

17. Juli 2023 – kapitalmarkt intern

JDC: Vertriebs-Profi Rex zeigt die Chancen für die Partner auf

Die JDC Group AG hat sich seit 1. Juni 2023 mit dem erfahrenen Digitalplattform-Manager Marcus Rex für die Vorstandsressorts Marketing und Vertrieb verstärkt. Rex verantwortete zuvor als CSO Insurance Market die Versicherungsaktivitäten der Hypoport SE und kennt den Markt auch über seine früheren leitenden Tätigkeiten bei Interhyp und Planethome bestens, womit JDC zukünftig von dessen breitem Netzwerk und Plattform-Know-how profitieren dürfte. Doch was sind die Beweggründe und was hat Rex am meisten daran gereizt, in den Vorstand der JDC Group zu wechseln?

"Das ist einfach eine perfekte Kombination: Die führende Plattformtechnologie der JDC und meine lange Erfahrung als Plattformmanager. In den vergangenen Jahren bin ich der JDC Group einige Male bei Ausschreibungen aus der Situation eines Mitbewerbers begegnet. Gewonnen hat stets JDC, was mich manchmal schon geärgert hat. Außerdem kenne ich die JDC Group bereits mehr als 15 Jahre und konnte so deren Entwicklung verfolgen. Mein Eindruck hat sich bestätigt, dass die JDC Group technologisch und vertrieblich richtig gut aufgestellt ist. Das Potenzial, in einigen der heutigen Geschäftsmodelle weitere Marktanteile zu gewinnen, ist sehr groß. Mich reizt es, genau diese Entwicklung zu gestalten. Die Ressorts, die ich bei JDC verantwortete, passen sehr gut zu mir und zu meinen Erfahrungen. Ein perfekter Beweggrund also für mich, mit dieser Verantwortung in diesen Verantwortungen mehr Wirksamkeit zu erreichen", erklärt Rex seinen Entschluss.

Als Maklerpool ist JDC groß geworden, heute stellt die Gruppe mit ihren Marken ++ Jung, DMS & Cie. ++ allesmeins und ++ Geld.de eine digitale Plattform für Versicherungen, Investmentfonds und alle anderen Finanzprodukte und -dienstleistungen dar und bietet eine komplette Produktpalette mit vollständiger Daten- und Dokumentenversorgung für Makler und Berater an. JDC stuft sich als erste echte Financial Home für Finanzdienstleistungskunden ein, denn über Smartphone-App, Tablet oder PC erhalten Kunden und Vermittler eine komplette Übersicht über das individuelle Versicherungs- und Fondsportfolio mit einfachen Abschlussstrecken und Übertragungsmöglichkeiten. Mit ihrer Plattform-Technologie für den Finanz- und Versicherungsvertrieb hat die JDC Group und ihre Maklerpool-Tochter Jung, DMS & Cie. auch bereits etliche Großkunden aus dem Banken- und Versicherungsbereich gewonnen. Wo wird Rex künftig seine Schwerpunkte bei JDC setzen? Im Bereich Großkunden und dem Segment Bancassurance oder auch verstärkt im Bereich Maklervertrieb und -support?

"JDC ist sich ihrer langen Historie als erster Maklerpool sehr bewusst und hat die Einzelmakler nie aus den Augen verloren. Auch wenn die gewonnenen Großkunden, die Joint Ventures im Bankenbereich und institutionelle Kunden wie Lufthansa, BMW und Volkswagen bspw. ein enormes Wachstumspotenzial darstellen, bin ich fest davon überzeugt, dass JDC mit ihrer technologischen Plattform und den dazugehörigen Services super für den Maklervertrieb aufgestellt ist. Alles aus einer Hand mit einer hohen Qualität an Daten und Prozessen. Das ist es, was Makler in Zukunft immer mehr benötigen, um ihr Geschäft profitabel zu entwickeln. Die uns angeschlossenen Makler bilden weiter das Rückgrat unseres Unternehmens und schon in der nahen Zukunft werden wir neue IT Features präsentieren, um im Maklervertrieb weiter zu punkten", skizziert Rex seine Pläne gegenüber 'k-mi'.

Der technische Fortschritt in den zurückliegenden Jahren hat in vielfältiger Weise die Arbeit des Vertriebes verändert und dazu beigetragen, den hohen regulatorischen Anforderungen überhaupt noch nachzukommen. Folgt jetzt bei JDC eher eine Phase der ruhigeren Konsolidierung oder stehen neue bahnbrechende Veränderungen im Markt und für den Vertrieb an? Der neue JDC-Vertriebsvorstand stellt hierzu klar, ohne von der Bremse zu treten:

"Beides, aber alles andere als ruhig. Wenn wir uns die aktuelle Entwicklung ansehen, dann sind wir mittendrin in einer Konsolidierungswelle und weiteren bahnbrechenden Veränderungen. Der Poolmarkt konsolidiert sich rasant durch den Einstieg internationaler Investoren, zudem spielt Technologie eine immer wesentlichere Rolle. Die Finanzdienstleistung wird dadurch immer digitaler und dies mit zunehmender Geschwindigkeit. Dies gilt vor allem in Hinblick auf Automatisierung, Standardisierung und Datenqualität. Außerdem erwerben oder beteiligen sich Pools zunehmend an Technologie-Unternehmen, so wie JDC beispielsweise mit Morgen&Morgen das führende Datenanalyse-Haus erworben hat. Der Pool wird immer mehr zum Tool, dann zur Plattform. Die regulatorischen Herausforderungen werden bleiben und mit ESG kommt ein neuer Faktor hinzu, der den Markt stark beschäftigt. Die ständigen Diskussionen zu Provisionsverboten und weiteren Dokumentationspflichten führen zudem zu weiteren Komplexitäten für den Makleralltag. Und diese Komplexitäten können nur mit Technologie beherrschbar gemacht werden. Wir sehen uns hier in einer führenden Position, Maklern und anderen Vermittlern die entscheidende Hilfestellung zu geben, um trotz aller Herausforderungen ihre Kunden ideal zu betreuen."

Über 16.000 Plattformnutzer sind JDC angeschlossenen, die rund 1,6 Mio. Kunden betreuen und einen jährlichen Absatz von rund 2 Mrd. € Bewertungssumme erzielen. Der Fondsbestand beläuft sich auf über 5 Mrd. € und die jährlichen Versicherungsprämien knackten jüngst die 1-Mrd.-Euro-Hürde, womit sich JDC zu den marktführenden Schwergewichten zählen darf. Welche strategischen Vertriebsansätze und -ideen bringt Rex mit seiner jahrelangen Erfahrung nun mit ein, damit der Anbieter agil bleibt und sein hohes Wachstum fortsetzt?

"Wir entwickeln uns immer mehr zu einer datengetriebenen Industrie. Hier gilt es, aus dem immer größer werdenden Datenbestand 'smart data' zu machen, aus den Daten also Mehrwerte und Nutzen für unsere Kunden abzuleiten. Dabei helfen Algorithmen und erste Ansätze der künstlichen Intelligenz. Lernende Systeme werden nicht nur helfen, die Daten der Kunden besser zu erfassen, sondern durch die aus den Daten entstehenden statistischen Werte die idealen Lösungen für die individuellen Kundenbedarfe abzuleiten. Strategische Vertriebsansätze folgen auf die dadurch entstehenden Wachstumschancen. Hier gilt es, die richtigen Zielgruppen herauszuarbeiten und ein perfektes Angebot zu stellen. In diesem Prozess befinden wir uns bereits, bieten bald marktführende Lösungen an und entwickeln daraus die beste Vertriebs- und Marketingstrategie. Zudem gibt es neben dem Versicherungs- und Investmentbereich noch weitere Märkte, die wir adressieren werden. Zuerst gilt es neben den neuen Vertriebsansätzen bei JDC die bestehenden Potenziale, im Einzelmakler- wie im Großkundengeschäft, zu heben. Wir wollen stets die erste Wahl für jeden Makler sein", erklärt Rex abschließend und mit voller Zuversicht.

'k-mi'-Fazit: Dr. Sebastian Grabmaier, CEO JDC, hat frühzeitig die Markttrends von heute antizipiert und seine Unternehmensgruppe in Richtung Digitalisierung gesteuert. Im 'k-mi'-SP 42/16 kündigte Dr. Grabmaier an, dass die Richtung zum digitalem Finanz- und Versicherungsvertrieb nicht mehr rückgängig gemacht werden könne. Was aus heutiger Sicht nach selbstverständlichen Investitionsentscheidungen klingt, war vor sieben und mehr Jahren noch mit hohen finanziellen Risiken verbunden und wohl nur dann zu rechtfertigen, sofern man bereits damals den technisierten

Markt von heute vorhergesehen hat. Für die Zukunft stellt sich die JDC Group nun mit Marcus Rex vertriebsseitig neu auf, um einerseits ihrem starken Wachstum der zurückliegenden Jahre und andererseits den angepeilten weiteren Zielen eine noch breitere Basis zu geben, ohne dabei den eingeschlagenen Erfolgsweg verlassen zu müssen. Von JDC dürfte somit weiter zu hören sein!