

## Insurtech: Unternehmen mischen Versicherungsbranche auf

**Rundum Fintech- und Insurtech-Unternehmern gibt es derzeit einen noch nie dagewesenen Hype. Die Digitalisierung hat die Finanz- und Versicherungsbranche mittlerweile erreicht und beschert ihr neue wirtschaftliche Möglichkeiten für ungeahntes Wachstum.**

Eines dieser Jungunternehmen ist zum Beispiel die JDC GROUP AG aus Wiesbaden. Experten aus der Versicherungs- und Investmentbranche ist sie unter der Marke Jung, DMS & Cie. bekannt, die unabhängige Finanzvermittler und -berater auf einer digitalen Plattform sammelt. Von JDC beziehen diese historisch ein Dienstleistungspaket aus Neugeschäftsabwicklung, Kunden-Administration und Vergütungs-Abrechnung.



Die Plattform steht exemplarisch für die fast revolutionäre Entwicklung der Branche, denn analysiert man die Entscheidungen der letzten drei bis fünf Jahre, entwickelt sich hier ein moderner Digitalisierungsdienstleister mit Schnittstellen zu allen relevanten Marktteilnehmern – und dem Potential, zum führenden Datendienstleister der deutschen Versicherungsindustrie aufzusteigen.

Angesichts eines 186 Milliarden Euro schweren Versicherungsmarkts mit über 14 Milliarden Euro an ausgeschütteten Courtagen und Provisionen pro Jahr dürfte es nicht wundern, dass viele Start-ups hoffen, sich mit innovativen digitalen Ideen auf dem Markt zu etablieren.

### Prozessoptimierung dank eigener Apps

Der aktuelle Entwicklungsweg vieler Maklerplattformen lässt sich ebenfalls an einem konkreten Beispiel verdeutlichen. Seit circa 2014 sind Apps auf dem Markt zu beobachten, mit der Kunden sämtliche Versicherungen samt Dokumenten auf dem Telefon ansehen und verwalten konnten.

Vorteil für die Vermittler: Mit den vom Kunden auf die Plattform übertragenen Verträgen steigt auch ihre Vergütung. Die Maklerplattform JDC ging sogar noch weiter: Durch die Akquisition der GELD.de-Plattform erwarb das Unternehmen umfassende Vergleichsrechner- und Endkundenexpertise, die es im Anschluss in die eigene App einbrachte.

Der seit 2017 tätige Ex-Google Manager Stefan Bachmann führte GELD.de aber nicht in eine Werbeschlacht mit Check24 oder Verivox, sondern favorisierte mit JDC eine B2B-Prozess- und Bancassurance-Strategie. So konnten die bestehenden Backendqualitäten der Jung, DMS & Cie.-Maklerplattform und damit der „JDC-Maschinenraum“ an die tatsächlichen Ansprüche für Großmakler, Mehrfachagenten oder Banken angepasst werden.

Mit Fokus auf Prozesse und Administration in einem eigenen Kundenverwaltungssystem (iCRM) entwickelte JDC umfassende Schnittstellen und Whitelabel-Services für das Versicherungsgeschäft von Großkunden wie Banken und DAX-Konzerne.

## PRESSESPIEGEL

Über den Einsatz der JDC-Technologie werden diese in die Lage versetzt, bei ihren Kunden und Mitarbeitern bestehende Versicherungsverträge einzusammeln und den Vertragsbestand durch Vertragsoptimierung und Neugeschäft zu steigern. Weiter steigende Komplexität durch Regulatorik und IT treibt JDC in den letzten 18 Monaten namhafte Großkunden mit enormen Endkundenpotential zu.

### **630 Mio. Euro Umsatzpotential pro Jahr**

Albatros, der Belegschaftsmakler der Lufthansa, war im Jahr 2017 dann der erste Großkunde, der sich der JDC-Plattformstrategie anschloss. Administration und IT wurden an JDC ausgelagert, die Endkundenschnittstelle mit Beratung blieb bei Albatros. Es folgten Kooperationsverträge oder Absichtserklärungen von BMW, comdirect und vor allem der Sparda Bank Baden-Württemberg.

Letztere ist seit Juli 2019 mit einem umfassenden hybriden Modell online und die JDC-Systeme sind in den Sparda-Filialen live. Vor allem dieser Start war medial mit großer Aufregung verbunden: Die Bank und der zuvor ausschließlich angebotene Versicherer DEVK beendeten die gemeinsame Ausschließlichkeitsvereinbarung und die Sparda Bank setzt seither voll auf das Umsatzpotential mit der JDC-Plattform.

Alein mit Sparda BW und der comdirect können somit bald über 3 Mio. Endkunden im Onlinebanking auch Versicherungsverträge ablegen und optimieren. Als Makler verdient die Bank bei jedem verwalteten Versicherungsvertrag mit – genau wie die JDC-Plattform. Präsentationen bei Banken zeigen 30€ Provision pro Vertrag pro Jahr. Für alle Parteien ein interessantes Geschäft, wenn man daran denkt, dass jeder Kunde durchschnittlich 6-8 Versicherungsverträge besitzt.

Ergo: 630 Millionen Euro Bestandsprovision pro Jahr könnten die beiden Banken und damit JDC allein bei diesen 3 Mio. Bankkunden einsammeln. Selbst wenn ein Großteil der Margen bei den Banken verbleiben sollte: Die ersten Schritte im Bankenmarkt zeigen das enorme Potential der von JDC bereits geschlossenen Kooperationsverträge.

### **Neuer Ankeraktionär und zulässiger Hypoport-Vergleich?**

Ende März kündigte JDC den Einstieg des neuen Großaktionärs Great West an, einer der größten 20 Finanzdienstleister weltweit, der in Deutschland besser unter dem Produktnamen „Canada Life“ bekannt ist. In der Meldung von damals heißt es, dass vor allem die Technologie, Plattform und Bancassurance-Potentiale ausschlaggebend für den Erwerb des 28-Prozent-Aktienpaketes waren.

Doch welche Potentiale sieht der kanadische Konzern, der in etwa so groß wie die Zürich Gruppe oder die Münchner Rück ist? In Nordamerika ist man hinsichtlich Plattformpotentialen schon weiter und kennt die Möglichkeiten der Konsolidierung von Geschäftsprozessen auf gemeinsamen Plattformen vor allem aus anderen Branchen.

Blickt man auf die Technologie, erkennt man in der Ausrichtung der JDC kaum einen Unterschied zu dem, was Hypoport im Finanzierungssegment aufgebaut hat. Es gibt zwischen den Unternehmen aber einen großen Unterschied: Hypoport hat eine Milliardenbewertung – JDC steht aktuell unter 100 Millionen Euro Marktkapitalisierung.

Klar dürfte jedenfalls sein, dass es auch zukünftig spannend bleibt, mit welchen neuen digitalen Konzepten die Branche umgewälzt wird.