

## PRESSESPIEGEL

18.11.2020 - procontra

### JDC: „Kein Makler wechselt nur wegen wenigen tausend Euro seine Anbindung“

Der Maklerpool Jung, DMS & Cie. wirbt mit Geldprämien um neue Partner. Was darüber hinaus nötig ist, um erfolgreiche Makler anzubündeln und zu halten, erzählte Pool-Chef Dr. Sebastian Grabmaier im procontra-Interview.



Mit einer Wechselprämie von bis zu 5.000 Euro macht der Maklerpool Jung, DMS & Cie. auf sich aufmerksam. Ob sich neue Makler aber wirklich anschließen und auch dort bleiben, darüber würden laut Pool-Chef Dr. Sebastian Grabmaier andere Faktoren entscheiden. Bild: JDC/procontra

**procontra:** Im Juni haben Sie damit begonnen, **neue Vermittler mit einem Wechselbonus von bis zu 5.000 Euro zu sich zu locken**. Bislang zeigten 200 Makler näheres Interesse und rund zwei Dutzend haben bislang einen konkreten Wechselprozess zu Ihnen angestoßen. Wie zufrieden sind Sie mit diesem Zwischenstand?

**Sebastian Grabmaier:** Wir beabsichtigten mit unserer Aufmerksamkeits-Kampagne vor allem eine bessere Kommunikation der JDC-Stärken bei Technik und Prozessen. Mit der Resonanz nach drei Monaten sind wir sehr zufrieden – nicht nur wegen der 200 Makler, die näheres Interesse zeigen, und den zwei Dutzend laufenden Wechselprozessen. Wir registrieren darüber hinaus ein deutlich erhöhtes Telefonaufkommen im JDC Berater-Service-Center aufgrund vermehrter Interessenten- und Anbindungsanfragen. Zudem kommen deutlich mehr Interessenten zu den JDC-Vertriebsleitern vor Ort. Auch in Facebook-Gruppen wird inzwischen häufiger über JDC gesprochen und auf die Kampagne referenziert, wenn es um die Perspektiven des Maklermarktes geht. Genau diese Reaktionen und Entwicklungen wollten wir mit unserer Poolwechsellkampagne erreichen.

## PRESSESPIEGEL

**procontra:** Auf welche Partner haben Sie es mit Ihrer Aufmerksamkeits-Marketingstrategie abgesehen?

**Grabmaier:** Im Prinzip ist uns jeder Berater oder Vermittler willkommen, sofern er die fachlichen und gesetzlichen Voraussetzungen für die Tätigkeit im Finanz- oder Versicherungsvertrieb erfüllt. Aber natürlich sind für uns besonders Vertriebspartner interessant, die bereits Bestandsgeschäft mitbringen.

**procontra:** Besteht nicht die Gefahr, dass es eher die Nicht-Premium-Makler anzieht, wenn man mit Geld lockt?

**Grabmaier:** Nein. Es ist doch so, dass kein Makler am Ende nur wegen wenigen Tausend Euro seine Anbindung wechselt. Vielmehr geht es um Aufmerksamkeit: Im Markt ist viel zu wenig bekannt, dass wir für Makler eine überlegene Technik-Lösung bieten. Makler, die unsere Services und Technologien kennenlernen – etwa über unseren Testzugang –, werden aus der Überzeugung zu uns wechseln, bei uns das beste Service/Technik Paket zu erhalten, der Wechselbonus ist also nur das Bonbon obendrauf.

**procontra:** Das Durchschnittsalter der Makler steigt, Nachfolger sind oft nicht leicht zu finden. Wie wichtig ist es für JDC, neue Makler-Anbündelungen zu gewinnen?

**Grabmaier:** Natürlich ist es uns wichtig, neue Vertriebspartner zu gewinnen, schließlich verabschieden sich ja auch laufend Makler in den verdienten Ruhestand. Das hohe Durchschnittsalter der Makler ist ein wichtiges Thema, nicht nur für uns, sondern für die gesamte Branche. Allerdings registrieren wir derzeit eine steigende Zahl von Neuzugängen, die sehr online-affin sind und in unseren vielen digitalen Tools im Rahmen unserer Plattform-Technologie eine ausgezeichnete Ergänzung, beziehungsweise Unterstützung für das eigene Geschäftsmodell sehen.

**procontra:** Und reichen diese Neuzugänge aus, um Ihre gesteckten Ziele zu erfüllen, beispielsweise Ihren Marktanteil unter den Pools noch zu vergrößern?

**Grabmaier:** Hinsichtlich der Kriterien Zielerfüllung oder Marktanteilssteigerung stehen wir auf mehreren Beinen. Mit unserer Plattform-Technologie im Rahmen unserer Advisortech-Strategie gehören neben Einzelmaklern oder Verbänden auch große Intermediäre zu unserer Zielgruppe. Wie beispielsweise die Kooperationen mit der Lufthansa-Tochter Albatros, der BMW-Tochter Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH, der VW-Bank, der comdirekt oder der Sparda Bank Baden-Württemberg zeigen, sind wir dabei auf einem guten Weg.

### „Wir sehen uns als Technologieführer im Poolmarkt“

**procontra:** Sind solche Wechselboni die besten Wege, um neue Partner zu bekommen? Was sind daneben die wichtigsten Services, um als Pool an neue Makler zu kommen?

**Grabmaier:** Unsere Poolwechselkampagne war in erster Linie eine Aufmerksamkeitsstrategie. Der beste Weg, neue Vertriebspartner zu gewinnen ist nach wie vor ein perfektes Paket aus administrativem und organisatorischem Service, einem umfangreichen Produktuniversum, fairer und transparenter Bezahlung sowie innovativer digitaler Unterstützung. Insbesondere mit unserer Advisortech-Strategie, also Technik für und nicht gegen Berater, und unserer Plattform-Technologie, bestehend aus unserem intelligenten Kunden- und Vertragsverwaltungsprogramm iCRM sowie unserer prämierten Endkunden-Smartphone-App allesmeins oder unseren Robo-Advice-Online-Beratungstrecken easyROBI sehen wir uns als Technologieführer im Poolmarkt.

## PRESSESPIEGEL

**procontra:** Welche neuen Services planen Sie in der näheren Zukunft bei sich zu etablieren?

**Grabmaier:** Wir arbeiten laufend an der Optimierung unserer Service-Angebote. Das praktische an unser Plattform-Technologie ist, dass sie mit jedem neuen Nutzer – ob Einzelmakler oder große Intermediäre – dazulernt und die Neuerungen und Weiterentwicklungen damit allen unseren Vertriebspartnern zugutekommen. Als nächstes führen wir PSD2-Schnittstellen ein. Damit können Kundenverträge nicht einzeln, sondern als Gesamtportfolio aus dem Girokonto des Kunden ausgelesen und übertragen werden.

**procontra:** Makler haben im Schnitt 3 Poolanbindungen – was können Sie (noch) nicht bieten, was holen sich Ihre Partner woanders?

**Grabmaier:** Für die meisten der uns angeschlossenen Partner trifft dies nicht zu. Sie haben erkannt, dass die Vorteile der Digitalisierung am besten mit einer einheitlichen Daten- und Dokumentenversorgung realisiert werden können. Schließlich hat ja ein Kunde auch nur eine App und erwartet, dass er dort sämtliche seiner Daten und Policen finden kann. Der Trend bei modern aufgestellten Vermittlern geht daher zu einer einzigen Poolanbindung bei einem Vollsortimenter wie Jung, DMS & Cie. Weitere Anbindungen braucht es daneben nicht.

**procontra:** Wenn man nur noch die großen Pools braucht: Können wir dann in den nächsten Jahren mit einer Konsolidierung auf dem Pool-Markt rechnen?

**Grabmaier:** Ich rechne auf jeden Fall damit, dass sich kleinere Mitbewerber und Spezialpools an die Großen anlehnen oder fusionieren werden. Es macht einfach keinen Sinn, sämtliche Entwicklungen in IT und bei Prozessen oder auch die tägliche Daten- und Dokumentenversorgung für ein relativ geringeres Geschäftsvolumen vorzuhalten. Arbeitsteilige Wertschöpfung entspricht daher der Industrielogik. Ob es dabei zu Fusionen oder eher Kooperationen kommt, wird sich zeigen.

**procontra:** Welche Rolle wird JDC dabei spielen?

**Grabmaier:** Wir sehen JDC als Treiber der Konsolidierung im Pool- und Plattformmarkt. Zum einen sind wir mit unserer Advisortech- und Plattformstrategie und den erwähnten, modernen Tools und Features ideal positioniert, einer der führenden Aggregatoren zu sein und immer größere Partner auf unsere Plattform zu nehmen. Zum anderen halten wir weiter nach geeigneten M&A Partnern Ausschau: Der Erwerb des Investmentpools KOMM und die bisher eingegangenen Kooperationen mit großen firmenverbundenen Vermittlern und Banken unterstreichen unsere Ambitionen.