etablierung einer  
Digitalkultur

MLP hat 2019 im Rahmen seiner Digitalisierungsstrategie seine Präsenz in den sozialen Medien wie Facebook, Youtube und Twitter weiter ausgebaut und vertieft. Für die Online-Akquise hat MLP im Berichtsjahr insbesondere mit der Uniwunder GmbH zusammengearbeitet, nachdem die Partnerschaft bereits im vorherigen Geschäftsjahr – begleitet mit einer Aufstockung der Beteiligung durch MLP an dem Start-up-Unternehmen auf 49 % – intensiviert worden war. Uniwunder verfügt über große Expertise im Performance-Marketing und trägt neben anderen Partnern und Werbemaßnahmen dazu bei, dass unsere Seminarangebote die passende Zielgruppe erreichen.

Erfolgreiche  
Neukundengewinnung  
übers Web

Bei der digitalen Kundenakquise erhält der Berater umfangreiche Unterstützung durch ein Leadmanagementtool, das wir 2018 auf den Weg gebracht hatten und im Berichtsjahr nochmals weiterentwickeln konnten. 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

Mit dem „VEM-Guide“ der MLP Banking AG – VEM steht für Vermögensmanagement – ist im abgelaufenen Geschäftsjahr eine wesentliche Beraterunterstützung bei der Planung und Umsetzung von Geldanlage-Portfolios eingeführt worden. Die Softwarelösung ermöglicht in der Beratung einen lückenlosen Prozess von der Bestandsaufnahme über einen Soll-Ist-Abgleich bis hin zu einer rechtssicheren Dokumentation und verschafft Kunden noch mehr Transparenz über die eigene Vermögensstruktur sowie regelmäßige Geldströme.

Unser im April 2017 neu gestaltetes Online-Kundenportal haben wir auch im abgelaufenen Geschäftsjahr schrittweise erweitert. Es bietet Kunden alle Finanzinformationen auf einen Blick und zeigt ihnen in einem persönlichen Haushaltsbuch übersichtlich ihre Einnahmen und Ausgaben. Im Geschäftsjahr 2019 ist insbesondere die neue Übersicht über alle Versicherungsverträge hinzugekommen. Ein weiterer schrittweiser Ausbau der Funktionen ist für die kommenden Jahre geplant. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel → „Voraussichtliche Geschäftsentwicklung“.

Online-Kundenportal weiter ausgebaut

Die Gewinnung neuer Berater war nach 2018 auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Schwerpunktthema. Das 2017 neu ausgerichtete Hochschulsegment mit den Leitern Hochschulteams sorgte für ein signifikantes Beraterwachstum. Insgesamt belief sich der Nettozuwachs auf Jahressicht auf 53 Berater, was einem Plus von 2,7 % entspricht und nochmals eine dynamischere Steigerung gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Hier zeigt sich auch die erfolgte Intensivierung des Recruitings bei MLP. Zum Repertoire gehören Jobmessen, Kennenlern-Formate wie MLP Erleben oder auch Active Sourcing. Außerdem haben wir die Attraktivität der Tätigkeit als MLP Berater in den vergangenen Jahren weiter erhöht, zum Beispiel durch eine Weiterentwicklung des Bildungsangebots an unserer Corporate University.

Erfolgreiche Beratergewinnung

Nicht nur im Hochschulbereich, sondern auch bei Beratern mit Branchenerfahrung baut MLP seine Aktivitäten aus, um das Interesse für eine Tätigkeit bei MLP zu wecken. Dabei hilft ein speziell auf Branchenkenner ausgerichtetes Vergütungsmodell, das ihnen den Wechsel erleichtert. Weitere Informationen finden Sie im Kapitel → „Mitarbeiter und selbstständige Kundenberater“.

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

Mit Inkrafttreten des neuen internationalen Rechnungslegungsstandards 16 (IFRS 16, International Financial Reporting Standard) hat sich die Behandlung von Leasinggeschäften geändert. Unter anderem entfällt beim Leasingnehmer nach IFRS 16 die Klassifizierung in Operating Lease und Finance Lease. Dieser muss vielmehr für jeden Leasinggegenstand sowohl ein Nutzungsrecht auf der Aktivseite als auch eine korrespondierende Leasingverbindlichkeit auf der Passivseite ansetzen. Auswirkungen hat diese veränderte Behandlung auch auf die Gewinn- und Verlustrechnung. Hier kommt es zu Verschiebungen innerhalb der Gewinn- und Verlustrechnung. Zum einen werden Leasingzahlungen nicht mehr als betrieblicher Aufwand erfasst. Zum anderen werden Abschreibungen und Zinsaufwand belastet. Hinweise zu den jeweiligen Auswirkungen finden sich nachfolgend in der Ertrags- und Vermögenslage sowie detaillierte Informationen unter Anhangangabe 3 (Anpassung der Rechnungslegungsmethoden).

IFRS 16 in Kraft getreten