

„Ein goldener Deal für große Partner“

VJ versicherungsjournal.de/unternehmen-und-personen/ein-goldener-deal-fuer-grosse-partner-129678.php

15.8.2017 – Preiserhöhungen sind nie populär. Dennoch geht der Maklerpool [Blau Direkt GmbH & Co. KG](#) ungewohnt offen damit um. Geschäftsführer Oliver Pradetto erläutert im Interview mit dem VersicherungsJournal, was hinter den neuen Maßnahmen steckt, und warnt Makler davor, die Digitalisierung nur halbherzig zu betreiben.

VersicherungsJournal: Blau Direkt verzichtet auf Overheads, verlangt vom Makler aber Monatsbeiträge von bis zu 600 Euro. Rechnet sich das für den Pool und die Makler?

Oliver Pradetto: Pools finanzieren sich marktüblich aus Provisionsdifferenzen. Das rechnet sich für den Makler, so lange der Pool eine Ausweidlösung ist, um einzelne Anträge loszuwerden. Unsere Partner entlasten sich im Schwerpunkt nicht von Anträgen, sondern von ihrer Verwaltungsarbeit.

Sie erhalten für ihr Geld Vergleichsrechner, Verwaltungsprogramm und sogar Kunden-Apps gratis. Außerdem übernehmen wir nahezu die gesamte Büroarbeit des Maklers. Das alles erhält der Makler zum genannten Flatrate-Beitrag. Wir haben Kalkulationssicherheit, und der Makler zahlt nicht mit seiner Courtage. Je größer der Partner ist, desto mehr wird das ein goldener Deal für ihn.



VersicherungsJournal: Zum 1. August wurde das bisherige Einsteigerpaket gestrichen, das teuerste Dienstleistungs-Paket soll zum Standard werden. Was heißt das konkret?

Pradetto: Wir hatten bis zum 31. Juli Einsteigerpreise von 49 Euro monatlich angeboten. Damit ist nun Schluss. Jetzt wird der Einstieg mindestens 199 Euro pro Monat kosten.

VersicherungsJournal: Wie sind die ersten Reaktionen der Makler, gibt es eine Kündigungswelle im Bestand?

Tatsächlich ändert sich für unsere bestehenden Partner aber gar nichts.

Pradetto: Nein. Ich glaube, dass die meisten Partner so viel Geld sparen, dass sie klaglos saftige Beitragserhöhungen akzeptieren würden. Tatsächlich ändert sich für unsere bestehenden Partner aber gar nichts. Wir planen keine Preiserhöhungen für bereits angebundene Partner, denn dafür gibt es keinen Grund: Wir haben Rekordumsätze, Rekordgewinne.

Unsere Umsatzrendite wird mit fünf bis sechs Prozent 2016 etwa doppelt so hoch ausfallen wie die des zweitplatzierten Pools. Wir nutzen die Beitragserhöhungen ausschließlich als Regulativ: Damit lässt sich besser filtern, welche Partnern zu uns kommen, und im Nebeneffekt begrenzen wir sanft die Zahl unserer Neuanbindungen.

VersicherungsJournal: Wie viele Partner sind denn momentan angebunden und wohin soll sich deren Zahl entwickeln?

Pradetto: Wir arbeiten mit 1.091 Maklerfirmen, Stand August. Die Zahl der Partner ist für uns aber irrelevant. Mehr Partner bedeuten mehr Arbeit, nicht aber automatisch mehr Gewinn. In den letzten zwei Jahren ist die Zahl

gerade einmal um vier Prozent pro Jahr gewachsen, der Umsatz im Schnitt aber um 40 Prozent.

Das bedeutet vor allem, dass Makler mit unserer Hilfe jedes Jahr deutlich mehr Geld verdienen. Das macht sie erfolgreich und bindet sie. Dadurch nimmt unsere Investitionsfähigkeit permanent zu.

VersicherungsJournal: Reklamationen stammen meist von Nutzern des Einsteigerpaketes. Was sind die Hauptgründe?

Pradetto: Wer sich für unser Premiumpaket entscheidet, tut das sehr bewusst. Die Kollegen kalkulieren ihre Personalkostenersparnis, den Ausbau ihrer technischen Schlagkraft, den Ertragszuwachs. Das wollen die dann auch voll auskosten. Das heißt: Diese Partner – inzwischen rund jeder zweite Neuzugang – übertragen schnell viel Verwaltung an uns. Auch wenn einmal was nicht funktioniert, so sind deren Erfahrungen überwiegend sehr positiv.

Wenn wir mit Reklamationen konfrontiert sind, kommt dies tatsächlich immer von den Kunden des Einsteigerpaketes. Etwa ein Drittel unserer Neuzugänge versucht, sich die Vorteile ohne Aufwand zu erkaufen und wählt dafür das kleinstmögliche Beitragsübel. Auch diese Partner erträumten sich zwar die Vorteile eines komplett digitalisierten Maklerbetriebs, wollen aber nichts an ihrer Arbeitsweise ändern.

Für uns sind die anschließenden Diskussionen mühselig. Es ist okay für uns, wenn ein Makler nichts verändern, sich nicht an die neuen Zeiten anpassen will. Nur was will er dann bei einem Haus, das ihm hilft, Kosten durch Prozessoptimierung zu sparen? Wer alles macht wie immer, der hat auch die Ergebnisse wie immer.

VersicherungsJournal: Was verschenken denn diese von Ihnen als „halbherzig“ bezeichneten Makler?

Wir garantieren 20 Prozent Ertragswachstum und 50 Prozent Personalkosten-Ersparnis im Innendienst.

Pradetto: Wir garantieren 20 Prozent Ertragswachstum und 50 Prozent Personalkosten-Ersparnis im Innendienst. Wenn wir garantieren sagen, dann meinen wir das auch. Die Garantie geben wir schriftlich. Ist der Makler nach einem Jahr nicht vollumfänglich zufrieden, erhält er 100 Prozent Beitragsrückerstattung und wir zahlen zusätzlich eine hohe Vertragsstrafe.

Seit vier Jahren geben wir diese Garantie. Obwohl in der Summe mit bis zu 8.000 Euro locken, haben bislang nur zwei Kollegen die Garantie in Anspruch genommen. Das hat selbst mich überrascht.

VersicherungsJournal: Was muss sich denn im Maklerbetrieb konkret ändern, damit diese Effekte eintreten? Besteht nicht die Gefahr, dass der Makler kein Unternehmer mehr ist?

Pradetto: Wir schreiben den Partnern nicht vor, was sie wie zu tun haben. Wir machen nur sehr deutlich, dass die beste Technologie nichts hilft, wenn man sie ungenutzt lässt. Wir wollen ihnen die bestmöglichen Prozesse und die modernste Technik liefern. Der Makler bleibt freier Unternehmer, aber natürlich ergeben sich durch Kooperation Abhängigkeiten.

Mich auf meinen Partner zu verlassen, ist ja das grundlegende Merkmal von Kooperation. Das gilt für uns umgekehrt ja noch viel stärker; ohne unsere Partner können wir nicht überleben. Die Frage ist, wie viele Betriebe wie lange noch alleine überleben werden, und ob Überleben als alleiniges Unternehmensziel überhaupt erstrebenswert ist.

Wir sehen die Branche vor einer Zeitenwende. Auch wenn sich die IDD-Umsetzung am Ende nicht als sonderlich tragisch für Versicherungsmakler herausgestellt hat, so erahnen wir im angedachten Lebensversicherungs-Reformgesetz 2 (LVRG 2) einen furchtbaren Schlag für die Einnahmesituation der Makler. Dazu kommt die Digitalisierung, die zahlreiche Vermittlerbetriebe bedrohen wird.

VersicherungsJournal: Falls das LVRG2 kommt und damit ein Provisionsdeckel für vermittelte

Lebensversicherungen, wie will Blau Direkt denn diese Einbußen des Maklers kompensieren helfen?

Der Makler kann die Sachverträge seines Kunden mit einem Smartphone-Foto courtagepflichtig übernehmen.

Pradetto: Das hängt davon ab, wie es genau aussehen wird. Je abhängiger ein Makler von Courtagen ist, desto schwerer trifft ihn der Schlag. Wir haben deswegen ein System entwickelt, mit dem der Makler die Sachverträge seines Kunden mit einem Smartphone-Foto courtagepflichtig übernehmen kann. So kann er mit jedem Kundenbesuch spielerisch seine festen Einnahmen erhöhen.

Außerdem wird unsere Kunden-App „simplr“ (VersicherungsJournal [16.11.2015](#)) immer mehr angenommen. Wir haben einen solchen Zulauf, dass wir immer mehr Kunden an unsere Makler verteilen müssen. Weil wir nicht mehr hinterherkommen, bauen wir dafür jetzt ein automatisches System.

VersicherungsJournal: Sie haben kürzlich das Softwarehaus [HT-Maklerservice GmbH](#) gekauft und damit die hauseigene Expertise zu biometrischen Risiken verstärkt (VersicherungsJournal [9.8.2017](#)). Dies bringt den Partnern sicherlich Mehrwert. Aber was hat das gekostet?

Pradetto: Das ist etwas komplexer, da kein expliziter Kaufpreis gezahlt wird. Es handelt sich eher um ein Konglomerat an Kostenübernahmen und Lizenzbeteiligungen. Auf einen Zeitraum von fünf Jahren hochgerechnet dürfte der Kaufwert sich auf etwa 850.000 Euro summieren.

VersicherungsJournal: Ändert sich durch den Zukauf die Zahl der angebotenen Makler bei Blau Direkt?

Pradetto: Makler im eigentlichen Sinne werden nicht übernommen. Es gibt etwa 400 Vermittler, die direkt oder mittelbar Dienstleistungen des HT Maklerservice beziehen. Diese sind zwar jetzt mit uns rein formalrechtlich verbunden, haben mit Blau Direkt aber keine wirkliche Verbindung.

VersicherungsJournal: Die aktuelle Cash-Hitliste zu Umsatzzahlen der Pools für 2016 spricht von 29,7 Millionen Euro Provisionserlösen bei Blau Direkt (VersicherungsJournal [11.8.2017](#)). Stimmt denn das so, wenn doch auch Beitragseinnahmen für die Mitgliedschaft verbucht werden?

Pradetto: Das Fachmagazin hatte spezifisch Provisionseinnahmen abgefragt. Beitrags-, Lizenz- und sonstigen Einnahmen, beispielsweise auch aus unserem Verlagshaus, sind darin nicht enthalten. Insgesamt hatten wir 2016 rund 31,5 Millionen Euro Umsatz.

Die letzte Hochrechnung für das Gesamtjahr 2017 betrug 42 Millionen Euro. Seit Jahresanfang liegen die Umsatzprognosen alle im Korridor zwischen 42 und 43 Millionen Euro; sie zeigen nur sehr wenig Schwankungsbreite.