

PRESSESPIEGEL

21.10.2016 Kapitalmarkt intern:
Jung, DMS & Cie. verknüpft digitalisierte
Geschäftsmodelle mit Vertrieb
(Sonderdruck)

kapitalmarkt
intern

Jung, DMS & Cie. verknüpft digitalisierte Geschäftsmodelle mit Vertrieb

Im Zeitalter der Apps und digitalen sozialen Netzwerke spielt sich zunehmend die Welt Ihrer Kunden auf einer neuen Ebene ab, in die Makler und Berater mit herkömmlichen Vertriebsansatz immer schwieriger eindringen. Damit Vertrieb eine Zukunft hat, bedarf es innovativer Ansätze. Solche liefert der Maklerpool **Jung, DMS & Cie. (JDC)** in diesem Jahr in einer Fülle, die es deshalb lohnt, sie genauer auf ihre Vertriebsstauglichkeit hin zu beleuchten. **JDC-Vorstandsvorsitzender Dr. Sebastian Grabmaier** stellt sich wichtigen Fragen zur neuen Vertriebszukunft:



Im Juli vergangenen Jahres hat Jung, DMS & Cie. eine strategische Neuausrichtung auf digitalisierte Geschäftsmodelle angekündigt und der Mutterkonzern von Jung, DMS & Cie. hat sich gleichzeitig von **Aragon** in **JDC Group** umbenannt. Heißt das, dass es in der Vergangenheit falsch war, auf das Maklergeschäft zu setzen? "Sicher nicht. Als JDC setzen wir voll auf den neuen Mega-Trend Digitalisierung. Dies aber nicht gegen die Makler und Vermittler, sondern ganz im Gegenteil zum Vorteil der uns angeschlossenen Partner. Nicht nur was die Verbesserungen bei Prozessen und Datenlieferungen angeht, sondern insbesondere bei der Herstellung intelligenter Kunden-Schnittstellen. Wir entwickeln also Endkunden-Smartphone-Apps und Webseiten, über die Maklerkunden einerseits vollständige Transparenz über ihr Versicherungs- und Kapitalanlageportfolio sowie andererseits Transaktionsfreiheit erhalten und dabei gleichzeitig ihren vertrauten Ansprechpartner behalten. Denn wenn es um den Kauf komplexer Produkte geht, brauchen auch Kunden, die sich im Netz vorbereiten, meist zusätzlich einen Fachmann, der ihnen bei der Produktauswahl hilft oder zumindest ihre Entscheidungen bestätigt. In dieser Form der hybriden Beratung sehen wir große Chancen für moderne Berater und Vermittler. Um unserer Strategie auch im Außenauftritt Rechnung zu tragen, haben wir die Holding auf das Techniksegment ausgerichtet und ihr mit **JDC Group AG** einen modernen Gruppennamen gegeben. Nach dem Erwerb von **Geld.de** sehen wir uns als Marktführer im Segment 'AdvisorTech', so Dr. Grabmaier, der mit dem Stichwort Geld.de direkt ein Schlüsselprojekt seines Unternehmens anspricht.

Jung, DMS & Cie.

Verbund aus rund 16.000 Poolpartnern, der diesen über 12.000 Produkte von mehr als 1.000 Gesellschaften aus den Bereichen Investmentfonds, Versicherungen, Beteiligungen sowie Finanzierungen seinen rund 1 Mio. Endkunden bereit stellt.

Kontakt: Jung, DMS & Cie. AG, CEO Dr. Sebastian Grabmaier
Kormoranweg 1, 65201 Wiesbaden
Homepage: www.jungdms.de

Im Mai dieses Jahres hat JDC die Online-Vergleichsplattform **Geld.de** mit ihren fast 200.000 Kunden von der **Unister-Gruppe** erworben. Kurz danach wurde auch der Kauf des Privatkundengeschäfts des weltweit größten Maklers **AON** bekanntgegeben. Setzt JDC schrittweise auf das Endkundengeschäft, wie es beispielsweise **Knip, Clark, GetSafe** und viele andere neue InsurTech Start-Ups vormachen? "Ganz im Gegenteil",



beteuert Dr. Grabmaier gegenüber 'k-mi'. "Durch unsere hybride Strategie, die persönliche Beratung mit modernster Finanztechnologie kombiniert, können wir Endkunden ein hochattraktives Angebot in allen Finanzfragen machen und unseren Maklern damit neue Kunden und zusätzliche Geschäfts- und Vergütungsmodelle erschließen. JDC-Makler können über **Geld.de** zukünftig ihre Arbeitsabläufe adaptieren, indem sie sich auf beratungsintensives Geschäft konzentrieren und bei einfachen Produktklassen Kunden selbst entscheiden lassen. Endkunden können über www.geld.de ihren Versicherungsbestand optimieren, in dem sie über das Internetportal mit nur wenigen Eingaben einen Vergleich über sämtliche gängige Versicherungsprodukte und -sparten erhalten und dann mit nur wenigen Klicks Versicherungsangebote online berechnen und abschließen können. Bei Neuabschlüssen von Kunden im Internet erhalten Makler selbstverständlich ihre gewohnte Vergütung – ohne eigenen Arbeitsaufwand. **Geld.de** wird somit die erste Plattform sein, die den Bestand konsequent beim einzelnen Makler belässt und ist damit die ideale Ergänzung zum digitalen Versicherungsordner '**allesmeins**'. Mit der App '**allesmeins**' erhält der Endkunde einen digitalen Finanzordner, in dem alle Versicherungsverträge abgebildet und dort auch verwaltet werden können. Für den Kunden ist dieser Service kostenfrei und der betreuende Berater erhält



PRESSESPIEGEL

von den Produktgesellschaften obendrein seine laufende Vergütung für die Verwaltung der Verträge. Doch zumeist laufen derart anfangs hoch gepriesene Versicherungs-Apps enttäuschend. Wie wird sie bei JDC von Vermittlern und Endkunden angenommen? *„Mit dem Start von 'allesmeins' sind wir sehr zufrieden. Nach nur wenigen Wochen der Verfügbarkeit auf Android konnten wir bisher über 500 Makler von der Nutzung überzeugen, die bereits die ersten paar tausend Kunden zu 'allesmeins' gebracht haben. Bedeutsamer ist, dass die Kunden-Bewertungen sowie die Konversionsraten hervorragend sind. Dass diese ersten Kunden bereits über 4.000 Bestandsübertragungen über 'allesmeins' ausgelöst haben, zeigt, dass das dahinter liegende Geschäftsmodell, für Makler Zusatzerträge zu generieren, perfekt funktioniert. Und auch die Mitbewerber nehmen ja langsam Fahrt auf. Über eine Millionen Downloads von Versicherungs-Apps sprechen eine klare Sprache!“,* hebt der JDC-CEO hervor.



Doch wie realistisch ist es überhaupt, dass sich insbesondere die älteren Makler auf die neuen digitalisierten Prozesse intensiv einlassen? Die Antwort von Dr. Grabmaier dürfte überraschen: *„Auf jeden Fall. Die neuen Smartphone-Applikationen sind so einfach, dass sie auch für Endkunden um die 80 unproblematisch zu bedienen sind. Mit deren Erklärung kommen dann auch Makler um die 60 gut zurecht. Natürlich wird es ältere Makler geben, die sich nicht mehr auf die neue, digitale Vertriebswelt einstellen werden – auch, weil sie mit ihren Bestandskunden zufrieden sind und diese mit ihrem Makler. Angesichts der immer intensiveren Nutzung der digitalen Medien und des sich verändernden Informations- und Abschlussverhaltens der Kunden – auch in Sachen Geldanlage und Absicherung – ist aber längst klar, dass Berater und Vermittler ihr Serviceangebot um den Online-Bereich erweitern müssen. Jeder, der sich also auf die neuen Möglichkeiten mit Finanz-Apps und Online-Vertrieb einlässt, dürfte zu den Gewinnern gehören, da er die Kunden dort abholt, wo sie heute stehen.“*

Seit Mai besteht zudem eine Kooperation zwischen JDC und der Online-Plattform **Zinspilot**. Wie kam es zur Zusammenarbeit und plant der Maklerpool, mit weiteren Fintechs zu kooperieren? *„Mit der Partnerschaft mit Zinspilot erschließt JDC den Zugang zum beliebtesten Anlageprodukt der Deutschen: Tages- und Festgelder. Das Geschäftsfeld macht derzeit ca. 70% des Vermögens der Deutschen aus und verspricht daher eine hohe Kundenbindung und ein großes Vermittlungs-Potential. Weitere Kooperationen mit FinTechs werden folgen“,* erfahren wir von Dr. Grabmaier, der offenbar noch andere Pfeile im Köcher hat. Bedeutet dies, dass auch weitere Zukäufe geplant sind?



Dr. S. Grabmaier

„Wie schließen das nicht aus. Vordringlich arbeiten wir aber weiter intensiv am Ausbau unserer Technologie- und Beratungs-Plattform. Neben hohen Investitionen in unsere Technologie-Basis, insbesondere für die Verbesserung unserer Datenbankstruktur, dem elektronischen Datenimport und dem Ausbau unserer Scan- und OCR-Fabrik, entwickeln wir unsere Kunden-Schnittstellen 'allesmeins' und 'Geld.de' sukzessive weiter. Ab Oktober wird 'allesmeins' auch sämtliche über uns geführten Kapitalanlagen anzeigen, also ca. 700.000 Kundendepots mit 4,5 Mrd. € Fonds-Assets, und damit für Kunden einen vollständigen Vermögensüberblick ermöglichen. Weiter überlegen wir die Anzeige von Bankkonten und Zahlungsverkehr, die Entwicklung zu einem vollständigen 'digital wallet' also. 'Geld.de' wollen wir zu einem funktionalen Robo-Advisor ausbauen, also Endkunden unserer Versicherungsmakler die Möglichkeit geben, auf einfachem Weg online ein intelligentes und performantes Asset-Management Angebot zu erhalten. Die Marke 'Geld.de' ist dafür ideal.“ Elektronische Versicherungsordner oder Investmentübersichten sind nützliche Hilfen, werden sich schlussendlich aber nur dann durchsetzen, wenn die Kunden sich mit diesen Themen auch aktiv auseinandersetzen. Was erwartet der JDC-Vorstandsvorsitzende hier? *„Zahlreiche Studien belegen, dass über 70% der Deutschen als 'digital ready' gelten, also bereit sind, innovative Medien und Online-Angebote zu nutzen und – man halte sich fest – jeder zweite Kunde war bereits im Netz, bevor er zu einem Makler persönlichen Kontakt aufnimmt! Über 95% dieser Kunden sind übrigens bereit, auch komplexere Sachverhalte online zu lösen und abzuschließen. So die aktuellen Zahlen der InnoValue-Studie, die diese Kritik klar widerlegen. Vor diesem Hintergrund bin ich mir sicher, dass der Weg Richtung digitalem Finanz- und Versicherungsvertrieb nicht mehr rückgängig gemacht werden kann.“* Eine häufig von 'k-mi'-Lesern an uns gestellte Frage ist abschließend, ob noch gesellschaftliche Verbindungen zwischen JDC und der AXA bestehen. *„Absolut nicht. Nach eigenen Angaben hat Axa ihre letzte Aktie 2014 verkauft und auch Superior ist längst nicht mehr an Bord. Wir sind bei JDC seither ein rein unternehmergeführtes Unternehmen ohne jegliche Produzenteninteressen. Mein Partner Ralph Konrad und ich halten weiter über 40% und das wird auch so bleiben. Mit einem notariell beglaubigten Eigenkapital von über 15 Mio. € gehören wir zu den finanzstärksten Unternehmen im Maklerpool-Geschäft“,* hebt Dr. Grabmaier die Eigenständigkeit der Unternehmensgruppe hervor.

'k-mi'-Fazit: Der Motor im Finanz- und Versicherungsmarkt ist und bleibt der stationäre Vertrieb. Damit jedoch neue internetbasierte Plattformen sich nicht ungehindert anwachsende Stücke vom Marktkuchen abschneiden und Sie dadurch nicht abgehängt werden, ist es sinnvoll, dass sich Makler und Berater mit diesen Geschäftsfeldern beschäftigen und evtl. selbst für sich erschließen. JDC stellt jedenfalls ein innovatives Portfolio an Applikationen bereit, mit denen der Vertrieb beim Endkunden punkten kann.