

30.6.2022 – Versicherungsbote

„Auch nach dem ‚Heymoney-Aus‘ bleiben Multibanking und OpenFinance die Innovationstreiber unserer Branche“

Die Allianz zieht der Finanz-App „Heymoney“ den Stecker. Was das für die Transformation im Finanz- und Versicherungsvertrieb hin zu Multibanking-, Bancassurance und OpenFinance-Lösungen bedeutet, kommentiert Stefan Bachmann, Vorstand der JDC Group AG.

Die Heymoney-App der Allianz-Tochter IconicFinance wird eingestellt. Diese Meldung erreichte die Branche zu Beginn dieser Woche. Sehr schade, denn auch wenn Heymoney kein JDC-Plattform-Partner war, kenne ich viele der Personen und Kompetenzträger, die ein starkes System aufgebaut haben. Trotz der Meldung über das Aus der Allianz-App Heymoney bin ich weiter davon überzeugt, dass sich im modernen Finanz- und Versicherungsvertrieb Ansätze wie OpenFinance und Bancassurance durchsetzen werden.

Es widerspricht der ökonomischen Logik, wenn jede Bank oder jeder Versicherer eigene IT-Projekte aufsetzt, um funktionierende, hybride und digitale Vertriebskanäle im Versicherungssegment aufzubauen. Technologie- und Innovationskraft müssen über Plattformen und integrierte Prozesse skaliert werden, um einen tatsächlichen Mehrwert sowohl für den Endkunden als auch für die Vertriebssteuerung zu generieren. Plattformlösungen sind im Finanzierungsbereich bei Banken schon lange ein Standard.

Die Finanz- und Versicherungsbranche kann viel bewegen, und wir als JDC Group bedienen verschiedene Ansätze, die auf OpenFinance basieren und gleichzeitig eine schnelle und nachhaltige Monetarisierung für unsere Partner ermöglichen. Positive Ansätze und Erfolgsmodelle gibt es mittlerweile genug: Denken Sie an die Erfolge von Finanzguru, die für ihr Endkundengeschäft eine starke Multibanking-Lösung etabliert haben und mit Hilfe unserer Schnittstellentechnologie alle Versicherungsthemen bedienen.

Auch das umfassende Angebot der Sparkassen mit den öffentlichen Versicherern, die über den Sparkassen-Versicherungsmanager (S-VM) eine integrierte Lösung anbieten, wird über den Plattformansatz große Reichweite erzielen. Der starke Vertriebsweg der Banken wird dank integrierter Touchpoints über die Internetfiliale, die S-App und den Bankarbeitsplatz OSPneo weitere Plattformeffizienzen heben.

Sehr positiv entwickeln sich ebenso die Aktivitäten der R+V Versicherung, die innerhalb der Volks- und Raiffeisenbanken nun mit den ersten Pilotbanken ein integriertes, hybrides Modell als Mehrfachagent nutzen und Endkunden über das JDC Whitelabel der R+V Tochter „easymize“ eine umfassende Versicherungsbetreuung und Angebot anbieten.

Auch in einem Maklermodell konnte sich die Sparda-Bank Baden-Württemberg schon vor über drei Jahren mit Hilfe unserer JDC Technologie-Plattform als Innovationstreiber für ein starkes Vertriebsmodell inklusive umfassender CRM- und Bankintegration positionieren.

Unser Plattformpartner Gothaer bietet nun ein 360-Grad-Versicherungscockpit an, wodurch Agenturen und deren Kunden eine erweiterte Übersicht ermöglicht wird. Ein Ausbau zum Financial Home ist auch hier der nächste logische Schritt.

Das sind nur einige Beispiele, die auf Basis unserer JDC-Plattform und JDC-Prozesse in den kommenden Jahren weiter beweisen werden, dass man OpenFinance in einem integrierten Vertriebsmodell mit Reichweite, Smart Data und innovativer CRM-Technologie verbinden kann. Ich bin davon überzeugt, dass sich diese Kombination, egal, ob hybrid oder rein digital/online, weiter durchsetzen wird.

Entscheidend ist bei allen Multibanking-, Bancassurance- und OpenFinance-Technologien, dass die Anwendung bis zum letzten Meter am Kunden gedacht ist und der Vertrieb passend integriert ist. Die Customer Journey verläuft über immer mehr Touchpoints und muss auch persönliche, kompetente Beratung einbinden. Genau darauf setzt unsere hybride Advisortech-Strategie – also innovative Vertriebstechologie plus persönliche Beratung. So werden wir weiter gemeinsam mit unseren großen Partnern Provisionsflüsse sowie Kundenschnittstellen sichern und starke Impulse für Neugeschäft geben.