

(/)

Das können die Kunden-Apps der Maklerpools

23.11.2015 | Berater (berater/) | Top News (finanznachrichten-top-news/) von Matthias Hundt



Foto: Fotolia_ra2 studio

Mitteilen

Um die Jahreswende präsentieren Maklerpools ihre Antworten auf die FinTech-Apps. Die wichtigsten Leistungsmerkmale in der Übersicht

„Der Markteintritt von GetSafe war unser Startschuss“, erinnert sich Ralph Konrad, Vorstand und verantwortlich für Business Development bei Jung, DMS & Cie. Neun Monate später präsentierte sein Unternehmen mit „allesmeins“ eine eigene Kunden-App. Darüber will man seine Partner in jene Lage versetzen, die ihre Kunden heutzutage nachfragen: das hybride Beratungsmodell. Fast zeitgleich präsentierte blau direkt seine „simplr“-Lösung (procontra berichtete (<http://www.procontra-online.de/artikel/date/2015/10/maklerpools-machen-auf-fintech/>)).

BCA: „App nicht überbewerten“

Im Zusammenhang mit der Investmentsoftware DIVA präsentierte die BCA AG bereits Anfang September ihre erste App, die sowohl Endkunden als auch Vermittler nutzen können. Den ganzen Hype sieht man hier etwas nüchterner: „Kunden- oder Makler-Apps sind nicht automatisch die alles entscheidenden Heilsbringer, als die sie momentan nur allzu gerne hingestellt werden.“ Soll heißen, eine App ohne nachhaltigen Mehrwert schießt auch keine Tore.

Marginale Unterschiede

Die Startpakete der befragten Maklerpools nehmen sich inhaltlich nicht wirklich viel. Unterschiede bezüglich einer Chatfunktion, Vertragsaktualisierungen oder einer Exklusivität für Poolpartner lassen sich in weiteren Entwicklungsstufen sicher per Nachrüstung eibebnen, sollte sich dieses Feature als Zünglein an der Wettbewerbswaage erweisen. Hier werden die Gesellschaften die Konkurrenzlösungen ganz genau im Auge behalten.

Die Kunden-Apps der Maklerpools im Vergleich

