

MLP übernimmt Domcura: "Die Kundenbestände sind heilig"

MLP hat für 18 Millionen Euro den Assekuradeur Domcura übernommen. Über strategische Hintergründe und praktische Auswirkungen der Aktion nehmen die Vorstände beider Unternehmen, Manfred Bauer (MLP) und Gerhard Schwarzer (Domcura) Stellung.

DAS INVESTMENT: Inwieweit ist die Übernahme und der damit verbundene Fokus auf Sachversicherungen dem Markttrend geschuldet?

Manfred Bauer: Das Thema Sachversicherungen hatten wir schon vor der Entscheidung für den Zukauf auf der Agenda. Denn es ist ein elementarer Bestandteil der Rund-um-Beratung für unsere Kunden. Auch aus Unternehmenssicht ergibt die Stärkung der Sachsparte Sinn: In der heutigen Zeit muss sich ein Unternehmen unabhängiger von Abschlussprovisionen machen und stärker auf das Sparen mit laufender Vergütung zu setzen. Das erhöht die Stabilität und ermöglicht es, den regulatorischen Herausforderungen gelassener zu begegnen. Weil wir wiederkehrende Erlöse bei MLP seit 2005 gestärkt haben, ist der Anteil der Abschlussvergütungen an den Gesamtprovisionserlösen von 80 auf 50 Prozent gesunken. Das LVRG hat diesen Trend für uns nur unterstrichen.

Was war die Motivation von Domcura?

Gerhard Schwarzer: Wir haben uns schon länger nach einem Käufer umgeschaut. Ich selbst habe das Unternehmen vor 34 Jahren aufgebaut und bin nun im 66. Lebensjahr. Wir sind stets ein Assekuradeur - und damit Partner für den freien Vertrieb gewesen. Rundum. Da war es für mich wichtig, ein Unternehmen zu finden, das ungebunden von Risikoträgern die gleiche Philosophie vertritt. Wir schaffen durch die Übernahme gewaltige Synergien, die unseren jetzigen Geschäftspartnern zugutekommen.

Welche Fragen haben die Domcura-Mitarbeiter und Ihre Business-Partner gestellt?

Schwarzer: Die Mitarbeiter haben das sehr positiv aufgenommen, weil sie die langfristige Verbindung und die Stärkung durch MLP sehen. Natürlich kamen von außen Fragen wie "Werdet Ihr nun Untervermittler von MLP?" oder "Was passiert mit meinen Verträgen?" Das sind verständliche Fragen, die auf einem Bauchgefühl beruhen - sie haben aber mit der Realität nichts zu tun. Hier haben wir aufgeklärt: Domcura wird unabhängig am Markt bestehen bleiben. Zugleich werden wir gemeinsam mit MLP unsere gewachsene Einkaufsmacht im Interesse unserer Kunden nutzen. Wir repräsentieren gemeinsam rund 330 Millionen Euro Sachvolumen - die Größe einer mittleren Sachversicherungsgesellschaft in Deutschland.

MLP hat die Feri im Jahr 2006 übernommen für 64 Millionen Euro. Gibt es Lehren aus der Übernahme? Wie geht man mit verschiedenen Unternehmenskulturen um?

Bauer: MLP und Domcura haben ähnliche Unternehmenskulturen. Zudem war der Kauf von Feri eine Blaupause für uns, was die Vertriebspartner anbelangt. Wir haben dort gesehen, dass es sehr gut funktionieren kann, wenn das Unternehmen weiterhin unter einer eigenen Marke agiert und seine Leistungen auch anderen Marktteilnehmern anbietet. Die strategische Entscheidung für Domcura beruht auf der Idee, eine Abwicklungsfabrik für das Sachgeschäft bei MLP zu schaffen - die aber zugleich auch den anderen Vertriebspartnern von Domcura zur Verfügung steht. Wir haben sehr früh begonnen, die Themen zu definieren, wo wir durch gemeinsames Handeln Synergien erzielen. Genauso haben wir die Themenfelder abgesteckt, in denen Domcura die eigene Identität sichtbar benötigt.

Wo liegen die Grenzen, was ist mit den Kundendaten?

Bauer: Wir leben vom Vertrauen der Domcura-Vertriebspartner; sie müssen sich auch in der neuen Konstellation gut aufgehoben fühlen und sehen, dass Domcura sie weiterhin gut bedient. Dabei müssen die Vertriebspartner darauf vertrauen können, dass ihre Bestände heilig sind, auch gegenüber anderen Partnern. Domcura arbeitet heute schon mit rund 5.000 Vertriebspartnern, die mitunter auch Wettbewerber von MLP sind. Wir ziehen hier extrem hohe "Chinese Walls" ein. Das ist für MLP eine Selbstverständlichkeit und wie gesagt in unserem ureigenen Interesse als Besitzer von Domcura.

Das Assekurateur-Modell der Domcura soll weiter ausgebaut werden, wie ist das zu verstehen?

Schwarzer: Wir verfügen über eine ganze Reihe von Produktlinien und werden diese mit den Experten des MLP Produktmanagements aufarbeiten, auch mit entsprechenden Risikoträgern, zum Teil wird dabei auch eine neue Produktwelt geschaffen: Zurzeit macht bei Domcura das Privatgeschäft noch den größeren Teil aus. Im Jahr 2016 werden wir uns noch mehr auf das gewerbliche Geschäft konzentrieren. Dazu werden wir noch weitere Gewerberechner für einfaches standardisiertes Geschäft herausbringen, aber auch Spezialisten zur Verfügung stellen, die auch komplexes großgewerbliches Geschäft abwickeln können.

Bauer: Der Ausbau bei Domcura hat zwei Dimensionen: Erstens werden wir weiterhin neue hochwertige Produkte entwickeln. Zweitens glauben wir insbesondere in den Massensparten daran, dass es sich lohnt, in Prozess- und Informationsqualität sowie Digitalisierung zu investieren. Das kommt der Domcura und dem gesamten Maklermarkt zugute. Denn durch den Margendruck wird es für den freien Vertrieb immer wichtiger, auf schlanke und effektive Prozesse zu achten.

Warum hat das Modell eines Assekurateurs im aktuellen Marktumfeld Vorteile?

Schwarzer: Gerade in der aktuellen Marktlage haben wir eine Vielzahl von Risikoträgern, die sich nun

auch verstärkt dem Sachgeschäft widmen, weil sie wegen der Auswirkungen des LVRG Probleme im Lebegeschäft haben. Das heißt, viele kleinere VVaG werden ihr Sachgeschäft ausbauen müssen und hier besteht für uns eine große Chance im Einkauf, die wir für unsere Kunden nutzen werden. Wir werden hierzu verstärkt Konsortialprodukte entwickeln, in die mehrere Risikoträger eingebunden sind - dabei suchen wir uns den jeweils besten Anbieter aus. Zugleich erreichen wir damit eine Nivellierung der Risiken.

Bauer: Durch das Modell des Assekurateurs können wir alle Themen belegen, die zum Service gehören, während sich der Versicherer auf seine Aufgabe als Risikoträger konzentriert. Damit können wir eine Vielfalt an Versicherungen anbieten, aber gleichzeitig dem Makler unabhängig vom Versicherer einen konstant hohen Servicestandard mit ein und demselben Ansprechpartner bieten. Das schätzen Makler sehr. Zudem ist der Insolvenzschutz für Makler als Partner der Domcura durch unseren Einstieg wesentlich erhöht.

Werden neun weitere Jahre bis zur nächsten Akquisition von MLP vergehen?

Bauer: Wir sind nicht krampfhaft auf Akquisitions-Tour, aber wir sind immer offen für Zukäufe, die strategisch sinnvoll sind, unter anderem im Bereich der Vermögensverwaltung bei Feri.

Autor: Oliver Lepold

Dieser Artikel erschien am **22.07.2015** unter folgendem Link:

<http://www.dasinvestment.com/investments/news/news-detail/datum/2015/07/22/die-kundenbestaende-sind-heilig/>