

30.6.2021 – FONDS professionell

## JDC startet nächste Poolwechsel-Kampagne

*Von "Wahlversprechen" über den "Pool-O-Mat" bis hin zur "Elefantenrunde": Jung, DMS & Cie. stellt seine aktuelle Marketingoffensive ganz ins Zeichen des Superwahljahres. Wer den Maklerpool weiterempfiehlt, darf sich "Wahlhelfer" nennen – und wird dafür finanziell belohnt.*

Der Maklerpool Jung, DMS & Cie. (JDC) wirbt mit einer neuen Offensive um Vermittler. Passend zum Superwahljahr 2021 orientiert sich das Marketing an einem Wahlkampf – mit "Wahlversprechen" und einer Vergütung für "Wahlhelfer", also Vermittler, die Maklerkollegen von einer JDC-Anbindung überzeugen können. "Mit dieser neuen Makleroffensive schärfen wir unser Profil und betonen, welche Vorteile eine Bündelung des Maklergeschäfts auf der JDC-Plattform bringt", sagt Vorstandschef Sebastian Grabmaier.

Damit initiiert der Münchner Finanzdienstleister eine Nachfolgeaktion seiner vor gut einem Jahr gestarteten "Poolwechsel-Kampagne". Die damalige Marketingoffensive war in der Branche durchaus umstritten, nicht zuletzt, weil JDC Maklern bis zu 5000 Euro Wechselbonus versprach. Aus Sicht von Jung, DMS & Cie. hat sich die Aktion offensichtlich aber gelohnt. "Direkt der Kampagne zugerechnet hatten wir über 50 Neuanbindungen, wobei hier auch einige Vertriebsseinheiten mit dann weiteren Partnern Schritt für Schritt auch noch in diesem Jahr zu uns gekommen sind", berichtet der zuständige Vorstand Stefan Bachmann auf Anfrage von FONDS professionell ONLINE.

Bei der neuen Kampagne, die unter dem Motto "JDC – eine Wahl fürs Leben" steht, macht der Pool "fünf konkrete Wahlversprechen", wie es in einer Pressemitteilung heißt: Finanzielle Sicherheit (Provisionen, Courtagen, Abrechnung), innere Sicherheit (Regulatorik, Datenschutz, IT-Sicherheit), operative Sicherheit (Angebote, Abwicklung, Verwaltung, Bestandsübertragungen), technische Revolution (Apps, Tools und Künstliche Intelligenz – 100 Prozent digital) und Altersabsicherung (Stichwort Maklerrente).

Für Unentschlossene hat das Unternehmen nach Wahl-O-Mat-Vorbild einen "Pool-O-Mat" entwickelt. "Nach Beantwortung von 15 Aussagen erhalten User sofort ein Ergebnis, wie JDC und die Plattformdienstleistungen zum jeweiligen Maklerprofil passen", heißt es in der Pressemitteilung. Begleitet werden soll die Kampagne von digitalen "Wahlveranstaltungen", etwa einer "Elefantenrunde" mit den JDC-Vorständen.

Hinzu kommt ein "Wahlhelferprogramm". "Dabei sollen aber nicht Plakate geklebt werden, sondern Freunde und Bekannte im eigenen Maklerumfeld von JDC überzeugt werden", so das Unternehmen. Als Entlohnung gibt es für jeden neu geworbenen Vertriebspartner bis zu ein Prozent Umsatzbeteiligung.

"Die angerechneten Provisionsumsätze sind in Staffeln eingeteilt, sodass man beispielsweise für einen neuen Partner mit 61.000 Euro vereinnahmtem Jahresprovisionsumsatz eine Vergütung von 600 Euro erhält", erläutert Bachmann auf Nachfrage von FONDS professionell ONLINE.