

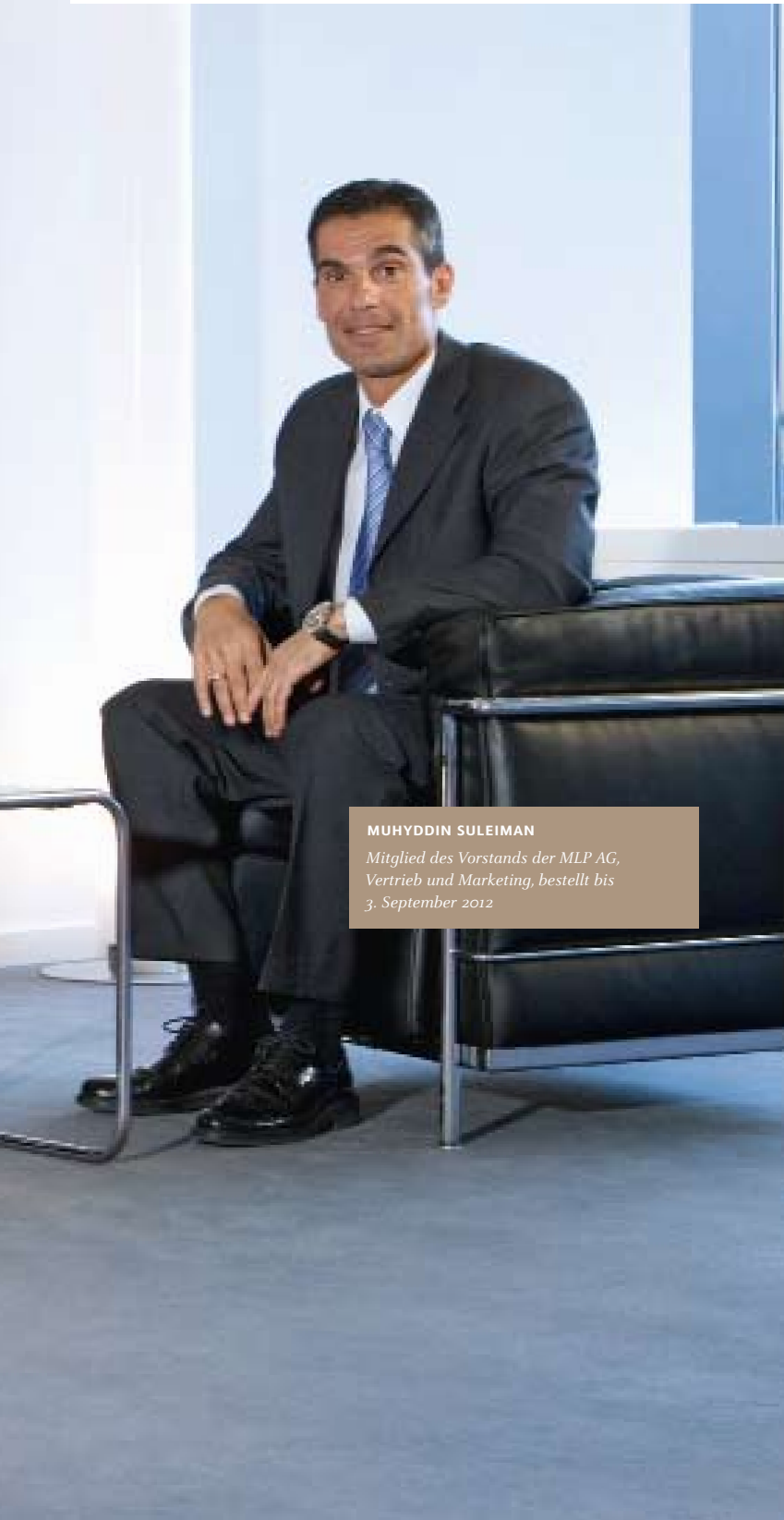
**DR. UWE SCHROEDER-WILDBERG**

*Vorstandsvorsitzender der MLP AG,
Strategie, Konzernplanung und -steuerung,
Personal, Kommunikation, Recht, Revision, IT,
Controlling, Rechnungswesen, Steuern,
Treasury und allgemeine Verwaltung, bestellt
bis 31. Dezember 2012*

GERHARD FRIEG

*Mitglied des Vorstands der MLP AG,
Produktmanagement und -einkauf, bestellt
bis 18. Mai 2012*

„Jetzt wird Gesetz, was MLP schon lange praktiziert.“

**MUHYDDIN SULEIMAN**

*Mitglied des Vorstands der MLP AG,
Vertrieb und Marketing, bestellt bis
3. September 2012*

Der Markt für Finanzdienstleistungen in Deutschland befindet sich in einer Phase des tiefgreifenden Wandels. Nie zuvor sah sich die Branche innerhalb kürzester Zeit mit einer solchen Vielzahl an regulatorischen Veränderungen konfrontiert. MLP gilt ohnehin seit Jahren als Vorreiter in Sachen Qualität, Transparenz und Verbraucherschutz und ist auf die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen hervorragend vorbereitet. Im Interview beschreiben die MLP-Vorstände Dr. Uwe Schroeder-Wildberg, Gerhard Frieg und Muhyddin Suleiman, warum sich der Markt im Zuge der Reformen professionalisieren und konsolidieren wird – und wie MLP die Chancen dieses Wandels nutzt.



Durch das zum 1. Januar 2008 reformierte Versicherungsvertragsgesetz (VVG), die Finanzmarktrichtlinie MiFID sowie die EU-Vermittlerrichtlinie werden die Weichen für die Finanzdienstleistungsbranche neu gestellt. Welche Bedeutung haben die regulatorischen Veränderungen für Anbieter und Kunden?

SCHROEDER-WILDBERG: Es gibt aus meiner Sicht zwei wesentliche Auswirkungen: Zum einen erhöhen die gesetzlichen Veränderungen die Anforderungen an die Qualität einer Beratung und bringen mehr Transparenz für den Kunden. Beides hat einen verbesserten Verbraucherschutz zur Folge. Zum anderen führen MiFID, Vermittlerrichtlinie und VVG-Reform vor allem

Man könnte auch sagen: Jetzt wird Gesetz, was MLP schon lange praktiziert.

FRIEG: MLP geht sogar über die Anforderungen des Gesetzgebers hinaus: Vorgeschrieben ist eine ausführliche Dokumentation ja zum Beispiel nur für die Vermittlung von Versicherungen. Wir dokumentieren die Beratung in allen Feldern. Für unseren Geschäftsablauf bedeuten die Reformen daher auch keine wesentlichen Umstellungen.

SCHROEDER-WILDBERG: Wir haben gegenüber unseren Kunden schon immer klar kommuniziert, wie unsere Empfehlungen und Entscheidungen zustande kommen. Als unabhängiger Makler können wir einen sauberen

„Als unabhängiger Makler können wir einen sauberen Auswahlprozess nachweisen, der qualitativen und quantitativen Kriterien entspricht.“

DR. UWE SCHROEDER-WILDBERG

bei Versicherern und Vermittlern zur wohl größten Umstellung, die es jemals in der Branche gab. Neue Vorschriften zur Aus- und Weiterbildung, veränderte Abläufe in der Beratung sowie eine höhere Transparenz der Kosten zwingen viele Unternehmen zu tiefen Eingriffen in Strukturen, Prozesse und Technik. Das Jahr 2008 wird daher noch mehr ein Jahr der Umstellung werden, als es 2005 nach der Einführung des Alterseinkünftegesetzes war.

MLP ist im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen Makler und unterwirft sich damit den strengsten Anforderungen in der Branche. Heißt das zugleich, Sie haben den höchsten Umstellungsaufwand?

SULEIMAN: Mit der EU-Vermittlerrichtlinie wurde erfreulicherweise erstmals klar definiert, in welchem Auftrag ein Finanzberater arbeitet. Im Gegensatz zu allen anderen Vermittlern arbeitet der Makler nicht im Auftrag einer oder mehrerer Versicherungsgesellschaften, sondern vertritt einzig und alleine das Interesse seiner Kunden, denen er aus der Vielzahl der Angebote im Markt das für ihn Passende herausucht. Der finanzielle und organisatorische Aufwand, der durch die regulatorischen Veränderungen ausgelöst wird, hält sich bei MLP in Grenzen, da wir schon immer wegweisende Qualitätsstandards gesetzt haben. Genau dies fordert ja nun der Gesetzgeber.

bereren Auswahlprozess nachweisen, der sowohl quantitativen als auch qualitativen Kriterien entspricht.

Welchen Vorteil hat der Kunde von der neuen Transparenz und den Dokumentationspflichten?

FRIEG: Die verstärkte Transparenz bei den Abschlusskosten wird dazu führen, dass Verbraucher merken: Produkte eines Anbieters kosten überall das Gleiche – unabhängig davon ob der Kunde eine gute, eine schlechte oder vielleicht gar keine Beratung erhält. Das führt natürlich dazu, dass Verbraucher zukünftig noch wesentlich stärker auf die Qualität der Beratung achten werden. Die Folge daraus ist ein besseres Image der Branche und damit ein größeres Vertrauen der Verbraucher.

Muss der Kunde jetzt bei einem Versicherungsabschluss noch mehr Kleingedrucktes lesen als früher?

SCHROEDER-WILDBERG: Grundsätzlich gilt: Der Abschluss eines Altersvorsorge- oder Krankenversicherungsvertrages hat sehr langfristige Auswirkungen und ist daher oft bedeutender als zum Beispiel die Anschaffung eines neuen Autos. Es ist daher richtig und wichtig, dass der Verbraucher vor dem Abschluss über alle notwendigen Details informiert ist. Korrekt ist aber auch: Die VVG-Reform führt zu einem enormen bürokratischen Aufwand, der weder im Sinne ►

► der Kunden noch der Anbieter ist. Ein Kunde lässt sich ja gerade beraten, weil er vermeiden will, sich für den Abschluss einer guten Altersvorsorge stundenlang durch hundert oder mehr Seiten Papier quälen zu müssen.

SULEIMAN: Unsere Kunden haben ein Recht auf Einfachheit. Deshalb übernehmen diese Arbeit heute mehr als je zuvor die MLP-Berater. Sie gehen in der Beratung mit dem Kunden die wichtigsten Vertragsbestandteile durch. Anschließend werden alle wichtigen Dokumente in seinem FinancePilot, dem MLP-Online-Archiv, elektronisch gespeichert. Andere Anbieter müssen ihre Geschäftsstellen aufgrund der VVG-Reform mit vielen Tonnen Papier ausstatten. Das können wir uns und unseren Kunden glücklicherweise ersparen.

Heißt das zugleich, dass der Aufwand für Technik bei MLP größer ist als bei anderen Finanzdienstleistern?

SCHROEDER-WILDBERG: Absolut gesehen ja. Wir sind der Überzeugung, dass eine hervorragend aufgestellte IT Grundvoraussetzung ist, um in einem sehr komplexen Markt den Beratern eine Analyse der besten Produkte zu ermöglichen und dem Kunden ein Höchstmaß an Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu bieten.

FRIEG: Ich bin ganz sicher, dass der Aufwand für unsere Berater dank moderner IT-Lösungen auf Dauer sinken wird. Vieles, was zum Beispiel in der Vergangenheit aufwändig von Hand auszufüllen war, wird inzwischen vollautomatisch erledigt. Bereits heute ►

„Verbraucher werden zukünftig noch wesentlich stärker auf die Qualität der Beratung achten.“

GERHARD FRIEG



GANZHEITLICH IM GRÜNEN BEREICH

MLP-Berater Stefan Greth hat sich auf die Beratung junger Mediziner wie Dr. Sebastian Pietzka spezialisiert. Die wissen die neuen Aufklärungspflichten für Finanzdienstleister besonders zu schätzen – weil sie in ihrem Beruf ähnliche Vorgaben haben.

„Schauen Sie, so weit sind wir inzwischen mit der Umsetzung Ihrer Ziele gekommen“, setzt Stefan Greth an und schiebt den Bildschirm auf seinem Schreibtisch zurecht, damit Dr. Sebastian Pietzka die grün-rote Balkengrafik besser sehen kann. Auf einen Blick erkennt der Assistenzarzt in seinem „MLP-Finanzmanagement“, welche persönlichen Finanz- und Vermögensziele er schon erreicht hat und wo noch Handlungsbedarf besteht. Erfreulicherweise zeigt der Monitor etliche grüne Balken mit hohen Prozentzahlen. Die roten Balkenteile signalisieren: Hier gibt es noch etwas zu tun. „Bei der Risikoabsicherung liegen Sie sehr gut im Plan. Und bei der Altersvorsorge sind wir auch auf einem sehr guten Weg“, fasst der 31-jährige MLP-Berater die Ergebnisse zufrieden zusammen.

Trotz der Ernsthaftigkeit des Themas geht es an diesem Freitagnachmittag in Stefan Greths Büro locker zu. Man witzelt, nimmt sich gegenseitig auf den Arm, Sebastian Pietzka kennt seinen MLP-Berater seit der Studentenzeit. Inzwischen ist Pietzka Assistenzarzt für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie bei der Bundeswehr in Koblenz – und studiert zusätzlich Zahnmedizin.

Stefan Greth begann 2003 als Berater bei MLP. Sein Büro hat der studierte Organisationspsychologe und Financial Consultant im Herzen der Mainzer Innenstadt in einem denkmalgeschützten Altbau mit Blick auf den Fastnachtsbrunnen. Von dort betreut er

seine fast 350 Kunden, hauptsächlich Berufsstarter aus dem Medizinbereich.

Regelmäßig schließen sich Pietzka und Greth kurz, ob es in Sachen Finanzen etwas zurechtzuzurren gibt. Sebastian Pietzka schätzt diese intensive Betreuung. Aus seiner anfänglichen Skepsis ist mittlerweile tiefes Vertrauen geworden: „Als ich vor einigen Jahren einen Berater für meine Lebensversicherung brauchte, habe ich bei mehreren Maklern angefragt und war absolut misstrauisch. Stefan Greth war der Einzige, der nicht gleich alles auflösen und neu abschließen wollte, sondern erst einmal in Ruhe ein komplettes Konzept entwickelt hat. Das fand ich schon mal

sehr überzeugend.“ Pietzkas Vertrauen musste sich der Berater dennoch erarbeiten. „Ich habe unheimlich viel gefragt und mir immer und immer wieder erklären lassen, warum er diese oder jene Produktlösung empfiehlt“, erinnert sich der 27-jährige Arzt. „Das hat bestimmt genervt. Aber er hat akribisch und mit viel Energie alle Infos besorgt, die mir wichtig waren.“

Die neuen gesetzlichen Vorschriften in Sachen Beratung und Dokumentation begrüßt Sebastian Pietzka: „Das ist wie die Aufklärungspflicht bei uns Ärzten. Das macht uns Fachfremde zu mündigen Kunden.“ Viel mitbekommen von den neuen Regeln hat er in

„Das ist wie die Aufklärungspflicht bei uns Ärzten. Das macht uns Fachfremde zu mündigen Kunden.“

DR. SEBASTIAN PIETZKA, MLP-KUNDE



VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT

MLP-Berater Stefan Greth (links) kennt und betreut seinen Kunden Dr. Sebastian Pietzka schon seit dessen Studentenzeit.

der Praxis aber noch nicht. Denn tatsächlich musste Greth im Beratungsprozess wenig ändern. Ziele und Wünsche für die weitere finanzielle Planung hat er mit seinen Kunden schon immer erarbeitet, Vor- und Nachteile von verschiedenen Produktlösungen abgewogen, Kosten angesprochen, Empfehlungen gegeben und das Ganze schriftlich festgehalten. „Der Aufwand, speziell nach einem Gespräch, hat allerdings schon sehr zugenommen“, stellt Greth fest. „Für den Kunden ist das aber eine gute Sache. Früher habe ich Übersichten rein zur Information erstellt, heute bieten diese Dokumentationen per Gesetz auch Rechtssicherheit.“ Und einen weiteren Vorteil: Der Kunde kann jederzeit nachsehen, was ihm in der Vergangenheit geraten wurde. So sieht der MLP-eigene Anspruch ein viel genaueres Protokoll vor, als es die EU-Vermittlerrichtlinie fordert: Danach müsste nur dargelegt werden, warum man sich für eine bestimmte Gattung,

zum Beispiel betriebliche oder private Altersvorsorge, entschieden hat. Die MLP-Software fragt eine noch detailliertere Begründung ab, nämlich warum ein spezielles Produkt ausgewählt wurde. So wissen Kunde und Berater auch nach Jahren noch, was sie sich seinerzeit dabei gedacht haben.

Damit ein Kunde am Ende einer Beratung nicht mit Bergen von Papier konfrontiert wird – bei einer Altersvorsorge- oder Krankenversicherungsberatung müssten ihm von Rechts wegen 120 bis 160 Seiten Infomaterial und Kleingedrucktes ausgehändigt werden – nutzen Stefan Greth und seine Kunden den MLP-FinancePilot: „Von unserer Datenaufnahme, der Produktauswahl und einer Gesamtübersicht der persönlichen Vermögenslage fertige ich sukzessive Dokumente an und stelle sie in unser virtuelles Archiv. Diese Gesamtübersicht, also das MLP-Finanzmanagement für einen Kunden zu erstellen, braucht manchmal mehrere Termine. So entwickelt sich Schritt

für Schritt eine ganzheitliche Beratung.“

Mit seinem Passwort kann dann jeder Kunde von überall auf der Welt übers Internet auf seine Dokumente zugreifen. Ein Service, den auch Sebastian Pietzka schätzt. „Ich pendle derzeit zwischen zwei Wohnungen und schlepe natürlich nicht immer meine ganzen Ordner hin und her. Mit der Internet-Lösung habe ich immer alle Daten und Unterlagen parat.“ Und da ist im Laufe der Jahre einiges zusammengekommen. Von der Risikoabsicherung und Altersvorsorge bis hin zur Kontoführung haben sich Greth und Pietzka schrittweise durch dessen Ziele und Bedürfnisse gearbeitet. „Und auch wenn ich mit ihm um jede fünf Euro Sparrate hadere“, gesteht der junge Arzt augenzwinkernd, „weiß ich, dass es sich lohnt.“ – Spätestens, wenn sich beim nächsten Mal in Pietzkas Finanzmanagement wieder einige rote Teilbalken in Grün gewandelt haben. ■



AUF EINEM SEHR GUTEN WEG

Berater Greth sorgt dafür, dass Sebastian Pietzkas Finanz- und Vermögensziele ganzheitlich realisiert werden.



„Wir hatten schon immer sehr anspruchsvolle Kunden.“

MUHYDDIN SULEIMAN

► arbeiten wir zum Beispiel an Lösungen, mit denen Verträge vom Kunden unterzeichnet werden können, ohne sie aufwändig auszudrucken. Die Unterschrift wird dann, ähnlich wie bei Kurierdiensten, elektronisch erfasst, und der Berater kann den Vertrag online an die Gesellschaft übertragen. Solche Industrialisierungsprozesse führen zu einer deutlichen Steigerung der Produktivität. Und: Die MLP-Berater verbringen noch mehr Zeit mit dem Kunden und weniger Zeit mit Administration.

Diese Industrialisierungsprozesse können kleine Anbieter sich in der Regel nicht leisten. Ist das ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für MLP?

SCHROEDER-WILDBERG: Natürlich. Beratungsunternehmen wie MLP brauchen zukünftig neben einer gewissen Größe eine ausgefeilte Struktur, um dem Kunden

eine intelligente Produktauswahl und eine qualitativ hochwertige Beratung zu bieten sowie gleichzeitig alle regulatorischen Anforderungen einhalten zu können.

FRIEG: Viele Makler arbeiten in kleinen Einheiten und sind daher gar nicht in der Lage, den Markt umfassend zu analysieren. Sie verlassen sich dann in der Regel auf externe Ratings. Aber nur weil ein Produkt ein gutes Rating besitzt, heißt das noch lange nicht, dass es auch zum Kunden passt. Der entscheidende Vorteil unserer Größe ist, dass MLP den Markt selbst analysieren und mit seinen Partnern Produkte entwickeln kann, die speziell auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind.

SULEIMAN: Hinzu kommt, dass die wenigsten Makler den Kunden tatsächlich durchgehend in allen Sparten beraten. Wichtiger als die Vermittlung eines einzelnen Produkts ist in der Finanzberatung, die ►



„Der Kunde ist erwachsen geworden. Einen wesentlichen Beitrag dazu hat das Internet geleistet, das heute Preis- und Leistungsvergleiche für fast alle Produkte ermöglicht. Eine fundierte Beratung kann es trotzdem nicht ersetzen.“

DR. UWE SCHROEDER-WILDBERG

► Gesamtsituation des Kunden zu erfassen. Das funktioniert aber nur, wenn alles aus einer Hand kommt – von der Altersvorsorge über die Immobilienfinanzierung bis zur strukturierten Geldanlage.

SCHROEDER-WILDBERG: Es ist wie beim Hausbau: Da beauftragt man in der Regel auch nur einen Architekten, der dann alle Arbeiten koordiniert und überwacht. Eine ganzheitliche, unabhängige Finanzberatung kann man eben nicht – wie viele es heute noch versuchen – nebenberuflich leisten. Dafür braucht es eine umfassende Ausbildung, ein funktionierendes Backoffice mit

der entsprechenden Technik, mit Schnittstellen zu den Anbietern, mit professionellen Vertriebsabläufen. Bei all dem ist MLP seit langem Vorreiter.

Führt die bessere Vergleichbarkeit der Angebote dazu, dass die Kunden noch kritischer und kostenbewusster werden?

SULEIMAN: Wir hatten schon immer sehr anspruchsvolle Kunden. Unsere Zielgruppe sind Akademiker, die nicht nur gut informiert sind, sondern auch stark umworben werden. ►

VIEL MEHR ALS REINER WISSENSTRANSFER

In der firmeneigenen „Corporate University“ durchlaufen alle MLP-Berater systematische Aus- und Weiterbildungsprogramme.



LERNEN UND LEHREN

MLP-Beraterin Jasmin Cyrnik weiß die MLP Corporate University zu schätzen – als Beraterin und als Trainerin für den Nachwuchs.

„So! Dann will ich mal wieder ...“ Jasmin Cyrnik schiebt schwungvoll ihren Stuhl zurück, greift sich ihre Laptop-Tasche und stellt ihr leeres Teeglas auf dem Geschirrband der Kantine ab. Es ist viel los auf dem Campus der firmeneigenen „MLP Corporate University (CU)“. „Nachdem wir vorhin im großen Plenum einen groben Überblick über die neuen Regelungen und ihre Auswirkungen auf die Beratung bekommen haben, kommt jetzt der Workshopteil. In kleinen Gruppen mit 10 bis 15 Teilnehmern sprechen wir die Details noch einmal Schritt für Schritt durch“, erklärt die 35-Jährige, während sie gemeinsam mit einer großen Truppe anderer Berater die Freitreppe zu den Seminarräumen hinaufsteigt. „Und wenn alles sitzt, trainieren wir anschließend in Dreiergruppen und mit

der Videokamera. Einer ist der Berater, einer der Kunde. Der Dritte gibt Feedback. Schließlich müssen wir ja sicherstellen, dass uns unsere Kunden durch die komplexe Materie folgen können.“ Die komplexe Materie – das sind im Moment vor allem die Veränderungen, die sich aus den Reformen durch MiFID, EU-Vermittlerrichtlinie, Versicherungsvertragsgesetz (VVG) und Abgeltungssteuer für die Kunden und Berater ergeben. „Man muss das alles auch mit eigenen Worten erklären können, damit man für sich selbst den neuen roten Faden findet“, sagt Cyrnik.

Über insgesamt fünf Tage – im ersten Schwung drei und im nächsten Monat noch einmal zwei Tage – werden Jasmin Cyrnik und alle anderen rund 2.600 MLP-Berater auf die neuen rechtlichen Rahmenbedingungen, ihre

korrekte Umsetzung in der Beratung und im Umgang mit neuen Computerprogrammen trainiert. Gut 50.000 Schulungstage organisiert die CU pro Jahr – durch die Vielzahl der gesetzlichen Änderungen werden es in diesem Jahr sogar 10.000 zusätzliche Tage sein. Damit kommt jeder Berater im Durchschnitt auf jährlich 15 bis 20 interne Weiterbildungstage. Eine große logistische Aufgabe für Bernhard Küppers, den für den Bereich MLP Corporate University (CU) verantwortlichen Vorstand, und sein Team: „Uns sind dabei immer mehrere Aspekte immens wichtig: Alle Informationen müssen alle Berater vollständig und in einheitlich hoher Qualität erreichen. Sie müssen direkt im Alltag einsetzbar sein – und es muss in möglichst kurzer Zeit passieren.“ Die Finanzwelt ändert sich so schnell wie kaum eine andere Branche, die Berater müssen sowohl über die Produktwelt als auch über die gesetzlichen Rahmenbedingungen stets auf dem Laufenden sein. „Denn wir können unseren Kunden ja nicht sagen ‚Kommen Sie in einem Vierteljahr wieder, dann haben wir das alles drauf‘“, so Küppers.

Weiterbildung wird deshalb bei MLP seit jeher großgeschrieben. Dafür hat das Unternehmen am Firmensitz in Wiesloch eigens die MLP Corporate University gegründet, mit eigenem Campus, einem Hörsaal mit 250 Plätzen und über 30 Seminarräumen sowie einer ausgefeilten Infrastruktur, um dem hohen Lernniveau der eigenen Berater, die fast ausschließlich aus Akademikern und ausgebildeten Bank- und Versicherungsfachleuten bestehen, gerecht zu werden. Hier ist immer was los, von der zweijährigen Grundausbildung für neue Berater über Seminare zu Fach- oder Managementthemen bis hin zum firmeneigenen MBA, der mit der Hochschule Reutlingen in Kooperation mit den Business-Schools



GÜTESIEGEL FÜR WEITERBILDUNG

Bernhard Küppers ist für die MLP Corporate University verantwortlich – nicht nur eine logistische Herausforderung.

HEC in Paris und in St. Gallen stattfindet und den auch Jasmin Cyrnik gerade absolviert. Mehr als 500 interne und externe Trainer sichern die hohen Bildungsstandards, die sich MLP gesetzt hat und „die auch nötig sind, um unser Geschäft in der gewohnten Qualität zu

zeichnen. Firmuniversitäten in ganz Europa.

Diese Qualitätsstandards weiß Jasmin Cyrnik für ihren Berateralltag sehr zu schätzen. Sie betreut seit gut zehn Jahren in der Geschäftsstelle Bamberg angestellte und selbstständige Akade-

miere. „Ich werde nicht nur über alle Änderungen informiert, sondern bekomme auch gleich die technische Lösung für die Umsetzung der neuen Vorgaben.“ Neben der Qualität schätzt Cyrnik die Fülle der Lernmöglichkeiten an der Corporate University. „Wir haben ja nicht nur Seminare und Workshops auf dem Campus, sondern auch viele E-Learning-Tools, mit denen man zu Hause arbeiten kann.“ Vom Selbsttest zum eigenen Wissensstand über Schulungsunterlagen für die Seminar-Eingangstests bis hin zur großen Knowledge-Datenbank, „mit der ich ganz beruhigt in Kundengespräche gehen kann“, sagt Cyrnik. „Denn wenn ich partout mal ein Detail nicht mehr weiß, kann ich sicher sein, dass ich es dort finde.“ – Spricht’s und schlüpft durch den gerade noch offenen Türspalt in den Seminarraum, in dem schon ein Dutzend anderer Berater lachend zusammensitzt und auf den Beginn der nächsten Schulung wartet. ■

„Mit unserer MLP Corporate University setzen wir den Standard für Aus- und Weiterbildung in der deutschen Finanzdienstleistungsbranche.“

BERNHARD KÜPPERS

erbringen“, ergänzt CU-Chef Küppers. Viele der internen Trainer sind selbst MLP-Berater – auch Jasmin Cyrnik hat bereits mehrfach Seminare gegeben. Dass die Ansprüche nicht nur graue Theorie sind, belegt die „Clip“-Akkreditierung der European Foundation for Management Development (EFMD). Dieses Gütesiegel für exzellente Unternehmensweiterbildung zielt die Corporate University seit vergangenem Jahr – als eine von nur zwölf ausge-

mikern mit Wirtschafts- oder Technik-hintergrund, Steuerberater und Rechtsanwälte. Sie begleitet sie durch ihren beruflichen und finanziellen Werdegang, finanziert Firmengründungen und -wachstum oder sichert Auslandskarrieren ab. „Für meine Kunden muss ich eine große Bandbreite an Informationen immer aktuell und ohne Lücken parat haben. Da ist es von unschätzbarem Wert, dass ich mich auf unsere Weiterbildung verlassen kann.“ MLP

SCHROEDER-WILDBERG: Das Wissen unserer Kunden nimmt ja schon seit vielen Jahren kontinuierlich zu – und es wird weiter zunehmen. Ich erinnere mich noch, als zu Beginn meiner Laufbahn einmal Kunden mit Zeitungsartikeln und Konditionsvergleichen für die Baufinanzierung in die Bank kamen. Damals galt das noch als Affront – heute ist das selbstverständlich. Der Kunde ist erwachsen geworden. Einen wesentlichen Beitrag dazu hat das Internet geleistet, das heute Preis- und Leistungsvergleiche für fast alle Produkte ermöglicht. Eine fundierte Beratung kann es trotzdem nicht ersetzen.

Wie gewährleistet MLP, dass alle Berater ständig auf dem Laufenden sind, was Gesetzesänderungen oder Produktneuerungen betrifft?

SULEIMAN: Wir schulen alle Berater sehr intensiv und zeitnah. Aufgrund der gesetzlichen Veränderungen haben wir Anfang 2008 zum Beispiel innerhalb weniger Wochen alle Berater mehrere Tage geschult. Dank professioneller Trainer und unserer Corporate University, die nachgewiesenermaßen zu den Besten in Europa gehört, kann MLP einen solchen Kraftakt leisten. Auf diese Weise haben wir schon immer schnell und flexibel auf regulatorische Veränderungen reagiert. Zum Beispiel auch bei der Einführung des Alterseinkünftegesetzes 2005: Während viele Vertriebe noch damit beschäftigt waren, neue Produkte wie die Basisrente kennenzulernen, haben wir sie unseren Kunden längst vermittelt – und waren so mit weitem Abstand Marktführer. ▶

„Der entscheidende Vorteil unserer Größe ist, dass MLP den Markt selbst analysieren und mit seinen Partnern Produkte entwickeln kann, die speziell auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind.“

GERHARD FRIEG



► **SCHROEDER-WILDBERG:** Unsere Flexibilität bewährt sich natürlich auch dann, wenn wir uns bewusst nicht an Trends in der Branche beteiligen, nur weil sie gerade in Mode sind oder kurzfristige Umsätze versprechen. So hat MLP zum Beispiel nie Bauherrenmodelle vermittelt oder seinen Kunden kaum gezeigte Fondssparpläne angeboten. Solche Entscheidungen kann sich nur erlauben, wer keine eigenen Produkte hat, sondern frei entscheiden kann, was den Kunden angeboten wird.

Welche langfristigen Konsequenzen werden sich aus den neuen Vorgaben für die Finanzdienstleistungsbranche in Deutschland ergeben?

SCHROEDER-WILDBERG: Der Markt wird sich weiter professionalisieren und konsolidieren. So wie in Großbritannien: Dort gab es in den 80er Jahren ähnliche regulatorische Veränderungen wie jetzt in Deutschland. Eindeutige Gewinner waren IFAs, Independent Financial Adviser, die ihr Geschäft als unabhängige Makler betreiben. Die Gesamtzahl der Vermittler ist im Zuge der Reformen von 300.000 auf 50.000 zurückgegangen, der IFA aber hat seinen Marktanteil von unter 40 auf über 70 % ausgebaut und gilt heute als das Gütesiegel für exzellente Finanzberatung.

FRIEG: Für Deutschland erwarte ich eine ähnliche Entwicklung, nur viel schneller. Die Anzahl der auf dem Markt tätigen Vermittler wird sich reduzieren, weil viele nicht mehr in der Lage sein werden, den neuen Anforderungskriterien zu entsprechen.

Sie empfinden den staatlichen Eingriff in Ihr Geschäft also nicht als schädlich?

SCHROEDER-WILDBERG: Nein, denn das Ganze folgt einer klaren Logik. Der Staat zieht sich mehr und mehr aus der Altersvorsorge zurück und gibt die Verantwortung in Teilen an den Bürger ab. Er schafft Anreize für die private Vorsorge und muss natürlich jetzt durch entsprechende Gesetze dafür sorgen, dass die Menschen professionell beraten und betreut werden. Es gibt sogar Bereiche, in denen die deutschen Regularien unserer Ansicht nach noch nicht weit genug gehen. Beim Vermittlerrecht zum Beispiel: Hier ist nicht geregelt, wer für die Beratungsdokumentation verantwortlich ist und wer die Berater ausbildet. Somit sind die Anforderungen an Banken und Ausschließlichkeitsorganisationen weitaus geringer. Das kann nicht im Sinne des Verbrauchers sein. Auch die unterschiedlichen Vorschriften für den Kostenausweis im Versicherungs- und Investmentbereich sind meines Erachtens nicht zielführend. Die einen weisen ihre Kosten in Euro, die anderen in Prozent aus. Das sorgt nicht gerade für Transparenz. ►

ERFAHRUNG IM TEAM UMGESETZT

Jens Saul brachte seine Kenntnisse über den stark regulierten englischen Finanzdienstleistungsmarkt in seine Managementaufgabe als Geschäftsstellenleiter ein.

„Als ich vor drei Jahren aus London zurückkam, haben mich alle zunächst verwundert angesehen, wenn ich von meinem Berateralltag dort erzählt habe“, erinnert sich Jens Saul. Seit 2002 bei MLP, hatte er einige Zeit in der britischen Hauptstadt gearbeitet und hautnah vor Ort miterlebt, wie streng Großbritannien die Finanz- und Vermögensberatung per Gesetz reguliert – noch strikter, als es hierzulande jetzt VVG, MiFID und EU-Vermittlerrichtlinie vorsehen. Als der studierte Betriebsökonom 2006 schließlich die Leitung der MLP-Geschäftsstelle Dortmund III übernahm, brachte er seine Erfahrungen von der Insel in den deutschen Berateralltag ein. „Zum einen wusste ich ja, vor welche Herausforderungen uns die angekündigten neuen Regelungen stellen würden. Da wollte ich, dass wir gerüstet sind.“ Zum anderen überzeugte ihn die deutliche Verbesserung der Beratungsqualität. „Als ich vor dreizehn Jahren in der Branche anfang, hat man wichtige Details wie Vermögensziele und persönliche Risikoneigung eher vernachlässigt. Damals wurde längst nicht so viel Wert auf die Analyse des Marktes und der Kundenbedürfnisse gelegt, wie dies heute der Fall ist.“ Dass die MLP-eigenen Ansprüche schon immer deutlich höher waren als auf dem Gesamtmarkt üblich, findet der 37-jährige Geschäftsstellenleiter konsequent. Umfassendes Finanz-Know-how der Berater, permanente



VORREITER IN SACHEN ORGANISATION

Gemeinsam mit seinem Team setzte Geschäftsstellenleiter Jens Saul (Mitte) frühzeitig die neuen gesetzlichen Vorgaben im Beratungsalltag um. Sein Vorbild: der Markt der Finanzdienstleister in England.

Weiterbildung, eine breite Produktpalette und eine funktionierende IT- und Organisationsstruktur – „ein solches Spektrum kann eben nicht jeder bieten. Das gibt den Kunden Sicherheit.“

Anfänglich hatte Saul, dessen Geschäftsstelle vorrangig Wirtschafts-

ter. Seit 2006 trainiert die Geschäftsstelle kontinuierlich den Einsatz der entsprechenden MLP-Computerprogramme, die schon lange viele Möglichkeiten boten, aber nicht immer von allen Beratern auch konsequent genutzt wurden. In Workshops wurden

loch und kümmert sich um alles, was bei der Führung eines 14-Mann-Betriebs an Managementaufgaben gefragt ist – von der Organisation der Geschäftsstelle über den Personaleinsatz vor Ort bis hin zur operativen Umsetzung der gemeinsamen Ziele.

Saul nimmt seine Führungsaufgabe sehr ernst: Aus dem Training der Berater ist in Dortmund längst eine gute Tradition geworden. Jeden Montagvormittag treffen sich die Teammitglieder zur Weiterbildung. Dann stehen jeweils ein Fachthema wie zum Beispiel die MiFID-Richtlinie, ein Orgathema und ein Update in Rechts- oder Produktfragen auf dem Programm. Und jedes halbe Jahr wird ein anderer Kollege zum Spezialisten für ein Thema ernannt, der die übrigen dann auf dem jeweils aktuellsten Stand hält. Jens Saul: „Dieser Fokus auf ständige Weiterbildung differenziert uns noch stärker vom Wettbewerb.“ ■

„Ein solches Leistungsspektrum kann eben nicht jeder bieten. Das gibt den Kunden Sicherheit.“

JENS SAUL

und Ingenieurwissenschaftler sowie Informatiker betreut, für seine Vorreiterrolle Überzeugungsarbeit leisten müssen: „Eine genaue Analyse der bestehenden Situation, die damit verbundene Datenaufnahme sowie die umfangreiche Dokumentation der Gespräche macht natürlich mehr Arbeit.“ Aber der Mehrwert für ihre 1.600 Kunden überzeugte die elf Bera-

entsprechende Beratungsgespräche simuliert und trainiert. „Schließlich muss man sein Fachwissen ja auch verständlich an den Kunden bringen können.“

Als Berater betreut Jens Saul nach wie vor rund 100 Kunden persönlich. In seiner Funktion als Geschäftsstellenleiter ist er die verantwortliche Schnittstelle zur MLP-Zentrale in Wies-



MANAGER DER DATENFLUT

Ob gesetzliche Neuerungen, innovative Produkt-Analysertools oder die Anbindung von Partnerunternehmen – Ralf Schmid sorgt als Chief Operating Officer dafür, dass die IT-Systeme bei MLP perfekt aufeinander abgestimmt sind.

IT GEGEN PAPIERFLUT

Chief Operating Officer Ralf Schmid und sein Team setzen Gesetzesreformen in IT-gesteuerte Prozesse um.

Viel Zeit zum Verschnaufen hatten Ralf Schmid, MLP-Vorstand für das operative Geschäft, und seine 180 Mitarbeiter in den vergangenen zwei Jahren nicht. Selten – eigentlich nur im Zuge

der Euro-Umstellung und der Millennials-Problematik – gab es für die MLP-IT vergleichbare Herausforderungen. Ralf Schmid stand vor der Aufgabe, die hauseigenen Prozesse auf zahlreiche

gravierende Neuerungen gleichzeitig anzupassen: die Anbindung des von MLP erworbenen Vermögensverwalters Feri, die erweiterten Governance-Anforderungen nach dem Erhalt der

► Was bedeutet das für das Produktmanagement und die langfristige strategische Ausrichtung von MLP?

FRIEG: Um langfristigen Erfolg in dieser Branche zu haben, braucht man die Kultur, das Wissen und die Expertise im eigenen Haus – nur dann kann man komplexe Sachverhalte bewerten, sich ständig auf

neue Produkte einstellen, sie verstehen und den Kundenbedürfnissen entsprechend anbieten. So etwas lässt sich nicht von heute auf morgen aufbauen, da kommt es auf Erfahrung an – und die haben wir.
SCHROEDER-WILDBERG: Der Markt ist insgesamt komplexer geworden, nicht nur aufgrund der neuen Regularien. Es gibt mehr Innovationen in den Pro-

Banklizenz für die MLP Finanzdienstleistungen Aktiengesellschaft und die neuen Vorschriften für Beratungsdokumentation und Kundeninformation, die sich aus der Finanzmarktrichtlinie MiFID, dem reformierten Versicherungsvertragsgesetz (VVG) und der EU-Vermittlerrichtlinie ergeben. „Da MLP aber schon in den vergangenen Jahren kontinuierlich immer umfangreichere Beratungs- und Dokumentationstools entwickelt hat, waren wir schon gut aufgestellt“, betont er.

„Da MLP aber schon seit Jahren kontinuierlich immer umfangreichere Beratungs- und Dokumentationstools entwickelt, waren wir schon gut aufgestellt.“

RALF SCHMID

Mit Blick auf die EU-Vermittlerrichtlinie entstand so die neue, komfortable Produktselektions-Software, die seit letztem Jahr bei den Beratern im Einsatz ist – eine umfangreiche Weiterentwicklung der bereits seit Jahren bewährten MLP-Angebotsprogramme. Nach der Analyse der Ziele, Wünsche und Bedürfnisse der Kunden werden mit Hilfe dieses Programms mögliche Produktlösungen, die über eine unabhängige Vergleichssoftware ein Rating erhalten, verglichen. „Für

unsere Kunden bringt das die Sicherheit, dass der Berater aus dem riesigen MLP-Produktuniversum stets die passendste Lösung findet“, stellt Schmid fest. „Ohne eine solche technische Ausstattung kann kein unabhängiges Beratungshaus den gesetzlichen Anforderungen heute mehr genügen.“

Ist die Entscheidung für ein Produkt gefallen, ermöglicht das Programm zugleich auch die Erstellung des Antrags. Das Ergebnis und der dadurch veränderte individuelle Finanz-

status für den Kunden werden sofort und komplett dokumentiert. „Damit leisten wir nicht nur mehr als die neuen gesetzlichen Anforderungen verlangen. Das Tool ist zugleich ein zusätzlicher und wesentlicher Baustein in unserem ganzheitlichen Betreuungsansatz, bei dem wir konsequent von den Kundenbedürfnissen ausgehen“, betont Schmid und verweist mit Stolz auf das neue System zum Customer-Relationship-Management (CRM), das ebenfalls gerade eingeführt wird: Der

strategische Ansatz des Kundenbeziehungsmanagements ist bei MLP schon seit Jahren etabliert. Was bislang noch fehlte, war jedoch eine alles umfassende IT-Unterstützung. Die neue CRM-Datenbank führt sämtliche Informationen zur bedarfsgerechten Betreuung zusammen, dem Berater steht somit eine umfassende Datenbasis für die Kommunikation mit dem Kunden zur Verfügung. Einer der Bestandteile: die elektronische Kundenakte – eine enorme Erleichterung für den Beratungsalltag. Die Informationen sind immer aktuell, immer vollständig und immer verfügbar. „Damit vermeiden wir auch die Papierflut, die unter anderem durch die Anforderungen des VVG entsteht“, sagt der IT-Experte. Alleine bei einer einfachen Haftpflichtversicherung können für die Dokumentation beim Vertragsabschluss 50 Blatt Papier nötig werden. „Die müssen die Berater künftig nicht mehr ausdrucken, sondern sie sind umweltfreundlich und dauerhaft in der elektronischen Akte gespeichert.“ Auch der Kunde hat über seinen FinancePilot, die persönliche MLP-Internetplattform, jederzeit Zugang zu seinen Unterlagen: „Das erleichtert allen Beteiligten den Umgang mit den neuen Dokumentationspflichten sehr“, fügt Ralf Schmid hinzu – viel Zeit zum Verschmökern wird ihm und seinem Team aber auch 2008 nicht bleiben. Denn nach der Reform ist ganz bestimmt vor der Reform. ■

duktparten. Die Angebote stehen inzwischen oft weltweit zur Verfügung, insofern steigen auch die Anforderungen an unseren Produkteinkauf stetig. Es geht darum, die vielen Anbieter über ein reibungsloses Schnittstellenmanagement zusammenzubringen, sodass der Berater im Kundengespräch mit einfachen Tools arbeiten kann und schnell ein Ergebnis sieht.

Der Markt wird weiter wachsen, da der Bedarf an qualitativ hochwertiger Beratung und guten Produkten sowohl in den Bereichen Altersvorsorge als auch bei der Geldanlage und Finanzierung weiter steigt. Insofern sind wir bestens gerüstet, um die sich daraus ergebenden Chancen für unsere Kunden und für unser Unternehmen zu ergreifen. ■

Der Bessere gewinnt

Warum durch die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen der Finanzberater mehr denn je als Missionar in Sachen Eigenverantwortung unterwegs ist.

von Detlef Kaulbach



Das Marktumfeld für Finanz- und Vorsorgeprodukte in Deutschland hat sich signifikant verändert – und das in einem rasanten Tempo. Der Gesetzgeber hat die Rahmenbedingungen neu definiert – das betrifft Kunden, Vermittler und Anbieter gleichermaßen. Die Produkte werden transparenter, die Qualitätsstandards höher. Doch eines ändert sich nicht: Für die Bürger wird es immer wichtiger, sich intensiv mit ihrer eigenen Vorsorge und dem entsprechenden Angebot des Marktes auseinanderzusetzen.

Die Grenzen des gesetzlichen Rentenversicherungssystems wurden der Bevölkerung in den letzten Jahren schmerzlich bewusst. Sie resultieren im Wesentlichen aus der grundsätzlich erfreulichen Tatsache, dass wir im Durchschnitt immer älter werden. Daher erhalten wir die Rentenzahlungen viel länger als frühere Generationen. Hinzu kommt die niedrige Geburtenrate, die einen anhaltenden Bevölkerungsrückgang in Deutschland zur Folge hat. Für das Umlageverfahren der Rentenversicherung bedeutet dies, dass immer weniger einzelne aktive Arbeitnehmer immer mehr Renten und Rentner mitfinanzieren und so einen immer höheren Anteil ihres Einkommens abgeben müssen.

Die Politik hat theoretisch nur drei Stellschrauben zur Korrektur:

- Absenkung der Rentenhöhe,
- Verkürzung der Rentendauer und
- Erhöhung der Umlage.

Letzteres kommt praktisch nicht mehr in Betracht, denn diese Möglichkeit wurde in den vergangenen Jahren mehr als ausgereizt. Was als Option bleibt, ist eine Kürzung der Renten bzw. die Einführung der Rente mit 67. Die Rentenkürzungen, so die Idee der Politik, sollen die Bürger mit den hervorragend geförderten Altersvorsorgeprodukten wie Riester- oder Rürup-Rente selbst ausgleichen. Auch die Lebensversicherung wird weiterhin gefördert, freilich nicht mehr im bisherigen Ausmaß.

Die demografischen Veränderungen weisen in Richtung Eigenvorsorge. Insofern bewegen die Gesellschaft und ihre Entwicklung selbst die Politik zu entsprechenden Gesetzesänderungen. Es ist damit zu rechnen, dass sich der Rückzug der gesetzlichen Rentenversicherung fortsetzt. Das fordert von den Bürgerinnen und Bürgern in jeder Lebensphase neue, anspruchsvolle Überlegungen und Entscheidungen, wie sie Risikovorsorge und Vermögensverwaltung optimal gestalten.

Leider steht hier oftmals die eigene Psyche im Wege: Die rät uns nämlich, Themen wie Krankheit, Not und Tod vor uns her zu schieben. Der Finanzberater hat die Aufgabe, diese „Schonhaltung“ zu durchbrechen und uns im Hinblick auf die denkbaren Unannehmlichkeiten zu aktivieren. Er ist quasi Missionar in Sachen Eigenverantwortung: Die qualitative Basis für seine Beratungsdienstleistung wurde auf der Grundlage der europäischen Vermittlerrichtlinie und durch das reformierte Versicherungsvertragsgesetz jetzt auch gesetzlich festgeschrieben. Fast könnte man sagen, das MLP-Geschäftsmodell sei Gesetz geworden. Beim Überarbeiten des mehr als 100 Jahre alten Versicherungsvertragsgesetzes hatte der Gesetzgeber dabei vor allem ein Ziel: mehr Kundenfreundlichkeit. Und das ist konsequent: Wenn sich der Staat, wie geschehen, immer mehr aus der Altersvorsorge zurückzieht, muss er dem Bürger zumindest die Gewissheit geben, dass die privaten Anbieter hohen qualitativen Anforderungen genügen. Das gilt sowohl für die Produkte selbst als auch für die Beratung.

Für die Finanzbranche bedeutet der regulatorische Wandel in der Konsequenz mehr Wettbewerb. Und der ist bekanntlich gesund. Die sich daraus ergebenden Chancen gilt es jetzt zu nutzen. Das Potenzial des Marktes, die anhaltend steigende Nachfrage der Kunden und die Flexibilität, die der Gesetzgeber Anbietern trotz der stärkeren Regulierung noch lässt, tun ihr Übriges. Damit sich dieses Potenzial positiv entfalten kann, haben wir auch eine starke Finanzaufsicht. Sie achtet primär auf Solidität des Geschäftsbetriebs, deren wesentlichste Merkmale ordentliche Eigenmittelausstattung und sichere, aber auch rentable Kapitalanlagen sind. Dabei sieht die Aufsicht meist weniger auf den konkreten Einzelfall und mehr auf das gedeihliche Wirken der Wirtschaftsfunktion insgesamt. Man kann sie entfernt mit dem Schneeschutzaun an einer winterlichen Landstraße vergleichen. Dieser garantiert weder Schneefreiheit noch gar ständige Befahrbarkeit der Straße und entfaltet doch seine allgemein als positiv anerkannte Wirkung.

Dem Kunden bleibt die Erkenntnis, dass sich der Gesetzgeber Hand in Hand mit den Aufsichtsbehörden in seinem Sinne für mehr Transparenz und mehr Sicherheit auf dem Markt einsetzt. Der zusätzlich entfachte Wettbewerb wird am Ende auf eine alte Weisheit hinauslaufen: Der Bessere gewinnt. Und wer den Wandel der Gesetze im Sinne des Kundeninteresses entsprechend zu gestalten weiß, wird zu den Gewinnern gehören.

DETLEF KAULBACH war Vizepräsident des Bundesaufsichtsamts für das Versicherungswesen sowie Abteilungsleiter für Verbraucherschutz und Recht bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. Der studierte Jurist Kaulbach arbeitete u.a. als Referent für die Bereiche Versicherungs- und Kreditwirtschaft im Bundesministerium der Finanzen. Er ist Mitbegründer des Kommentars Fahr/Kaulbach/Bähr zum Versicherungsaufsichts- und Finanzdienstleistungsaufsichtsgesetz. Seit seiner Pensionierung 2007 ist Detlef Kaulbach Rechtsanwalt in Bonn.