

bankassurance + allfinanz

Aragon baut Endkundengeschäft weiter aus

In den sechs Jahren seit ihrer Gründung hat die 2004 gegründete Aragon AG, Wiesbaden, 14 Akquisitionen hinter sich und zählt sich zu den größten Finanzvertrieben in Deutschland. Dabei hat das Unternehmen zwei Standbeine: das B2B-Geschäft und das Endkundengeschäft. Insgesamt zählt Aragon mittlerweile 20 509 Vermittler (plus 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und 920 000 Kunden (plus 16 Prozent) zum Bestand. Insgesamt 3 800 Agenten sind gebundene Vermittler, rund 3 000 davon im B2B-Geschäft, weitere 700 im Privatkundengeschäft.

Größtes Haftungsdach Europas

Die B2B-Aktivitäten im Maklerpool- und Plattformbereich werden im Geschäftsbereich „Broker Pool“ zusammengefasst. Er umfasst die Vermittlung von Finanzprodukten an private Endkunden über Vermittler in den Vertriebskanälen Makler- und Haftungsdachvertrieb und ist mit einem Umsatz von 72,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2010 der umsatzstärkste Geschäftsbereich.

Hier ist die 100-prozentige Tochter Jung, DMS & Cie. AG (JDC) angesiedelt, mit rund 16 000 Vermittlern Aragon zufolge der größte Maklerpool im deutschsprachigen Raum. Neben einer großen Anzahl an Einzelvermittlern betreut JDC auch Vertriebe wie die Ertrag & Sicherheit Vermögensberatung Ges.m.bH in Graz oder die EFC AG, Frankfurt am Main, als Kunden.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Entwicklung des Haftungsdachs, mit dem Vermittlern die Übernahme der Haftung gegenüber Endkunden angeboten wird.

Allein im Haftungsdachgeschäft wurden im vergangenen Jahr 20 Millionen Euro an Provisionseinnahmen erzielt. Damit verfügt Aragon eigenen Angaben zufolge über das größte Haftungsdach in Europa. Und die Aussichten werden als gut bewertet: Denn von zunehmenden regulatorische Anforderungen, die den administrativen Aufwand und damit auch die Anforderungen an die IT steigen lassen, so Sebastian Grabmaier, der CEO der Aragon AG, profitieren letztlich die Großen der Branche. Die Konsolidierungstendenzen verstärken sich, kleinere Vermittler sehen sich zum Aufgeben gezwungen werden oder schließen sich größeren Netzen an.

Durch das „Pool-Sterben“ wird mit einem weiterhin hohen Zulauf im Pool-Geschäft gerechnet – und das lohnt sich. Denn ein Poolvermittler im Haftungsdach mache im Schnitt sieben Mal so viel Umsatz wie ein nicht gebundener Vermittler, der im Schnitt drei verschiedene Anbindungen habe.

Starkes Wachstum im Endkundengeschäft

Größter Wachstumsbereich der Aragon AG ist gleichwohl derzeit der Geschäftsbereich Financial Consulting, in dem das direkte Geschäft mit den privaten Endkunden zusammengefasst ist. Hierzu gehören die Beteiligungen an der im Dezember 2007 übernommenen Compexx Finanz AG, Regensburg (57,4 Prozent), der Inpunkt GmbH, Mönchengladbach (70,0 Prozent, übernommen im Dezember 2009) und die 100-prozentige Tochter Scopia AG, Wien (früher MLP Austria) sowie die Finum.Finanzhaus GmbH (74,9 Prozent) – beides Akquisitionen aus dem Jahr 2010.

Nicht zuletzt die jüngsten Neuerwerbungen haben dazu beigetragen, dass das Endkundengeschäft sich 2010 mit Umsatzerlösen von 37,1 Millionen Euro mehr als verdoppelt hat (2009 waren es 12,9 Millionen Euro) und damit seinen Beitrag zu den gesamten Umsatzerlösen gegenüber 2009 von 19 auf 34 Prozent steigern konnte, im vierten Quartal 2010 sogar auf 40 Prozent. Der Anteil des Bereichs am Umsatz liegt bei 41 Prozent.

Zukäufe im Endkundengeschäft geplant

Da die Margen im Endkundengeschäft höher liegen als im Bereich Makler-Pool, will Aragon auch im laufenden Jahr seinen Schwerpunkt wieder auf den Bereich Financial Consulting legen. Mindestens ein Zukauf ist noch im ersten Halbjahr 2011 geplant. Dabei lohnt sich mittlerweile nur noch die Übernahme von Einheiten mit mindestens 100 Vermittlern – aber auch das, so Grabmaier, scheitert nicht selten an zu hohen Risiken, etwa wenn zu viele Falschberatungsklagen von Kunden anhängig sind.

Was das organische Wachstum angeht, sollen sich 2011 die jüngsten Akquisitionen auszahlen. Und auch bei volatilen Märkten rechnet Aragon mit weiterem Umsatzwachstum. Denn gerade fallende Märkte bescherten dem Vertrieb erfahrungsgemäß ein Absatzplus. Von einem möglichen „Schlussverkauf“ vor dem Absenken der Garantiezinsen bei Lebensversicherungen wird Aragon aber vergleichsweise wenig profitieren, obwohl rund 60 Prozent der verkauften Produkte Versicherungen sind: Denn vertrieben werden überwiegend Fondspolizen.