

Im Profil Lars Drückhammer und Oliver Pradetto

„Verantwortungsvolle Pools sichern das Geschäftsmodell der Branche“

Die Geschäftsführer von Blau Direkt, Lars Drückhammer und Oliver Pradetto, verstehen sich – auf menschlicher wie auf beruflicher Ebene. Indes könnten die Gründer des Lübecker Maklerpools in ihrem äußeren Erscheinungsbild unterschiedlicher nicht sein: Im Gespräch spürt man die Rollenverteilung zwischen den Managern. Der 43-jährige Pradetto, Sohn eines italienischen Gastarbeiters und einer deutschen Mutter, kann durch sein temperamentvolles Auftreten die südländischen Wurzeln kaum verbergen. Er verkörpert den Macher-Typ im Vertrieb und den Marketingexperten. „Ich bin eben Stürmer und dränge den Verteidiger schon mal zur Seite“. Demgegenüber stammt der zwei Jahre ältere Drückhammer, zuständig für die Bereiche Einkauf und Finanzen, aus der nordhessischen Stadt Kassel. Drückhammer wurde schon früh mit Versicherungswasser getauft und versteht sich als der verbindende Geschäftspartner. Beide Elternteile waren erfolgreich in der Versicherungsbranche der Herkules-Stadt tätig.

Neue Mentalität im Poolmarkt

Stolz sind beide auf ihr Büroteam mit einem Durchschnittsalter von 26 Jahren. „Wir sind der erfolgreichste Kindergarten der Branche“, sagt der passionierte Extremsportler Pradetto. Im nächsten Jahr werde dieser schon 15 Jahre alt, ergänzt Drückhammer. Im Laufe der letzten Jahre sind die beiden Partner zu Freunden geworden. Sie sind die Köpfe eines Maklerpools, der durch technische Innovationen und gläserne Taschen für Aufsehen in der Maklerwelt sorgt. Polizeilichen Führungszeugnisse sind im Internet ebenso nachzulesen wie u.a. Bonitätsbescheinigungen der führenden Auskunfteien. „Unser Geschäft hat mit Vertrauen zu tun, wir müssen den Maklern Sicherheit geben, wenn sie mit uns zusammenarbeiten wollen. Deshalb machen wir uns transparent.“

Mittlerweile wurde ein so genannter frei gewählter Partnerbeirat eingerichtet, der Anregungen und verbindliche Änderungsvorschläge für den zu veröffentlichen Geschäftsbericht einbringt. „Wir brauchen im Poolmarkt eine andere Mentalität. Geheimniskrämerei bringt uns keinen Schritt weiter. Schwächen zugeben zeugt letztendlich von Stärke“. Gerade in Zeiten von Le-



Lars Drückhammer (l.) und Oliver Pradetto, Blau Direkt: „Geheimniskrämerei bringt uns nicht weiter. Schwächen zuzugeben, zeugt letztendlich von Stärke.“

Foto: Blau Direkt

bensversicherungsreformgesetzes (LVVG), Provisionskürzungen, verschärften Regulierungen und der Zurückhaltung der Bürger bei Vorsorgemaßnahmen stellt sich automatisch die Frage, ob es überhaupt noch Spaß macht, Versicherungsprodukte zu verkaufen. Pradetto zögert einen Moment mit der Antwort, stellt dann aber fest: „Ja, es macht noch Spaß, vor allem, weil ich es mit Menschen zu tun habe, mit denen ich arbeite. Es gibt in der Versicherungswirtschaft viele aufrichtige Kollegen, die mit der Fokussierung auf den Kunden unterwiegend sind. Auf die wollen wir uns konzentrieren und nicht auf die anderen, durchaus vorhandenen schrägen Gestalten, die dem Image einer ganzen Branche schaden.“

Zu den positiven Merkmalen zählt Pradetto in erster Linie die Innovationskraft seines Teams. Das setze sich auf der Ebene der Maklerpartner fort, die ebenso tickten. Bei der Rekrutierung von neuem Personal würden häufig die Angestellten entscheiden, ob jemand in das Team passe, berichtet Pradetto. Auch „Diplomat“ Drückhammer äußert sich positiv. „Wenn es keine Freude mehr machen

würde, müsste ich mir eine neue Aufgabe suchen“, erklärt er.

Die Führungsphilosophie der beiden Blau Direkt-Chefs basiere auf Vertrauen. Aufgaben würden nicht direkt angewiesen. Vielmehr habe man eine bestimmte Erwartungshaltung an die Abteilungen, die sich selbst organisieren und eigenständig arbeiten. „Wir haben keine festen Arbeitszeiten, die Leute können Plus- und Minusstunden sammeln, wie sie wollen.“ Jeder könne den Dienst nach eigenem Wunsch beginnen, theoretisch sogar nachts. Das ermögliche eine bessere Steuerung in Zeiten hoher Belastung. Dieser Freiraum schaffe eine hohe Motivation.

Geringe Fluktuation

Zufrieden ist das Unternehmen mit seiner Ausbildungsquote von 40 Prozent. Alle Auszubildenden würden übernommen werden. „Das zeigt, dass wir Menschen an uns binden und aufbauen können“, sagt Pradetto. Ein Beispiel: „Ein junger Mann schlägt vor, et was auszuprobieren, was eigentlich gegen die Erfahrung spricht. Dann sind häufig Dinge möglich, die ich gar nicht für umsetzbar gehalten habe.“ Die Identifikation mit dem Unternehmen sei überwältigend. Ohnehin gebe es kaum eine Fluktuation unter den Beschäftigten. Viele Mitarbeiter sind seit dem Start des Unternehmens dabei.

Der berufliche Weg der Blau-Direkt-Manager könnte zu Beginn nicht unterschiedlicher gewesen sein. Nach dem Abitur machte der gebürtige Hamburger Pradetto den Handels-Fachwirt, landete später im Außendienst und betreute zunächst Supermärkte, anschließend verkaufte er Autoschmierstoffe. 1998 wurde er Partner von Drückhammer in einer Agentur der Deutschen Ärzteversicherung in Lübeck, im gleichen Gebäude übrigens, in dem noch heute Blau Direkt residiert. Interessant ist vor allem Pradettos Begründung für die unterschiedlichen Geschäftsfelder in seinem früheren Berufsleben. „Letztlich ging es stets um ein Produkt, eine volkswirtschaftliche Aufgabe, und damit um eine Leistung für den Menschen“.

Abstand zum Marktführer verringern

Drückhammer hingegen ist eher den „klassischen“ Weg gegangen, um unternehmerische Zusammenhänge zu erlernen. Nach dem humanistischen Abitur, der Bundeswehrzeit, einer Lehre bei der Deutschen Bank und dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Bayreuth und Leeds führte ihn der Weg zum Fraunhofer Institut, wo er kurze Zeit als Projektmanager tätig war. Vor nunmehr 17 Jahren wurde er Agenturinhaber bei der Deutschen Ärzteversicherung. Damit war er wieder in der vom Elternhaus her bestens bekannten Versicherungswirtschaft angekommen. Beim Spezialversicherer begann der gemeinsame Karriereweg der heutigen Blau Direkt-Chefs, die im Jahr 2000 mit ihrem neugegründeten Maklerpool an den Start gingen. „Uns war klar, dass wir keine Abkürzungen als Namen wollen, sondern einen abstrakten Namen, losgelöst von Branche und Produkten. Irgendwann waren wir im Auto von Hamburg nach Lübeck unterwegs. Im Radio lief der Werbespot „Strom ist gelb“. Das brachte uns nach kurzen Überlegungen auf die Verbindung von Versicherungen mit der Farbe Blau. Schon war „Blau Direkt“ geboren. Dieser Name lädt dazu ein, sich emotional damit zu beschäftigen“.

Den Poolmarkt der Zukunft sieht Pradetto sehr differenziert. Er spricht öffentlich sogar von einem Poolsterben. Ein weiteres Problem sei bei vielen Pools die Überalterung ihrer Partner. Das Durchschnittsalter von 62 Jahren weise nicht unbedingt auf eine Zukunftsorientierung hin. Manche Pools hätten keine funktionierenden Geschäftsmodelle, andere wiederum echte Finanzierungsprobleme. In einem Research zu Maklerpools um Assekuradeure, Fonds- und Finanzierungsgesellschaften und solche, die nichts mit Versicherungen zu tun haben, sei Pradetto zu dem Ergebnis gekommen, dass

Blau Direkt mit drei anderen Playern der zweitgrößte Maklerpool in Deutschland ist. „Wenn zudem berücksichtigt wird, dass die Nummer Eins mit Abstand vor uns liegt und so viel Umsatz macht, wie die nachfolgenden sieben Pools zusammen, spricht das für einen insgesamt katastrophalen Markt.“ Man wolle es schaffen, in eine systemrelevante Rolle zu kommen, um bis 2017 den Abstand zum Marktführer deutlich zu verringern, so die Devise Drückhammers. Es gehe nicht so sehr darum, unbedingt Nr. Eins nach Zahlen zu werden, sondern von der Bedeutung her ganz vorne mitzumischen. „Unser Geschäftsmodell ist solide beitragsfinanziert, wir haben über 900 überwiegend echt produzierende Partner, mit denen wir über eine hohe Bindung verfügen“.

Ein zweites Standbein ergänzt den Service. Als Softwarehaus, mit rund 138 Millionen Vergleichsberechnungen 2012, zählt

Auf ein Wort

Erkenntnis: „Wenn ein Maklerpool-Chef hofft, seinen Veranstaltungsgewinn zu mehren, indem er das Catering zusammenstreicht, wissen wir, wie es um ihn finanziell bestellt ist.“ (Pradetto)

Strategie: „Das ist wie beim Militär. Wenn der Vorgesetzte klar und deutlich auffordert, beim Gegner die Fahne zu erobern, hat das eine andere Wirkung als wenn er lediglich darauf verweist, den Versuch zu unternehmen.“ (Pradetto)

Erneuerung: „Ab 1. Januar wickeln wir für unsere Partner kostenfrei Honorartarife mit ab.“ (Pradetto)

Erfolg: „2013 war ein sehr erfolgreiches Jahr mit Steigerung der Umsatzerlöse von rund 20 Prozent über alles.“ (Drückhammer)

Planung: „In die Berge fahre ich lieber im Sommer und gehe dann mit meiner Frau auf Touren, da ist es nicht so überlaufen.“ (Drückhammer)

Gemeinschaftssinn: „Da wir beide öfters zusammen gelaufen sind und gemeinsam in Massenquartieren geschlafen haben, sind wir es gewohnt, auch heute noch auf Dienststreifen ein Doppelzimmer zu buchen.“ (Drückhammer)

das Lübecker Unternehmen zu den führenden Softwareherstellern in Europa. Neben den eigenen Vertragspartnern bestehen hier Geschäftsbeziehungen zu Versicherern, Plattformen und Maklerdienstleistern. Diese werden unterstützt mit Vergleichsrechnern für Lebens- und Sachversicherungen sowie für das Bausparen. Darüber hinaus stellt Blau Direkt Bestandsverwaltungssoftware, Abrechnungssysteme, Dokumentations- und Analysesoftware sowie Kontrollsysteme her. Wichtig sei der „all-in-one-Ansatz“, mit dem alle Bestandteile der Software vernetzt werden. Die Partner könnten einmal erfasste Daten in jeder Anwendung, an jedem Ort und zu jeder Zeit einsetzen.

Große Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erweckten die für ihre deutliche Sprache bekannten Unternehmensleiter mit der gegenüber jedem Makler abgegebenen Bestandsgarantie für Hinterbliebenenschutz, Übergabesicherheit und Kaufgarantie für die Bestände im Bedarfsfall. Die Absicherung geht soweit, dass nachgebessert wird, wenn ein Wettbewerber diese Maßnahmen erreicht oder sogar übertrifft. „Wir haben nichts dagegen, wenn es viele Nachahmer gibt, die den Mut aufbringen, einen solchen Schritt zu gehen“, sagt Pradetto.

Dominoeffekt durch Einnahmeausfälle

An jedem Pool würden viele Schicksale hängen, für die alle eine Gesamtverantwortung tragen. Hier müsste auch der Versicherer den Druck auf seine Geschäftspartner erhöhen. Pradetto spricht von einem Dominoeffekt, der eintreten könnte, wenn es durch Einnahmeausfälle der Pools überraschenderweise zur Insolvenz eines größeren Pools komme. „Das kann der entscheidende letzte Tropfen sein, der zur Aufgabe zwingt. Falls es zu viele Makler erwischt, fallen irgendwann weitere Pools und schlussendlich auch Versicherer“. Am Ende des Tages lebten alle Pools vom Vermittler und wären auf seine Existenz angewiesen. „Verantwortungsvolle Pools sichern das Geschäftsmodell der Branche.“

Wohl fühlen sich die Geschäftsführer in ihren Familien und bei ihren durchaus außergewöhnlichen sportlichen Aktivitäten. Pradetto liebt es, „seine Socken richtig qualmen zu lassen“. 100 Kilometer in den Alpen sind seine Lieblingsentfernungen. Nächstes Jahr geht es in den Tschad, zu einem Extrem-Steppenlauf. Drückhammer hat ein ähnliches Hobby, das er sich mit seiner Frau teilt. Allerdings läuft er keine so weiten Strecken mehr wie sein Kollege. Entspannung findet das Ehepaar beim Klettern in den Alpen – vor allem in den Ostalpen und den Dolomiten. Neues Ziel sind die Schweizer Alpen.

100