



BRIEF AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

*Sehr geehrte Aktionärinnen,
sehr geehrte Aktionäre,*

es gibt Jahre, in denen überschlagen sich die Ereignisse. 2008 war ein solches Jahr.

Neben dem weltweit dominierenden Thema der internationalen Finanzkrise prägte im vergangenen Jahr vor allem ein Ereignis unsere Geschäftsentwicklung: 2008 wird in unsere Unternehmensgeschichte eingehen als das Jahr, in dem wir unsere Unabhängigkeit erfolgreich verteidigt haben.

Mitte August hatte sich die Schweizer Lebensversicherung Swiss Life über ein Aktienpaket von knapp 27 % an unserem Unternehmen beteiligt – ein Einstieg ohne vorherige Absprache mit oder Zustimmung von uns.

Seit jeher verteidigt MLP die Unabhängigkeit als höchstes Unternehmensgut und Basis des Geschäftsmodells – eine Maxime, an der wir auch in Zukunft festhalten werden. Die Beteiligung eines Produktpartners an unserem Unternehmen in dieser Höhe ist eine ernsthafte Gefährdung dieser Unabhängigkeit. Denn MLP-Berater wählen die Produkte für ihre Kunden nur nach zwei Kriterien aus: Qualität und individueller Bedarf des Kunden. Dies bedeutet, dass das Produkt gut ist und dass es im Rahmen einer ganzheitlichen und langfristigen Altersvorsorge- und Vermögensplanung optimal auf die Bedürfnisse des Kunden in seiner jeweiligen Lebens- und Finanzsituation zugeschnitten ist. Von welchem Anbieter das Produkt stammt und ob dieser Anbieter an MLP beteiligt ist, kann und darf im Beratungsalltag keine Rolle spielen.

Deshalb haben Vorstand und Aufsichtsrat von Anfang an unmissverständlich klargestellt, dass seitens MLP kein Interesse an einer Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Schweizer Lebensversicherer besteht.

Eine Nachricht, die offensichtlich ankam: Swiss Life gab sehr schnell bekannt, dass sie ohne Absprache keine weiteren Anteile an MLP erwerben würden. Die am 21. August 2008 durchgeführte Kapitalerhöhung, deren primäres Ziel die Stärkung unserer Kapitalbasis zur weiteren Verbesserung unserer Position zur aktiven Teilnahme an der Branchenkon-

solidierung war, half uns ebenfalls, das Geschäftsmodell als unabhängiges Beratungshaus dauerhaft zu sichern. Die Kapitalerhöhung wurde von drei der bedeutendsten Produktpartner getragen. Diese Partner teilen unsere Auffassung, dass das wichtigste Asset in der Finanzberatung die Unabhängigkeit ist und dass sich die Kunden auch in Zukunft darauf verlassen wollen. Um auch den letzten kritischen Zweifel an den bestehenden Besitzverhältnissen zu zerstreuen, haben wir uns im November außerdem dazu entschlossen, die aktive Vermittlung von Vorsorgeprodukten der Swiss-Life-Gruppe auszusetzen.

Bedingungslose Unterstützung von vielen Seiten

In diesen turbulenten Zeiten hat sich eines abermals bestätigt: die Gewissheit, dass bei MLP Mitarbeiter, Kunden und Berater an einem Strang ziehen. Viele von ihnen haben uns in diesem Jahr ihre bedingungslose Unterstützung zugesagt – und ihre Solidarität, ihren Respekt und ihre Zustimmung zu unserem strategischen Vorgehen ausgedrückt. Für mich persönlich ist das der beste Beweis, dass wir als Unternehmen auf einem soliden Fundament stehen, das selbst durch solche außergewöhnlichen Ereignisse nicht zu erschüttern ist.

Diese Stabilität, gepaart mit Transparenz und individueller Ganzheitlichkeit in der Beratung, wird auch künftig die Basis unseres Erfolgs sein: So aufgestellt, ist MLP gerüstet für die Zukunft in einem komplexer werdenden Markt, in dem die Konkurrenz nicht schläft und in dem die Kunden ein immer stärkeres Informationsbedürfnis entwickeln. Nicht nur die zum Jahr 2008 abermals verbesserten gesetzlichen Rahmenbedingungen im Bereich Verbraucherschutz, sondern auch die wachsende Skepsis aufgrund von schlechten Erfahrungen im Zuge der Finanzkrise erhöhen das Qualitätsbewusstsein der Kunden – und das ist ihr gutes Recht.

In guten wie in schlechten Zeiten: Kunden sind bei MLP in besten Händen

Unsere Kunden sollen wissen, dass sie bei MLP in guten Händen sind. Ein elementares Bedürfnis, das 2008 so wichtig wurde wie nie zuvor. Denn das zweite große Thema des Jahres hat nicht nur uns und unsere Kunden und Mitarbeiter, sondern den gesamten Markt weltweit in Atem gehalten. Die US-Immobilienblase entwickelte sich im Laufe des Jahres mehr und mehr zu einer globalen Wirtschafts- und Finanzkrise mit tief greifenden Folgen für Unternehmen, Verbraucher und Kapitalmärkte. Maßgeblich betroffen waren vor allem Banken, die in den vergangenen Jahren stark in risikobehaftete Anlagen investiert oder über ihr Investmentbanking an solchen Transaktionen mitgewirkt haben. Beides war bei MLP nicht der Fall. Unsere Eigenkapitalausstattung und Liquidität ist nicht zuletzt durch die im August durchgeführte Kapitalerhöhung hervorragend. Wir haben damit in der Krise eine Stärke erreicht, um die uns viele Konkurrenten beneiden und die uns im Wettbewerb eine hervorragende Chance gibt, als einer der Gewinner aus der Krise hervorzugehen.

Schmerzlich für unsere Kunden waren und sind natürlich die starken Verluste, die im Zuge der Krise nahezu alle Anlageklassen getroffen haben.

Eines bekamen Anleger in diesen Monaten deutlich vor Augen geführt: Wer in seiner Vermögensanlage breit aufgestellt ist und die Risiken strategisch gestreut hat, kann einer solchen Krise eher trotzen als jemand, der ausschließlich auf eine einzige Anlageklasse setzt.

Bei aller Stabilität, die wir als Unternehmen auch in diesem Krisenjahr unter Beweis gestellt haben, können wir uns selbstverständlich nicht gänzlich von den Entwicklungen an den Finanzmärkten abkoppeln. Vor allem die Zurückhaltung unserer Kunden bei langfristigen Investitionsentscheidungen in den Bereichen Altersvorsorge und Vermögensmanagement im zweiten Halbjahr 2008 hat unsere Geschäftsentwicklung negativ beeinflusst. Diese Verunsicherung war bei den privaten wie auch den institutionellen Kunden stark zu spüren. Sowohl das Neugeschäft als auch die laufenden Vergütungen entwickelten sich bei MLP, aber auch beim Tochterunternehmen Feri Finance AG rückläufig.

Unsicherheit und Angst vor Rezession drücken auf operatives Ergebnis

Wenn alle Welt von drohender Rezession spricht, traut sich kaum jemand, langfristig Vermögen anzulegen – die Sorgen waren bei unseren Kunden gerade im sonst sehr absatzstarken vierten Quartal am größten. Das hat sich direkt auf unser operatives Ergebnis niedergeschlagen. Mit Gesamterlösen in Höhe von 598 Mio. € liegen wir zwar nur 5 % unter dem Vorjahr. Aber auch die Margen sind aufgrund des wirtschaftlichen Umfelds und einiger einmaliger Sondereffekte niedriger als im Vorjahr. Verglichen mit dem Gesamtmarkt und angesichts der angespannten Situation an den Finanzmärkten können und müssen wir mit diesem Ergebnis dennoch zufrieden sein.

An unseren mittel- bis langfristigen Zielen, dass wir weiterhin wachsen und Marktanteile in unserem Kerngeschäft gewinnen wollen, halten wir trotz der nach wie vor angespannten Situation fest. Um diesen Zielen näher zu kommen, werden wir uns 2009 auf drei Schwerpunkte konzentrieren: Wir werden unser bestehendes Erlöspotenzial beispielsweise in der betrieblichen Altersvorsorge oder in der Kundengruppe junge Akademiker konsequent ausschöpfen. Zweitens bietet uns die Branchenkonsolidierung Chancen für externes Wachstum. Und drittens haben wir uns eine Kostendisziplin auferlegt, sodass wir unsere bestehende Kostenbasis bis Ende 2010 um insgesamt rund 34 Mio. € verringern können.

Kompetenz und Erfahrung mit einem starken Partner im Vermögensmanagement

Einen bedeutenden Anteil zu unserer Wachstumsgeschichte wird sicher auch in Zukunft der Geschäftsbereich Vermögensverwaltung beitragen: Inzwischen generiert MLP hier bereits 16 % der Provisionserlöse. Damit ist dieses Gebiet nach der Altersvorsorge jetzt schon unser zweitwichtigstes Geschäftsfeld. Ein Weg, für den MLP bereits 2006 mit der Übernahme des Analysehauses Feri Finance AG den Grundstein gelegt hatte.

Feri verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Analyse der internationalen Kapitalmärkte. Über diesen starken Partner erhalten MLP-Kunden nun Zugang zu Vermögensverwaltungskonzepten, die bislang ausschließlich vermögenden Privatkunden und institutionellen Anlegern vorbehalten waren. Diese Konzepte wurden von MLP und Feri gemeinsam weiterentwickelt und sind seit 2008 als modulare und individuelle Anlagekonzepte im Vertrieb. Dabei wählt Feri für jedes Marktsegment die jeweils besten Manager aus.

Auch wenn der Start unseres neuen Vermögensmanagements sicher aufgrund der allgemeinen Marktsituation nicht gerade unter optimalen Bedingungen möglich war – wir sind überzeugt, dass dieses Geschäftsfeld auch in Zukunft eine entscheidende Säule unseres Beratungsansatzes sein wird. Wir glauben, dass der einzige Weg zum langfristigen,

individuellen und nachhaltigen Erfolg in der Geldanlage nur über eine professionelle Analyse gepaart mit flexiblen Managementkonzepten führt. Denn Anleger möchten sich heute mehr denn je darauf verlassen, dass ihr Vermögensmanager in jeder Börsensituation professionell reagiert.

Das zurückliegende Geschäftsjahr war kein einfaches Jahr. Doch angesichts des Marktumfelds können wir mit der Entwicklung unseres Unternehmens dennoch zufrieden sein. Wir werden auch in diesem Jahr unseren Aktionären wieder eine Dividende zahlen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 16. Juni 2009 eine Dividende in Höhe von 0,28 € je Aktie vor.

Nach wie vor höchste Cross-Selling-Quote

Stolz sind wir nach wie vor auch auf die im europaweiten Vergleich höchste Cross-Selling-Quote: Jeder Kunde hat im Durchschnitt über sieben Verträge bei MLP abgeschlossen. Das ist für uns nicht nur ein Beweis für die enge und durch langjähriges Vertrauen geprägte Kunde-Berater-Beziehung, sondern es dient uns auch als Ansporn für die Zukunft: Der Bedarf an qualitativ hochwertigen Finanzprodukten ist nach wie vor hoch.

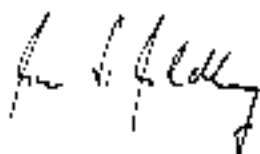
Nur wenn aus der Kundenbeziehung eine echte Partnerschaft erwächst, kann individuelle und ganzheitliche Finanzberatung funktionieren. MLP ist als Zielgruppenspezialist für Akademiker und einziges unabhängiges Beratungshaus bestens aufgestellt: Wir freuen uns, dass wir die Anzahl unserer Kunden 2008 abermals um rund 4 % steigern konnten. Nun vertrauen uns circa 730.000 Kunden in allen Fragen rund um die Themen Versicherung, Vorsorge, Geldanlage, Gesundheit und Finanzierung.

Kontinuität, Ganzheitlichkeit und Individualität

Eines haben wir 2008 gelernt: Kontinuität und Nachhaltigkeit sind Unternehmenswerte, die sich gerade in schwierigen Zeiten bewähren. Auch im Schatten der Finanzkrise und im Zeichen eines abgewehrten Übernahmeversuchs stehen bei MLP der ganzheitliche Beratungsansatz und die lebenslange individuelle Kundenbetreuung im Zentrum. Dazu passt auch das Motto unserer neuen Werbekampagne „Strategie Ihres Lebens“: Wir stehen für ein hohes Maß an Kundenorientierung und entwickeln maßgeschneiderte Konzepte für die unterschiedlichsten Lebensphasen. Oder, mit unserem ebenfalls 2008 eingeführten neuen Claim gesagt: MLP bietet „Finanzberatung, so individuell wie Sie!“

In diesem Sinne darf ich mich nach diesem ereignisreichen Jahr noch einmal besonders bei allen bedanken, die unser Unternehmen unterstützen und dafür sorgen, dass die Erfolgsgeschichte MLP auch in turbulenten Zeiten weitergeht.

Ihr



Dr. Uwe Schroeder-Wildberg