

Cash.EXKLUSIV

MAKLERPOOLS

Full-Service-Anbieter



Frank O. Milewski, Chefredakteur

Die Innovationsschmieden in der Finanzdienstleistungsbranche laufen auf Hochtouren. Getreu dem Motto: Stillstand ist Rückschritt, setzen die Maklerpools mittlerweile auf einen ganzheitlichen Service, um sich gegen die Konkurrenz abzugrenzen und sich einen Vorsprung zu erarbeiten. Die Konkurrenz ist dabei längst nicht mehr nur im eigenen Segment beheimatet. In diesem Jahr strebt ein neuer Wettbewerber mit Macht in den Finanzdienstleistungssektor. Fintechs wollen besser, schneller und effizienter sein, als die seit Jahren etablierten Gesellschaften. Ob die jungen Wilden jedoch einen ausreichend langen Atem haben, um sich am Markt festzusetzen und andere Unternehmen aus dem Feld zu schlagen, bleibt abzuwarten. Die Einschätzung von Oliver Lang, Vorstand der BCA AG, ist eindeutig.

„Es gibt derzeit nicht wenige Modelle innerhalb der Fintech-Szene, die bei genauerem Hinsehen nur bedingt halten, was sie versprechen.“ Dabei spielt er vor allem auf die Themen Datenqualität und nutzerfreundliche End-to-End-Prozesse an. Oliver Pradetto, Geschäftsführer von blau direkt, sieht die Fintechs nicht so sehr als Bedrohung, sondern stellt dagegen die Kundenwünsche in den Vordergrund. Nur wer als Makler diese permanent im Blick hat, wird auch Erfolg haben, so Pradetto.

Eines schaffen die Fintechs allerdings auf jeden Fall. Sie sorgen für mehr Wettbewerb um Innovationen und Services, was sicherlich dem gesamten Markt gut tut. Nicht zuletzt deshalb haben in diesem Jahr nicht wenige Pools zur Digitalisierungs-Offensive geblasen und sind mit neuen IT-Tools und Apps an den Start gegangen. Die Services der Maklerpools werden immer umfassender. Passé sind die Zeiten, als Pools lediglich zu reinen Geschäftsabwicklern degradiert waren.

Mittlerweile bieten sie reichlich zusätzliche Dienstleistungen bis hin zur Unternehmensberatung für Jungmakler und gestandene Maklerbüros, die ihren Geschäftsbetrieb verändern oder optimieren wollen. Darüber hinaus müssen sie den angeschlossenen Maklern immer häufiger den Rücken für das Beratungsgeschäft freihalten, wenn es darum geht, die schärfer werdende Regulierung zu berücksichtigen. Das kommende Jahr wird für die Maklerpools ein spannendes. Nicht wenige rechnen mit einer Konsolidierung und Einengung des Marktes. Was BCA und blau direkt planen, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Inhalt

82 Vor großen Aufgaben

Regulierung und Digitalisierung sind die großen Zukunftsthemen, die die Pool-Landschaft beherrschen werden

84 „Makler erwarten einen immer umfassenderen Service“

Oliver Lang, BCA, über neue hauseigene IT-Tools und das Jubiläumsjahr 2015

86 „Die Oligopolisierung unter den Pools wird weitergehen“

Oliver Pradetto, blau direkt, bezieht Stellung zum Geschäftsjahr 2015 und zur Entwicklung des Maklerpool-Marktes

Cash.Exklusiv Maklerpools
in Kooperation mit:



**Man ist so gut
wie die Möglichkeiten,
die man in sich trägt.**

Marilyn Monroe



DIVA

DIE INVESTMENTSOFTWARE

DIGITALISIERT

Standort- und endgeräteunabhängige Nutzung

Papierloses Büro: Automatisiertes Dokumenten-Archiv und digitale Unterschrift

Endkundengerecht und transparent: Depotansicht, -reporting (auch per App) und Beratungshilfen

REGULIERUNGSORIENTIERT

Risikominimierend: depotstrukturiertes Portfolio-Tool

Regulierungskonform: Beratungsworkflow für alle Transaktions- und Produktarten

PROZESSOPTIMIERT

Durchgängig und automatisch: alle Abläufe inkl. Archivierung

Dynamische, intuitive Benutzerführung

Anlage von Modellportfolien mit Datenübernahme

Jetzt informieren: www.bca.de/diva



Vor großen Aufgaben

MAKLERPOOLS Trotz anhaltend schwieriger Bedingungen haben sich die großen Maklerpools in den vergangenen zwei Jahren gut geschlagen. Regulierung und Digitalisierung werden den Unternehmen aber auch in Zukunft einiges abverlangen.

Maklerpools erfreuen sich als Geschäftspartner nicht nur für Makler und Vertriebsunternehmen zunehmender Beliebtheit. Auch die Produktgeber haben begonnen, die Unternehmen als Verbündete und nicht nur als weiteren Vertriebskanal wahrzunehmen. Von diesem Sinneswandel konnten die großen deutschen Maklerpools in den vergangenen zwei Jahren profitieren. Die aktuelle

gen. Zudem stehen weitere Regulierungen an, die ebenso wie das LVRG das Marktgeschehen in den kommenden Jahren beeinflussen werden. Experten rechnen unter anderem mit deutlichen Auswirkungen der Einführung des Paragraphen 34i Gewerbeordnung (GewO), nach dem „Immobilienkreditvermittler“ künftig eine behördliche Erlaubnis benötigen, die unter anderem an Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensver-

Konzept sind Vergleichssoftware und EDV/IDV-Lösungen wie beispielsweise Maklerverwaltungsprogramme besonders wichtig für den Geschäftsbetrieb eines Maklerunternehmens. Der Studie zufolge bietet die Mehrheit der befragten Maklerpools und Verbände ihren Partnern eine Angebotsdatenbank für Versicherungen und Vergleichsrechner. Fast alle befragten Unternehmen haben zudem Maklerverwaltungsprogramme im Angebot, von denen ein Großteil kostenlos genutzt werden kann.

Abwicklungs- und Softwaredienstleistungen gehören mittlerweile zum Standardangebot der Maklerpools. Entscheidend für die effiziente Unterstützung und damit auch die Bindung der Maklerpartner sind daher darüber hinausgehende Services. Makler erwarten von Pools ein immer umfassenderes Leistungsspektrum. Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung der Branche haben einige Pools ihre Angebote deutlich ausgebaut. Die meisten großen Pools bieten ihren Partnern die Möglichkeit, ihre Software auch über mobile Endgeräte zu nutzen. So können heute schon die meisten Makler mit ihren Kunden im Beratungsgespräch auf alle wichtigen Daten zugreifen und online einen Abschluss via elektronischer Unterschrift tätigen. Auch der nächste Schritt im Zuge der Digitalisierung wird von einigen Maklerpools zurzeit vorbereitet.

Um sich gegen die Konkurrenz durch Fintechs zu wappnen, die durch digitale und mobile Angebote versuchen, den Versicherungsvertrieb zu revolutionieren, haben einige Maklerpools bereits Apps entwickelt, die ähnlich wie die der Fintech-Start-ups aufgebaut sind. Weitere sind angekündigt. Der Unterschied: Die Apps der Pools sollen die Bindung zwischen den Kunden und ihren Maklern stärken, statt die Makler durch digitale Versicherungsordner und anonyme Berater zu ersetzen. Diese Apps müssen sich nun im Beratungsalltag beweisen. ■

Julia Böhne, Cash.



Um sich gegen die Konkurrenz durch Fintechs zu wappnen, haben einige Maklerpools bereits eigene Apps für Makler und ihre Kunden entwickelt.

Cash.-Hitliste zeigt, dass das Jahr 2014 für die meisten Unternehmen positiv verlief. Die Hälfte der Top Ten der deutschen Maklerpools konnte im Vergleich zum Vorjahr sogar zweistelliges prozentuales Wachstum bei den Provisionserlösen erzielen. Auch bezogen auf die Provisionserlöse für das Jahr 2015 zeigten sich die Maklerpools in der Cash.-Erhebung optimistisch: 92 Prozent rechnen demnach mit steigenden Umsätzen und lediglich jeweils vier Prozent gehen von stagnierenden beziehungsweise sinkenden Provisionseinnahmen aus.

Ob sich diese positiven Prognosen bestätigen werden, bleibt abzuwarten. Denn auch nach einem erfreulichen Geschäftsjahr 2014 bleibt es spannend für die Maklerpools. Die weitreichenden Folgen des Lebensversicherungsreformgesetzes (LVRG) werden sich erst ab 2015 voll zei-

hältnisse und Sachkunde gebunden ist. Zudem werden die beiden EU-Richtlinien Insurance Distribution Directive (IDD) und MiFID II (Markets in Financial Instruments Directive) erhebliche Folgen für die Branche haben.

Maklerpools werden für Makler immer wichtiger, um sich trotz fortschreitender Regulierung und herausfordernder Marktbedingungen behaupten zu können. Laut einer aktuellen Umfrage des Kölner Marktforschungsinstituts YouGov haben bereits 84 Prozent der Makler eine Anbindung an einen Maklerpool. Sie halten den Maklern den Rücken frei, sodass diese sich auf die Beratung ihrer Kunden konzentrieren können. Hierfür übernehmen sie nicht mehr nur Backoffice-Aufgaben. Laut der aktuellen Maklerpoolstudie von Brunotte



ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST LERNEN SIE UNS KENNEN

Online: kennenzulernen.blaudirekt.de
per Fax: 0451 / 87 201 299
per E-Mail: makler@blaudirekt.de senden.

Firma _____

Vorname _____ Nachname _____

Straße _____

PLZ / ORT _____

Telefon _____ E-mail _____

„Makler erwarten einen immer umfassenderen Service“

INTERVIEW Oliver Lang, Vorstand des Oberurseler Maklerpools BCA, spricht mit Cash. über die neue hauseigene Investmentsoftware, das Jubiläumsjahr 2015, die Bedeutung der Fintech-Welle für den Vertrieb und das kommende Geschäftsjahr.

Was waren 2015 die größten Chancen und Herausforderungen?

Lang: Die zunehmende Regulierung der Finanz- wie Versicherungsbranche stellte für die BCA in 2015 Herausforderung und Chance zugleich dar. Einhergehend mit einer generellen Verbesserung der Marktstimmung sorgten folgerichtig letztjährig umfangreich getätigte Softwareinvestitionen, Sachkosteneinsparungen sowie gezielte Restrukturierungsvorhaben für einen bisher äußerst zufriedenstellenden BCA-Geschäftsverlauf 2015. Mit Stand 30. Juni 2015 konstatieren wir hierbei ein gutes Ebit von nahezu 600.000 Euro, was unter Berücksichtigung des Vorjahresergebnisses zum 30. Juni 2014 einem erfreulichen Swing von fast einer Million Euro entspricht. Anders ausgedrückt: Die BCA als Ganzes hat den angepeilten Turnaround dieses Jahr erreicht. Unter anderem die erfolgreiche Einführung der neuen Beratersoftware DIVA, die anhaltend hohe Nachfrage nach unserem fondsbasierten Vermögensverwaltungsangebot Private Investing und die Tatsache, dass wir weiterhin der einzige Pool mit eigener Bank und ihrem ausgewiesenen Regulierungs-Know-how sind, stimmen uns darüber hinaus für die Zukunft weiter optimistisch. *BCA feierte im Juli ihr dreißigjähriges Bestehen. Wie hat es der Maklerpool geschafft, so lange erfolgreich am Markt zu sein?*

Lang: „Vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Partnern kombiniert mit ausgeprägter Innovations- wie Investitionskraft“ ist seit jeher der Motor unseres Erfolgskonzepts. Angefangen mit dem Broker Pool über Business Plus bis hin zu DIVA: Seit nunmehr über 30 Jahren gilt unser Augenmerk gezielt dem Aspekt der professionellen Entlastung unserer Partner innerhalb ihrer täglichen Beratungsarbeit durch Bereitstellung prozessoptimierender Servicehilfen wie Vertriebsunterstützungen. Versehen mit der notwendigen Finanz-

kraft befinden wir uns in der vorteilhaften Position, uns frühzeitig den jeweils gebotenen Herausforderungen des Marktes aktiv und zum Wohle unserer Maklerpartner zu stellen, um diesen schlussendlich effiziente Lösungen wie Services auf höchstem Niveau zur Verfügung zu stellen. Damit einhergehend ermöglichen wir unseren Investment- wie Versicherungsmaklern Zugang zu einer Vielzahl von Produkten marktrelevanter Anbieter und liefern somit die mitentscheidende Voraussetzung einer unabhängigen Beratung. Bei allen technischen Innovationen sollte am Ende jedoch nicht vergessen werden, dass es die Menschen im Unternehmen sind, welche die BCA seit 30 Jahren zu einem der führenden Maklerpools haben wachsen lassen.

BCA hat in diesem Jahr unter anderem die neue Investmentsoftware DIVA eingeführt. Wie wird das Tool von den Maklern angenommen?

Lang: Das bisherige Fazit unserer Maklerpartner fällt ganz und gar hervorragend aus. In Sachen Effektivität, Komfort und Handling hat DIVA – mitsamt seiner Möglichkeit der zeit- und damit kostensparenden digitalen Unterschrift – den Tauglichkeitstest mit Bravour bestanden, und das nicht nur, weil unsere neue Lösung effizient beim täglichen Beratungs- und Abwicklungsworkflow unterstützt, beziehungsweise den regulatorischen Anforderungen für alle Transaktions- und unterschiedlichen Produktarten im Finanz Business vollumfänglich Rechnung trägt. Unsere erstklassige Softwarelösung begeistert zudem mit ihrer Vielfalt an Mehrwertfeatures für Maklerpartner. Der Clou: Trotz aller wissenschaftlicher Komplexität lassen sich Beratungsschritte, Analysen und mögliche Asset-Ansätze einfach und verständlich für Kunden darstellen. Übrigens: Eine ansprechende Kunden-App, mit der Maklerkunden mittels Zugriff auf die eigene Depotansicht jederzeit einen

tagesaktuellen wie transparenten Einblick in die Entwicklung ihres persönlichen Investmentportfolios erhalten, ist in unserem DIVA-Paket selbstverständlich mit enthalten.

Sind weitere BCA-Tools in der Entwicklung?

Lang: Eines ist sicher: Stillstand wird es bei der BCA nicht geben. So konnten wir etwa als weitere Vertriebsneuheit unseren BCA-Tipp auf der DKM vorstellen. So gewährleistet unser Versicherungstool einen effizienten Produktüberblick mitsamt wertvollen Support-Empfehlungen wie Hinweisen und ermöglicht darüber hinaus eine medienbruchfreie elektronische Policenvermittlung. Als weiteres Highlight wurde noch im September unser Web- sitemanager live geschaltet. Das brandneue Tool ermöglicht unseren Partnern bei minimalem Aufwand und einfachster Navigation einen ebenso professionellen wie maßgeschneiderten Internetauftritt – und dies, ohne dass marktübliche Einrichtungsgebühren fällig werden. Daneben garantiert der BCA-Web- sitemanager ein hundertprozentig responsives Design und die intelligente Verknüpfung mit dem letztjährig implementierten Marketing-plus-Shop garantiert zusätzlich einen in sich schlüssigen, einheitlichen Markenauftritt. Und auch im kommenden Jahr können sich unsere Maklerpartner selbstverständlich auf neue Servicehilfen, prozessoptimierende Analysetools und effiziente Bausteine zur Erweiterung der Marketing- und Kommunikationskanäle freuen.

Wie schätzen Sie die jungen Fintech-Startups ein, über die derzeit so viel berichtet wird?

Lang: „Auf Hype folgt Ernüchterung“, lautet die Headline einer aktuellen Pressemeldung des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute. Eine Einschätzung, der wir uns teilweise durchaus anschließen. So gibt es unseres Erachtens derzeit nicht wenige Modelle innerhalb

der Fintech-Szene, die bei genauerem Hinsehen nur bedingt halten, was sie versprechen – wie zum Beispiel hinsichtlich Datenqualität oder nutzerfreundlicher End-to-End-Prozesse. Am Ende des Tages verlangt gerade die technikaffine „Generation Google“ einen substanziellen Mehrwert durch ihre Teilnahme am Fintech-Prozess. Wir sind sicher, dass nur eine leistungsfähige Lösung mit erkennbarem Kundennutzen zur entsprechenden Bindung beitragen wird. Ein einfaches

gehen wir davon aus, dass das Thema Kundenbindung zwangsweise stärker in den Fokus der Maklerschaft treten wird. Makler müssen ihren Kunden mehr denn je verdeutlichen, welchen Mehrwert die persönliche Betreuung gegenüber einem rein digitalen Versicherungsmanager hat. Ganz abgesehen von Qualifizierungs- oder Dokumentationspflichten, die ein Makler einzuhalten hat, ist im Schadenleistungsfall zumeist er erster Helfer in Not, insbesondere wenn es zu Unstimmigkeiten

täglichen Beratungs- und Abwicklungsworkflows rechnen müssen. Zunehmender Regulierungsdruck und fortgesetzt steigende Anforderungen werden im Ergebnis in 2016 dazu führen, dass sich insbesondere bei den Einzelkämpfern innerhalb der Vermittlerschaft ein Trend hin zu einem starken Full-Service-Dienstleister weiter verstärken wird. Zeiten, in denen Makler mutmaßlich zuallererst aus Margendruck gleich vier oder fünf Poolanbindungen ihr Eigen nannten, zählen unseres Erachtens künftig nicht mehr zu den effizienten Lösungen für das Gros der Betroffenen. Spürbar wird das Leistungsspektrum, das Makler von Pools erwarten, immer umfassender. Im Ergebnis werden nur service- wie finanzstarke Generalisten von einem solchen Szenario profitieren können. Hier sehen wir uns hervorragend aufgestellt: Gerade in Zeiten der Regulierung bietet BCA als servicestarker Vollsortimenter sowohl versicherungs- als auch investmentorientierten Vermittlern ein optimal geschnürtes und individuelles Lösungsangebot, um sich auch weiterhin ebenso unabhängig wie erfolgreich im Markt behaupten zu können.

Was wird das Geschäftsjahr 2016 für BCA bereit halten?

Lang: Im Großen und Ganzen geht es auch in 2016 darum, die regulatorischen Herausforderungen, wie etwa die anstehenden MiFID-II-Vorgaben innerhalb der Wertpapier- und Investmentberatung oder das IDD optimiert zu meistern. Obgleich wir vorausschauend hinsichtlich der MiFID-Thematik eine Vielzahl zu erwartender Veränderungen in unsere DIVA-Lösung bereits implementiert haben, gilt es nichtsdestotrotz, hier im nächsten Jahr den Prozessfeinschliff voranzutreiben. Zusammenfassend werden wir als professionell aufgestellter Lösungsanbieter auch im nächsten Jahr mit entsprechenden Investitionen und Innovationen dafür Sorge tragen, die Komplexität des Beratungsprozesses ganz und gar im Sinne unserer Makler übersichtlich zu strukturieren und entscheidend zu vereinfachen. Die BCA versteht sich hierbei nicht als reiner Abwickler. Wir sind Servicedienstleister, Softwarelieferant, kompetenter fachlicher Ansprechpartner, Vertriebsunterstützer und im Zweifel auch Unternehmensberater für unsere Partner. Kurz gesagt: der perfekte „Maklerpartner“ – und dies seit mittlerweile gut 30 Jahren. ■



Oliver Lang: „Stillstand wird es bei der BCA nicht geben.“

Verwaltungsangebot, bei dem ein Kunde seine Daten selbst eingeben und womöglich auch noch pflegen muss, ist sicher nicht im Sinne der Digital Natives, die gemeinhin einen möglichst hohen Automatisierungsgrad wünschen. Nichtsdestotrotz gilt es, den derzeitigen Hype weiterhin intensiv zu beobachten. Sich aufkeimenden Missständen rund um das Buhlen von Bestandskunden unserer Maklerpartner durch Fintechs durch öffentlichkeitswirksame Aufklärung aktiv entgegenzustellen, gehört sicher mit dazu.

Wie sollten Makler auf die Konkurrenz durch die „jungen Wilden“ reagieren?

Lang: Generell lautet das Motto: Agieren statt reagieren! In diesem Zusammenhang

mit dem betroffenen Versicherer kommen sollte. Dem Geschäftsmodell zufolge bietet so oder so praktisch kein Fintech-Unternehmen persönliche oder umfassende Beratung und individuelle Leistungsanalyse an. Die nicht anzuzweifelnden Vorteile einer persönlichen Beratung sollten Makler, Pools und Verbände künftig mehr denn je durch intensive Aufklärung unmissverständlich beim Verbraucher festigen.

Wie wird sich der Maklerpoolmarkt in 2016 entwickeln?

Lang: Das kommende Jahr wird weiterhin eindeutig im Zeichen der Regulierung, Digitalisierung und Prozessoptimierung stehen. So werden Makler auch künftig mit steigendem Aufwand im Rahmen des

Das Gespräch führte **Julia Böhne**, Cash.

„Die Oligopolisierung unter den Pools wird weitergehen“

INTERVIEW Oliver Pradetto, Geschäftsführer des Lübecker Maklerpools blau direkt, hat mit Cash. über das Geschäftsjahr 2015, die Digitalisierung, die Entwicklung des Maklerpoolmarkts und seine Erwartungen an das kommende Jahr gesprochen.

Wie lief das Geschäftsjahr 2015 bisher für blau direkt?

Pradetto: Wir leiden aktuell unter explosivem Wachstum. Die schwächste Sparte ist im Neugeschäft um überschaubare 15 Prozent gegenüber Vorjahr gewachsen, die stärkste aber rund 90 Prozent. Immer mehr langjährige Partner entscheiden sich jetzt sich zur nachhaltigen Entlastung und übertragen komplette Bestände an unseren Backoffice-Service. Dadurch haben wir in der Bestandsübertragung eine Verdreifachung gegenüber dem Vorjahr. Statt kleinerer Makler kommen immer mehr Vertriebe auf uns zu, um von unserer Erfahrung in der Prozessoptimierung zu profitieren. Das frisst natürlich Ressourcen und bedeutet eine permanente Vollausslastung. Wir haben zwar mehr als 30 neue Mitarbeiter eingestellt, aber das macht die Sache kurzfristig nicht besser. Unsere Mitarbeiter gehen auf dem Zahnfleisch, aber es ist großartig zu sehen, mit wie viel Motivation alle dabei sind.

Sie haben im Rahmen der Network Convention 2014 in Rom angekündigt, bis Ende 2017 Marktführer werden zu wollen. Wie weit sind Sie hiermit bisher gekommen?

Pradetto: Im Verhältnis Verdienst zu Risiko – also der Umsatzrendite – sind wir es längst. Was die Umsatz-Marktführerschaft angeht, waren wir allerdings ziemlich vortraut. Wir hatten eine Menge Ideen, wie wir das Ziel erreichen könnten. Doch die Ankündigung als solches war hauptsächlich eine Marketingmaßnahme. Wenn man ehrlich ist: Die Idee, das bis Ende 2017 zu schaffen, war ja nahezu absurd. Doch inzwischen beginne ich tatsächlich selbst an unser Ziel zu glauben. Im Augenblick nehmen wir so sehr Fahrt auf, dass uns selbst dabei schwindlig wird und dabei haben wir noch nicht einmal alle Pfeile im Köcher verschossen.

Fintechs sind derzeit ein großes Thema. Wie schätzen Sie die Konkurrenz durch die jungen Start-ups ein?

Pradetto: Wir haben einen Hype, der die aktuell existierenden Fintechs maßlos überschätzt. Die erste Welle neuer Innovatoren scheitert fast immer und das passiert bei den aktuellen Start-ups bereits jetzt. Da mache ich mir wenig Sorgen. Bei seinem Urteil darf man aber die Umsetzung nicht mit der grundsätzlichen Idee verwechseln. Der technologisch-visionäre Ansatz der neuen Online-Makler ist extrem mächtig. Vor allem der strategische Ansatz, sich auf den Devices – beispielsweise dem Smartphone – zu etablieren, ist wegweisend. Makler müssen verstehen, dass uns eine Umkehr des Informationsflusses bevorsteht. Das wird die Art von Kauf und Verkauf vollkommen verändern. Unternehmen, die diese Ansätze verstehen und verfolgen, werden den Markt schon sehr bald beherrschen.

Wie sollten sich Makler aufstellen, um gegen die „jungen Wilden“ bestehen zu können?

Pradetto: Zunächst muss man sich von der Idee trennen, „gegen“ irgendwen anzutreten. Es geht bei dieser Entwicklung nicht um die Befindlichkeiten des Maklers, sondern um das sich verändernde Konsumverhalten des Kunden. Wer sich auf die Wünsche seiner Kunden konzentriert, hat Erfolg. Das wird auch in Zukunft unverändert gelten. Das Problem vieler Makler besteht darin, dass sie ihre eigenen Wünsche mit denen der Kunden verwechseln und das nicht wahrhaben wollen. Viele Makler glauben beispielsweise, dass der Kunde Beratung wünscht. Das ist aber nicht der Fall. Der Kunde wünscht sich Sicherheit und Bequemlichkeit und befriedigt diese Wünsche durch das Vertrauen, das er in seine Geschäftspartner setzt.

Wie gewinnt ein Vermittler Ihrer Meinung nach das Vertrauen seiner Kunden?

Pradetto: In der Vergangenheit hat der Vermittler in seiner Eigenschaft als sympathischer Mensch für dieses Vertrauen gesorgt. Das kann er auch in Zukunft tun,

aber nur wenn es ihm gelingt, seine Stärken in die digitale Kommunikationswelt zu bringen. Wenn Sie sich das klarmachen, könne Sie neue, effizientere Wege suchen, Vertrauen bei Ihren Kunden zu produzieren. Als Makler werden Sie dann nicht nur Ihre bestehenden Kunden halten, sondern fünf-, zehn- oder hundertmal so viele Kunden an sich binden.

blau direkt hat die App „simplr“ entwickelt. Was leistet das Tool?

Pradetto: simplr wird dem Kunden weit mehr bereitstellen als eine Vertragsübersicht und ein paar Selbstverwaltungstools. Wir haben die letzten drei Jahre genutzt, um viele unserer Maklerpartner zu digitalisieren. Daher meinen wir es wörtlich, wenn wir sagen, dass unser Makler künftig immer in der Tasche des Kunden ist. Für den Kunden wird erstmalig der wahre Service eines guten Maklers fühlbar – unaufdringlich und immer zum exakt richtigen Bedarfszeitpunkt. Innovative Kunden-Apps sind nicht die Zukunft, sondern die Gegenwart. Alles andere ist Vergangenheit.

Planen Sie, 2016 weitere Tools herauszubringen?

Pradetto: Wir haben 2015 mehr als 20 technische Neuerungen in unseren Makler-Verwaltungsprogrammen und Vergleichsrechner-technologien umgesetzt und das wird 2016 so weitergehen. Für die App arbeiten wir an den nächsten zwei Updates. *Wie wird sich der Maklerpoolmarkt in 2016 Ihrer Ansicht nach entwickeln?*

Pradetto: Weil die Versicherer Geld sparen müssen, werden sie weiterhin immer mehr Arbeit auf ihre Makler verlagern und Provisionen senken. Die so geschundenen Makler brauchen Effizienzvorteile darum dringender denn je. Diese Vorteile bieten ihnen gute Maklerpools wie blau direkt. Daher glauben wir, dass die Umsätze aus Direktvereinbarungen weiter abschmelzen und sich auf die Pools verlagern. Allerdings kann nicht mehr jeder Pool die ungeheuren



Oliver Pradetto: „Maklerpools werden immer mehr zum Bindeglied des Marktes und zum Antreiber für Innovationen.“

Investitionen in Technik und Service leisten, die nötig sind.

Welche Auswirkungen wird das haben?

Pradetto: Die Oligopolisierung unter den Pools wird daher weitergehen. Im Ergebnis sind immer weniger Pools an immer mehr Maklertransaktionen beteiligt. Die Entwicklung wird mehr Kooperation untereinander befördern. Gleichzeitig verstehen immer mehr Versicherer, dass langfristig nur die Pools den Maklermarkt funktionsfähig halten können und sehen Pools nicht mehr als Gegner, sondern als Verbündete. Pools werden so immer mehr zum Bindeglied des Marktes und zum Antreiber für Innovationen. Im Grunde können Sie

das jetzt schon sehen. blau direkt hat die erste Kunden-App für Makler angekündigt und damit einen Wettlauf unter den Pools angestoßen. Eine App-Ankündigung jagt nun die nächste. Das ist sehr gut. Der Markt bewegt sich endlich zügig auf die Digitalisierung unserer Branche zu. Das war höchste Zeit!

Wie sind Ihre Erwartungen an das kommende Geschäftsjahr?

Pradetto: Wir haben gerade ein neues Firmengebäude gekauft. Damit haben wir die Voraussetzung geschaffen, unser Team dem explosiven Wachstum anzupassen und genau das werden wir tun. Wir wollen 2016 weitere 30 bis 40 Mitarbeiter

einstellen. Schon jetzt sind wir – bezogen auf die Mitarbeiterzahl – der zweitgrößte Versicherungspool in Deutschland. Mit dem Ausbau rücken wir noch näher an die Nummer eins heran. Wenn man unsere Zahlen sieht, dann hört sich das nach einer ungebremsten Erfolgsstory an. Doch ein Fahrzeug, das immer schneller rollt, ist auch schwerer zu lenken. Für mich persönlich wird es deshalb ein eher stressiges Jahr werden.

Welche Schwerpunkte wird blau direkt 2016 setzen?

Pradetto: Für unsere Maklerpartner wird es eine ganze Reihe sensationeller Entwicklungen geben. Unsere Makler werden Versicherungsverträge mit nur einem Klick auf dem Smartphone übernehmen können. In der Schadensabwicklung entwickeln wir gerade einen Service, den unsere Makler lieben werden. Für Makler und Vertriebe werden wir unbegrenzt kostenfreie Daten-Migration anbieten. Dadurch wird der Wechsel zu unserem Makler-Verwaltungsprogramm unglaublich leicht. Den größten Betrag möchten wir in unsere telefonische Erreichbarkeit stecken. Da wollen wir so erfolgreich werden wie die Haftpflichtkasse Darmstadt. *Was wird die größte Herausforderung sein?*

Pradetto: Unsere wichtigste Aufgabe ist eine Verbesserung unseres Managements. Lars Drückhammer und ich haben als Geschäftsführer sicher einiges richtig gemacht und eine Menge wirklich guter Leute aufgebaut. Aber das haben wir mit den Fähigkeiten gemacht, die wir in diesen Job eingebracht haben. Ein Laden mit 30 Mitarbeitern führt sich anders als einer mit 130. Plötzlich stoßen wir an persönliche Grenzen. Früher habe ich oft heimlich über die Vorstände unsere Versicherungspartner gespottet. Wie unheimlich langsam und vorsichtig sie in ihren Entscheidungen waren. Ich hielt dies für Schwäche. Heute ist mir bewusst, wie viel besser sie sind. Ich habe inzwischen einen Mordsrespekt vor den Kollegen. Wir müssen jetzt schnell und intensiv dazulernen, um die entsprechenden Strukturen und Managementkapazitäten aufzubauen. Das heißt für meinen Geschäftsführerkollegen und mich, dass wir heute genau das selbst tun müssen, was wir seit Jahren unseren Maklern predigen: Wir dürfen den Kopf nicht in den Sand stecken und müssen lernen, wachsen und ändern. ■

Das Gespräch führte **Julia Böhne**, Cash.