



Von [Jenny Müller](#)

Versicherungsvertrieb: Ehrgeizige Ziele hat Oliver Pradetto, Geschäftsführer der blau direkt GmbH & Co. KG: Er strebt die Marktführerschaft unter den Maklerpools an. Dazu verhelfen sollen ihm unter anderem technische Neuerungen und die Kooperation mit FinTech-Startups wie Knip. Über Rückblicke in das vergangene Geschäftsjahr und Ziele für 2016/2017 sprach Versicherungsbote mit Herrn Pradetto auf der 8. Network Convention vom 24. bis 27.01.2016 in Warschau.

Versicherungsbote: Herr Pradetto, sicherlich haben Sie sich schon einen Überblick über die Umsatzzahlen des vergangenen Jahres gemacht. Wie hoch war die Umsatzsteigerung in 2015 bei der blau direkt GmbH & Co. KG und ist der Maklerpool damit auf dem geplanten Kurs?

Oliver Pradetto: Das Marktgeschehen der letzten Jahre ist von der Digitalisierung dominiert. Hier sehen wir uns als Vorreiter und profitieren von dieser Entwicklung enorm. Der Geschäftsbericht von 2015 ist noch nicht da, daher kann ich noch keine fundierten Aussagen zum Gewinn geben. Die Umsatzzahl kenne ich jedoch. Wohingegen wir 2014 noch etwa bei 14 Millionen Euro Umsatz standen, konnten wir das in 2015 auf rund 21 Millionen Euro steigern. In dieser Summe sind viele Gelder noch nicht enthalten, die aus dem Januar noch hinzukommen, bilanziell jedoch in den Dezember gehören. So kann sich diese Zahl noch bis Ende Februar ändern. Da könnten noch ein paar Tausend Euro nachlaufen. Tausender hin- oder her, es ist eine drastische Steigerung. Damit können wir zufrieden sein.

Mal ganz davon abgesehen, dass die Bestände, die wir durch die Übernahme der Finanz-Zirkel Tochter, FZD Service GmbH, hinzugewonnen haben, hier noch gar nicht abgebildet sind. Das liegt daran, dass erst mit der Provisionsabrechnung der Umsatz kommt. Wir haben lediglich das Neugeschäft aus den Monaten November und Dezember vom Pool bekommen und das ist ja nur ein Teil des letzten Jahres. Ich bin zuversichtlich, dass wir im neuen Jahr dann die 30 Millionen Euro Grenze erreichen werden. Es besteht also die reelle Chance, dass wir Ende des Jahres 2017, wie angekündigt, Marktführer sein könnten.

Versicherungsbote: ...das klingt wie eine Kampfansage an die anderen Maklerpools!

Pradetto: Digital gesehen sind wir von allen Mitstreitern am besten aufgestellt. Dieses Rennen führen wir aber nicht gegen die anderen Pools oder gegen Vertriebe, sondern gegen die kleinen, schnellen Start-Up-FinTechs, die schnell Kapitalgeber finden und dadurch enorme Summen zur Verfügung haben. Bei mir hat da ein Umdenken stattgefunden.

Momentan klingelt wöchentlich das Telefon bei uns. Meistens ist jemand dran, der eigentlich den doppelten Umsatz von uns hat, aber dennoch gerne etwas mit uns machen möchte. Wenn früher das Telefon geklingelt hat, dann ging es eher darum, ob man uns kaufen kann. Heute stellen sich ganz andere Fragen. Nach der Benutzung der von blau direkt initiierten Versicherungs-Verwaltungs-Applikation Simplr beispielsweise oder darüber, wie wir ihnen Arbeit abnehmen können.

Versicherungsbote: Wie das digitale Geschäft läuft, das sei in Deutschland unterschätzt, sagen Sie. Was meinen Sie damit?

Oliver Pradetto: Wissen Sie, es ist ja nicht ein anonymer Scheich, der so einem Start-Up zum Beispiel 40 Millionen Euro gibt, sondern das sind in der Regel die großen „Fische“. Ich spreche von Amazon und Google. Die Denke dahinter ist logisch. Wenn die Riesen selber in den Bereich einsteigen würden und es floppt, so ist eine letzte Konsequenz womöglich, dass die Aktienwerte fallen. Alternativ investieren diese großen Unternehmen folglich lieber ihr „Kleingeld“ und finanzieren sich ein Start-Up-Unternehmen. Kein Wunder also, dass Airbnb, Uber & Co so hoch schießen konnten. Google & Co bauen zum großen Teil solche Start-Up Unternehmen selber aus, mit dem Unterschied, dass, wenn es schief gehen sollte, kein Aktionär fragen wird, wieso man einfach mal 50 Millionen Euro „verballert“ hat. Damit können sie zig Geschäftsmodelle ausprobieren und wenn es funktioniert, dann gehen sie auch mit ihrem Namen in den Markt. Wenn man so will, dann stehen bei den Unternehmen, die jetzt in Berlin aus dem Boden sprießen, Google und Amazon dahinter. In der Konsequenz heißt das für uns, dass wir mit diesen FinTechs eben auch sprechen müssen. Fest steht, das Blatt wird sich wenden, wenn wir hier nicht dranbleiben.

Versicherungsbote: Wie erklären Sie das den Maklern und ist diese Sichtweise in der Maklerschaft schon angekommen?

Oliver Pradetto: Neu aufstellen müssen sich die Partner sowieso. Die Frage ist nur, wie man den cleversten Weg findet. Da hilft uns das Know-how weiter, welches wir durch solche Gespräche mit den FinTechs gewinnen. Das wiederum können wir an den Makler weitergeben. Mundgerecht, beispielsweise mit Simplr. Diese Applikation könnte sich der einzelne Makler finanziell sowieso nicht leisten. Wir können ihn aber mit diesen Mitteln versorgen.

"Wir sind mit Knip im Gespräch"

Versicherungsbote: Es gab unter anderem schon erste Kontakte mit Dennis Just von der Knip AG. Wird es eine Zusammenarbeit in der Zukunft geben?

Oliver Pradetto: Die Jungs von Knip sind hoch kompetent, tierisch motiviert und clever. Die Ansätze sind einfach spannend. Wir müssen auf jeden Fall darüber nachdenken, das Maklerbusiness durch eine Applikation wie Simplr um diese Stärken, die hier ungemein gefördert werden, zu ergänzen. Die bestehenden Stärken der Makler müssen in solche Konzepte so eingebracht werden, dass es für den Makler durchzündet. Makler, die an dieser

Stelle immer noch denken, sie sind der King, nur weil der letzte Kunde zufrieden war, aber bei solchen Entwicklungen konservativ bleiben, werden in der Zukunft eliminiert.

Was eine Zusammenarbeit angeht, kann ich nur sagen, dass wir im Gespräch sind. Im Moment ist Knip in meinen Augen das zarte Pflänzchen, aus dem noch etwas werden soll. Es ist eine sehr aussichtsreiche Unternehmung. Auch hier haben Google & Co Interesse daran, dass die Knip AG groß wird. Allein aus diesem Grund wäre es schon sinnvoll zu kooperieren. Bei unserem letzten Treffen haben wir vereinbart weitere Gespräche zu führen. Auch eine Knip AG wird unter Umständen irgendwann feststellen, dass es doch ein paar Bereiche gibt, für die es nicht ganz schlecht wäre, wenn man jemanden hätte, der auch mal beim Kunden vorbeifahren kann. Davon können unsere Makler profitieren und das könnte zum Beispiel ein Thema sein für eine Marktkooperation. Ein anderer Ansatz wäre eine Kooperation auf technischer Ebene, wo die Partner sich die Entwicklungskosten teilen können.



Versicherungsbote: Also geht für Maklerpools kein Weg an einer Kooperation mit FinTechs wie Knip vorbei?

Pradetto: Wir sind auch weiterhin Konkurrenten. Allerdings entwickelt jetzt alles, was gerade in diesem Bereich läuft, den Markt. Die Entwicklung des Online-Banking hat auch so begonnen. Es lief zaghaft an und um auf Nummer sicher zu gehen ist der Kunde trotz vorhandener Möglichkeit anfänglich noch zum Schalter gegangen. Als die Transaktionen langsam anfangen und immer mehr Leute die Vorteile davon erlebt haben, wurde das neue Modell langsam angenommen. Der Kunde hat es zunächst mit einem wahnsinnig schlechten Gefühl ausprobiert. Als es dann funktioniert hat, machte er es beim nächsten Mal schon mit einem besseren Gefühl. Bei neuen Entwicklungen hat man immer erst die Verbreitung, dann werden die Vorteile bewusst und letztendlich wird es genutzt. Und so wird es bei Knip auch laufen. Irgendwann kommt der nächste Schritt. 2017 wird auch noch nicht alles über FinTechs laufen, aber 2018 wird das so sein. Diese Entwicklung verläuft wie eine exponentielle Funktion. Sie startet jetzt und wir wollen durch unseren Vorsprung vorn dabeisein.

"Ich mache den Jungs und Mädels Feuer unter den Hintern"

Versicherungsbote: Wie wurde die Versicherungs-Verwaltungs-Applikation „Simplr“ bei der Maklerschaft angenommen?

Oliver Pradetto: Man muss das realistisch sehen. Wir haben noch zwei bis drei Kinderkrankheiten zu bewältigen. So eine Entwicklung ist extrem komplex. Was die Makler angeht, so habe ich noch gar keine Marketingunterlagen zusammengestellt. Sechzig Prozent sind somit noch nicht einmal richtig informiert. Ich versuche sie nur jetzt schon in Unruhe und Bewegung zu versetzen, damit sie, wenn es bald darauf ankommt, auch laufen.

Nichtsdestotrotz kann sich auch die andere Seite der Medaille gut sehen lassen. Wir haben die bestbewertete App mit über 5 000 Downloads. Viele unserer Makler sind also schon losmarschiert und steuern ihren Teil zum möglichen Erfolg bei. Jetzt geht es darum zu kommunizieren, dass wir noch viel mehr haben könnten. Deshalb mache ich den Jungs und Mädels Feuer unter den Hintern. Der Start war aber ganz okay. Wir konnten im ersten Monat über 1.000 Downloads die Woche erreichen. Das ist zunächst akzeptabel. Jetzt gilt es das noch zu steigern. Die Meisterschaft haben wir schon. Es geht jetzt darum die Champions League zu meistern. Im Grunde haben wir alle ein gemeinsames Interesse: Dem Makler soll es weiter gut genug gehen, damit er uns weiter ernährt. Klar könnte ich sagen, was interessieren mich die Würmer als Vogel. Sie interessieren mich solange nicht, bis sie weg sind und ich als Vogel verhungere. Also muss ich dafür sorgen, dass es dem Wurm weiterhin gut geht.

Herr Pradetto, vielen Dank für das Gespräch!

- [Vertrieb](#)
- [Makler](#)
- [Digitalisierung](#)
- [Maklerpool](#)
- [Oliver Pradetto](#)
- [Blau direkt](#)
- [Knip](#)
- [Simplr](#)