

“Wir freuen uns vor allem auf das Netzwerken”

Posted By *boehne* On 25. Oktober 2016 @ 11:00 In Berater | [No Comments](#)

Zum Start der 20. DKM sprach Cash.Online mit Oliver Pradetto, Geschäftsführer des Lübecker Maklerpools Blau direkt, über die Schwerpunkte seines Unternehmens auf der Messe und die Strategie 2017.



[1]

Oliver Pradetto: “Unsere Branche braucht den technologischen Sprung dringender denn je. “

Cash.Online: Was werden die wichtigsten Themen der diesjährigen DKM [2] sein?

Pradetto [3]: Der Mega-Hype Digitalisierung [4] wird auch auf der DKM eine zentrale Bedeutung haben. Erstmals bietet die DKM einen Insurtech-Park und viele interessante Vorträge rund um die Welt der Digitalisierung an.

Unsere Branche braucht den technologischen Sprung dringender denn je. Wir freuen uns daher vor allem auf das Netzwerken, um Unternehmen zu finden, denen wir helfen dürfen und andere Unternehmen mit deren Hilfe wir noch schneller werden.

Was erwartet die DKM-Besucher am Blau-direkt-Stand?

Wir schicken unsere Start-ups “simplr [5]” und “BiPRO-Blitz” ins Rennen. simplr ist die Kunden-App die bislang alle Markttests mit großem Abstand gewonnen hat. Auf der DKM können sich Vertriebe, Pools, Verwaltungssystemhersteller und Versicherer informieren, wie diese simplr kostenfrei als Branchen-App nutzen können.

Der BiPRO-Blitz ist fast noch wichtiger. 85 Prozent unserer Korrespondenz – Policen, Nachträge etc. – wird mittlerweile vollautomatisiert vom Versicherer geholt und verarbeitet. Interessierte Unternehmen können ihre eigene Entwicklungszeit abkürzen und diese Technologie erwerben.

Wie sind Ihre Erwartungen an die Geschäftsentwicklung der kommenden Monate?

Ich habe eine Wette laufen, dass Blau direkt ^[6] Ende 2017 Pool-Marktführer ist. Die explosive Entwicklung lässt mich hoffen.

Was werden Ihre Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2017 sein?

Wir haben mittlerweile die komplette Verwaltungsarbeit des Maklers im Innendienst automatisiert. Mit "Robo-Admin" schließen wir 2017 auch den letzten Meter zum Kunden und digitalisieren für unsere Makler nun auch die Bestandskundenservices. Ein Beispiel: Bei der Mahnung braucht der Makler nicht mehr anrufen, sondern lässt den Kunden durch eine digitale Abbildung von sich aufklären.

Der Zweite Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung von "Robo-Save". Die wichtigsten Verträge des Kunden werden dabei fortlaufend überwacht und der Kunde über preiswerte Alternativen mit vergleichbarem Leistungsumfang direkt im Namen des Maklers informiert. Unser Kunde diesbezüglich ist ein Insurtech ^[7].

Wir stellen die Technologie aber auch unseren Maklerpartnern und weiter interessierten Insurtechs und Vertrieben zur Verfügung. Man stelle sich nur mal die Wirkung für die Kundenbeziehung vor, wenn der Kunde beispielsweise jedes Jahr mit einem Knopfdruck bei dem für ihn günstigsten Kfz-Versicherer ^[8] landet. Jedes Insurtech, jeder Vertrieb und jeder Makler erhält einen uneinholbaren Vorsprung beim Kunden.

Interview: Julia Böhne

Foto: Anne-Lena Cordts
