

„Wir setzen im Frühjahr den ersten Chatbot ein“

Durch die Digitalisierung verändern sich Beratung und Verkauf bei Finanzprodukten drastisch. MLP-Chef Schroeder-Wildberg setzt auch auf Roboter

Einst spielte MLP in der allerersten Liga, gehörte zum exklusiven Zirkel der 30 Dax-Unternehmen. Doch nach einem vermeintlichen Bilanzskandal im Jahr 2002 begann der Abstieg, die Aktie brach um mehr als 90 Prozent ein. Im Januar 2004 wurde Uwe Schroeder-Wildberg Vorstandschef. Seither ist es um den auf Akademiker ausgerichteten Finanzvertrieb ruhig geworden. Doch MLP hat sich in den vergangenen Jahren drastisch verändert. Für das einstige Paradeprodukt Lebensversicherung finden die Berater immer seltener Kunden. Wichtigster Bereich ist mittlerweile die Vermögensverwaltung. Nun steht mit der Digitalisierung der nächste Wandel des Geschäfts bevor.

VON KARSTEN SEIBEL

WELT AM SONNTAG: Herr Schroeder-Wildberg, als Sie 2004 Vorstandschef von MLP wurden, gab es noch knapp 2800 Berater. Heute sind es keine 1900 mehr. Ein Drittel der Stellen ist weggefallen. Wann werden alle MLP-Berater verschwunden sein?

UWE SCHROEDER-WILDBERG: Ich sehe keinen Grund, warum es keine MLP-Berater mehr geben sollte. Im Gegenteil: Wir werden sogar bald wieder mehr Berater haben, nicht zuletzt wegen unserer Initiative im Hochschulbereich. Durch die wollen wir mehr neue Kunden und mehr junge Berater gewinnen.

Warum sollte heutzutage noch jemand Finanzberater werden wollen?

In einer Welt, in der Informationen über das Internet für alle leicht zugänglich sind, braucht es mehr denn je Berater, die all diese Informationen einordnen, die helfen, am Ende die richtigen

Schlüsse zu ziehen. In der Finanzberatung der Zukunft geht es mehr um Empathie und Strategie als nur um Zahlen.

Aus dem Finanzfachmann wird also ein Seelentröster?

Beide Facetten sind wichtig. Wobei mir der Ausdruck „Gesprächspartner“ besser gefällt. Gerade in der digitalen Welt verlangen unsere Kunden nach jemandem, der anders als ein Computer auf Vorstellungen eingehen kann, der Orientierung gibt.

Am Ende wird aber auch der „Gesprächspartner“ daran gemessen, wie viele Versicherungen und Fonds er verkauft – zumindest solange Vertriebsorganisationen wie MLP in erster Linie von Provisionen leben.

Verkaufen ist doch nichts Schlechtes. Das machen Sie doch mit Ihrer Zeitung auch jeden Tag. Bedingung ist natürlich, dass die Qualität stimmt – in unserem Fall die der Beratung und die der vermittelten Produkte. Ich verstehe nicht, warum dies in unserem Geschäft sofort negativ gesehen wird.

Weil Sie mit Versicherungen und Fonds nun einmal Produkte verkaufen, deren Qualität sich erst in ferner Zukunft herausstellt – wenn der Schadenfall eintritt, wenn das Geld für das Leben im Alter gebraucht wird. Viele der einst allzu blumigen Versprechen fallen den Finanzvertrieben heute auf die Füße.

Wie in jeder Branche gibt es Qualitätsunterschiede, und Teile der Branche haben auch Fehler gemacht. Und ja: Darüber sind auch wir nicht glücklich. Aber dafür können wir ja nichts. Wichtig ist es, eine gemeinsame Erwartungshaltung mit dem Kunden zu haben und stetig im Gespräch zu sein.

Wird am Ende nicht doch der Computer den Berater ersetzen?

In unserem Geschäftsmodell ist die Digitalisierung eine Chance. Sie bringt unseren Beratern mehr Freiheit. Noch wird jedem Berater viel Zeit entzogen, beispielsweise durch den immensen Dokumentationsaufwand, der für jedes Gespräch notwendig ist – aber, nebenbei gesagt, leider nicht zwangsläufig zu mehr Verbraucherschutz führt. Wird ihm diese Dokumentation von Maschinen abgenommen, bleibt mehr Zeit für die Anliegen des Kunden.

Aber warum soll ein Kunde noch mit einem Berater sprechen, wenn er seine Geldangelegenheiten doch schneller und bequemer im Internet erledigen kann?

Ein übergreifendes, auf den Kunden zugeschnittenes Finanzkonzept gibt es nicht im Netz. Aber natürlich gibt es einfache, leicht verständliche Produkte, für die ein Kunde keinen Berater braucht.

Zum Beispiel?

Unsere Kunden können über eine digitale Plattform seit verganginem Jahr unter anderem eine Auslandskrankenversicherung online abschließen. Kfz-Versicherungen haben wir schon lange aus unseren Geschäftsstellen herausgenommen. Sie werden fast nur noch elektronisch vermittelt.

Welche Finanzprodukte wandern als nächste weg von den Beratern und hinein ins Netz?

Wer Digitalisierung auf diese Frage reduziert, hat sie nicht verstanden. Es geht auch darum, Prozesse im Kundengespräch zu beschleunigen: Über unsere Tochter Domcura können unsere Berater dem Kunden heute schon ein Bündel aus Hausrat-, Wohngebäude- und Rechtsschutzversicherung innerhalb von 45 Sekunden vorlegen. Bestehenden Kunden bieten wir ein elektronisches

Haushaltsbuch oder leicht einsehbare Vertragsübersichten. Der Berater muss an jenen Punkten für den Kunden da sein, wo sein Mehrwert spürbar ist.

Und wer zwischendurch Fragen hat, kann sich auch bei Ihnen bald mit einem Roboter via Internet unterhalten, einen sogenannten Chatbot nutzen?

Anfangs wird es um Standardinformationen gehen. Die Antworten werden wir gemeinsam mit unseren Kunden nach und nach ausbauen. Für uns ist das ein erstes Vortasten ins „Machine Learning“.

Der MLP-Finanzvertrieb mit den Beratern und Ihre Bank wurden gerade organisatorisch getrennt. Was steckt dahinter?

leichter mit externen Partnern zusammenarbeiten können.

MLP stärkt seine Bank. Umgekehrt positionieren sich klassische Banken stärker als Finanzbegleiter für alle Lebenslagen. Sie könnten Geschäft an die Banken verlieren.

Die Banken werden damit keinen Erfolg haben, weil sie weiterhin als Produktgeber denken. Wir hingegen haben ganz bewusst kein Produktmarketing, bei uns bekommen die Berater keine Produkte vorgegeben, die sie abverkaufen müssen.

MLP wurde einst mit Lebensversicherungen groß. Namhafte Anbieter wie Ergo und Generali wollen jetzt Millionen von Altverträgen verkaufen. MLP hat das bereits vor Jahren gemacht. Wie viele Kundenbeschwerden gehen seither täglich bei Ihren Beratern ein? Mir sind keine bekannt. Aber Sie können unsere Entscheidung, die eigene Lebensversicherung 2005 zu verkaufen, auch nicht mit dem Vorgang dieser Tage vergleichen. Grundsätzlich können die Käufer die Bestände dank großer Stückzahlen günstiger verwalten. Das nützt letztendlich auch den Kunden. Leider wurde das bislang nicht sehr gut kommuniziert.

Kunden machen sich Sorgen, dass sie benachteiligt werden.

Wir haben in Deutschland ein striktes Regelwerk und eine sehr aufmerksame und schlagkräftige Aufsicht. Versicherer müssen sich diese Sorgen nicht machen. Sorgen machen mir aber die Trittbrettfahrer, die mit irreführenden Aussagen Kunden davon überzeugen wollen, dass sich selbst Verträge mit Garantiezinsen von 3,5 oder vier Prozent nicht mehr lohnen und sie diese rückabwickeln sollen. Das ist unverantwortlich.



MLP-Chef Schroeder-Wildberg: „Teile der Branche haben Fehler gemacht“

Wir werden in der Tat für Fragen zur Berufsunfähigkeitsversicherung über Facebook nächstes Frühjahr den ersten Chatbot einsetzen.

Welche Fragen kann dieser dann beantworten?

Durch die Trennung von Bank und Makler werden rund 75 Millionen Euro aufsichtsrechtliche Eigenmittel gehoben, die wir in den nächsten Jahren für Übernahmen, Investitionen und Dividenden einsetzen können. Die Trennung hat darüber hinaus den Charme, dass wir