

PRESSESPIEGEL

12.6.2020

kapital-markt
intern

JDC: Mit Wechselprämie an die Spitze des Poolmarktes?

"Pool wechseln und bis zu 5.000 € sichern", mit diesem Angebot spricht der Maklerpool **Jung, DMS & Cie. (JDC)** auf seiner Homepage www.jungdms.de derzeit den Beratermarkt an. Die Corona-Krise hat im Vertriebsmarkt zu Einbrüchen geführt, weshalb Makler sicherlich noch offener für derartige Prämien sind. Es geht dabei um folgendes: JDC verspricht eine einmalige Sonderprovision, bezeichnet als Wechselprämie.

Zu den Voraussetzungen gehören: ++ Der Makler darf noch keinen Poolvertrag mit **JDC Pool GmbH** abgeschlossen haben ++ Das Angebot gilt bei der ersten Übertragung von Beständen ++ Übertragungsfähig sind Versicherungs- und Investmentbestände in offenen, in Deutschland zugelassenen Investmentfonds (möglichst bei den Lagerstellen **AAB, FFB, ebase** und **Fondsdepotbank**) ++ Mindestens 50 Verträge für jedes Versicherungsunternehmen müssen vorliegen. Für jeden übertragenen Versicherungsvertrag zahlt JDC 5 € abzüglich 1 € Servicepauschale pro Makler-Ankündigung der Bestandsübertragung beim Kunden. Ab jeweils 1 Mio. € übertragenen Investmentbestand zahlt JDC eine Prämie von 250 €. Damit erhöht sich die anfängliche Provision in den ersten 12 Monaten um 30 % bis zum Erreichen der maximalen Wechselprämie von 5.000 €. Der Maklerpool verspricht u. a. keinen Wechselaufwand für die Makler mit 100 % Wechselservice, Bestands- als auch Datensicherheit, klares Agenturen-Nummernsystem, tägliche Abrechnung mit drei Auszahlungen pro Monat, integrierter Bestandsverwaltungs-Service sowie kostenlose Schulungen für JDC Systeme und Tarifrechner.

Bereitet also JDC als die derzeitige Nr. 2 im Maklerpool-Provisionsranking den Angriff auf **Fonds Finanz Maklerservice** vor? 'k-mi' hört sich im Markt zur Wechselprämie um:

++ "Die Aktion zielt auf Makler der **FondsFinanz** ab. Dort sind die Makler gewohnt, über kurzfristige monetäre Vorteile angesprochen zu werden. Insofern ist das eher ein Angriff auf leistungsärmere Massenpools." (**Oliver Pradetto**, Vorstand **blau direkt GmbH und Co. KG**) ++ "Diese kleine Werbeaktion wird nicht die Positionierung der anderen Pools im Markt verändern!" (**Matthias Kschinschig**, Geschäftsführer **aruna GmbH**) ++ „Generell sehen wir die JDC-Wechselprämie kritisch, äußern uns aber nicht im Detail zu Mitbewerbern. Wir konzentrieren uns aktuell auf den Ausbau unserer Serviceabteilung und unserer IT.“ (**Patrick Edelmann**, Abteilungsleiter Marketing **WIFO Wirtschafts- & Fondsanlagenberatung und Versicherungsmakler GmbH**) ++ "Die Wechselprämie als Vertriebsinstrument ist in der Finanzbranche als solche keineswegs ein Novum. Die Frage ist, ob ein einmaliger monetärer Anreiz als Basis für eine langfristige und partnerschaftliche Geschäftsbeziehung – die in unserem Verständnis in erst Linie auf Vertrauen und gegenseitigem Respekt fußt – taugt." (**Georg Kornmayer**, Geschäftsführer **FONDSNET**) ++ "Wir arbeiten nicht mit Leistungsanreizen, sondern betrachten unsere Partner vielmehr als Unternehmenspersönlichkeiten, die wir mit innovativer Technologie und Wissenstransfer unterstützen." (**Hans-Jürgen Bretzke**, CEO **FondsKonzept AG**).

Aus verständlichem Grund wollen die Poolanbieter der JDC-Wechselprämie keine größere Beachtung als notwendig schenken, was aber nicht heißen mag, dass intern deren eigene Provisions-Kalkulationsprogramme heiß laufen. Oder handelt es sich um einen reinen JDC-Marketing-Gag, der kaum attraktive Anreize für Vermittler zur Bestandsübertragung setzt? Dr. **Sebastian Grabmaier**, CEO **JDC Group AG**, nimmt gegenüber 'k-mi' dazu Stellung:

"Die Neu-Makler-Prämie ist ein Bestandteil unserer Kampagne, die natürlich ins Auge stechen und Aufmerksamkeit erregen soll. Gutes Marketing muss immer aufmerksam machen! Das hat vom Start der Aktion weg gut funktioniert. 5.000 € Prämie können für aktive Makler je nach Größe des Maklerbüros oder der Vertriebseinheit natürlich ein Anreiz sein. Vor allem soll es aber ein Anreiz sein, sich mit der führenden Technologie von JDC zu beschäftigen. Mit unserem Maklerverwaltungsprogramm **iCRM**, der Kunden-App **allesmeins** mit integrierten Vergleichsrechnern und Online-Antragsstrecken, verbunden mit einer strukturierten Abrechnung für Haupt- und Untervermittler für sämtliche Finanz- und Versicherungsprodukte auf einer einheitlichen, medienbruchfreien Plattform sind wir führend und begeistern seit Jahren auch bekannte Bankengruppen, Belegschaftsmakler sowie eine Vielzahl anderer Intermediäre, Makler und Vermittler, die unsere Systeme sehr effizient einsetzen. Das wollen wir jetzt auch verstärkt im Einzelmakler-Markt zeigen."

Beabsichtigt JDC mit der ausgelobten Kopfgeldprämie den Maklerpool- und damit zugleich den Versicherungs- und Investmentmarkt in Unruhe zu bringen? "Mit einer einzelnen Aktion werden wir das leider nicht schaffen. Aber der Markt bewegt sich von ganz allein. Der Konsolidierungsdruck sorgt schon seit Jahren dafür, dass nur die großen Pools wirklich wachsen und die kleineren die Investitionen nicht mehr schultern können. Natürlich sind wir genau wie unsere Wettbewerber bestrebt, von diesem Wachstum möglichst viel abzubekommen. Das funktioniert ganz gut wie unsere Zahlen zeigen", so Dr. Grabmaier.

PRESSESPIEGEL

Dennoch stellt sich die Frage, ob JDC zum Bestandsaufbau gezwungen ist, um hohe Investitionskosten in die eigene Plattform amortisiert zu bekommen? *"Umgekehrt: Wir müssen nicht wachsen, um unsere Plattform zu amortisieren, sondern wir investieren die Erträge in weiteres Wachstum! Schon unser Firmengründer Dr. Klaus Jung sagte immer: 'Es gibt keinen Ersatz für Umsatz.' Wir wollen wachsen und economies of scale, also Skaleneffekte, erzielen! Je mehr Marktteilnehmer unsere Plattform nutzen, seien es einzelne Makler, Banken oder andere Intermediäre, umso mehr Kapital generieren wir, das wir wiederum in neue Features, neue Angebote oder einfach nur ins Marketing investieren können",* erklärt der JDC-Chef, der zugleich auch einen möglichen Ergebnisdruck seitens der Aktionäre verneint: *"Diesen Druck gibt es nicht. Das wäre auch Unsinn, da unsere Geschäftsentwicklung voll in oder oberhalb unserer kommunizierten Ziele verläuft. Wir haben vor kurzem unsere Q1/2020-Zahlen veröffentlicht und mit einem Wachstum von fast 20 % unsere Planungen voll bestätigt. Wir sind deutlich besser in das Jahr 2020 gestartet, als wir das selbst erwartet haben und bewegen uns auch ganz gut durch die Corona-Krise. Aber darauf wollen wir uns nicht ausruhen, sondern die Leistungen unserer Plattform noch besser vermarkten."*

Selbst Schuhkarton-Vermittler nimmt JDC in den Anwerbungsfokus. Sehen sich Top-Berater in diesem Umfeld überhaupt gerne wieder? Dr. Grabmaier kontert: *"Schuhkarton-Vermittler' gibt es doch gar nicht mehr. Es gibt aber viele auch gute Vermittler, die keine vollständig digitalisierten Bestände haben. Genau diese Vermittler schrecken häufig vor einer sinnvollen Zusammenführung ihrer Bestände auf einer Plattform – idealerweise natürlich unserer – zurück. Sie wissen zwar grundsätzlich, wie es geht, haben aber nicht die administrativen Ressourcen für diesen Prozess. Das übernehmen wir aber gerne! Kein Makler soll zurückschrecken, egal in welchem Verwaltungsprogramm seine Bestände liegen oder wie er heute sein Geschäft führt. JDC ist der Digitalisierungsdienstleister und bietet auch hier einen umfassenden Service an, wie Sie es vom 'Kontowechsel' kennen, wenn Ihre Bank Ihnen bei den ganzen alten Umsatzbuchungen des vorherigen Kontos hilft."*

Der JDC-CEO glaubt auch nicht, dass unter den bereits ca. 16.000 angebundenen Beratern Verärgerung eintritt: *"Bis auf die gelegentliche Anmerkung, man hätte sich solche Anreize schon früher – nämlich beim eigenen Wechsel zu JDC – gewünscht, haben wir bislang keine negativen Reaktionen erhalten. Warum auch? Ein technisch und finanziell starker Pool ist im Interesse der angeschlossenen Makler. Es gibt auch schon Anfragen von Vermittlern, ob sie diese Prämien auch für die Anwerbung eigener Untervermittler nutzen können. Ganz offenbar gibt es einen Bedarf für das von uns angebotene Prämienmodell."*

Gelassen blickt Dr. Grabmaier auf mögliche Gegenreaktionen seiner Mitbewerber: *"Es geht nicht darum, irgendwen zu provozieren oder anderen Makler wegzuschlagen. Es geht einfach darum, Aufmerksamkeit zu erregen und Makler, die uns noch nicht kennen, von der Überlegenheit unserer Plattformtechnologie zu überzeugen. Wir haben uns in den vergangenen Jahren voll auf die Entwicklung unserer Plattform und den Aufbau des Großkundengeschäfts konzentriert. Im Ergebnis haben wir eine führende Plattform gebaut und etwa Lufthansa, BMW, Böhringer, die comdirect, die Sparda Bank Baden-Württemberg und viele andere aus-gewiesene Top-Profis von unserer Leistungsfähigkeit überzeugt. Auf dem Weg haben wir im Marketing den Maklermarkt nicht mit höchster Priorität bedient. Das wollen wir jetzt ändern und unsere Technologie und Services viel aktiver vermarkten als in den letzten Jahren. Es gibt immer noch viele Vermittler, die JDC gar nicht kennen. Vergleichen Sie mal unser Werbebudget mit dem unserer Wettbewerber. Die anderen Großen geben meist ein Vielfaches für Marketing aus."*

'k-mi'-Fazit: Nach dem Newtonschen Wechselwirkungsprinzip ist anzunehmen, dass gerade die JDC-Wechselprämie Wind und damit Belebung in den Poolmarkt bringt. Was sicherlich nicht zum Nachteil der Berater führen sollte, schließlich sind sie es, die das eigentliche Geschäft beim Kunden abschließen und damit für den Poolumsatz erst sorgen. Also liegt es an den Servicegesellschaften, den Maklern möglichst viel vom administrativen Aufwand technisch versiert und zuverlässig abzunehmen, damit mehr Zeit für die eigentliche Kundenbetreuung bleibt – im Rahmen einer fairen Provisionshonorierung. Dieses Umfeld scheint JDC als einer der Technologieführer zu einer Neuverteilung der Ernte im Markt zu nutzen.