



Versicherer in Bedrängnis: Trotz Zuflüssen aus Beitragserhöhungen kam die Rechtsschutzsparte auch im vergangenen Geschäftsjahr nicht unter eine Combined Ratio von 100 Prozent.

Foto: Thinkstock/antoniokhr

Rechtsschützer suchen das Gleichgewicht

Lawtechs mischen den Markt auf, etablierte Anbieter reagieren mit massiven Investitionen in Assistance und IT

Andreas Heinsen

Makler kämpfen gegen sie, Versicherer kooperieren mit ihnen. Insurtechs erobern die Versicherungsindustrie. Auch die Rechtsschutzbranche muss sich mit Law-, Jur- und Legaltechs sowie der gerade gestarteten Digital Justice auseinandersetzen. Dieser technologische Quantensprung wird das Geschäftsmodell der Rechtsschutzversicherer, und ebenso gravierend, der deutschen Anwaltschaft sehr stark verändern. Es geht um den Wegfall von teuren anwaltlichen Rechtsdienstleistungen und dem schnellen Zugang zu rechtlichen Lösungen durch digitale JurRobots, kostenlose Beratungsangebote am Telefon oder per Chat, Festpreishonoraren für Massengeschäftsvorfälle der Privat- und auch Gewerbekunden, als auch für Rechtsabteilungen von Industrie- und Großgewerbeunternehmen. Vor allem geht es aber auch

um digitale Kanzleimodelle, deren Grenzen nicht mehr der Amts- und Landgerichtsbezirk sind und die ihre Mandanten über das Internet erfolgreich akquirieren. Anwaltsuchmaschinen, Rechtsdienstleistungspauschalangebote, Ausschreibungsplattformen für Spezialistenmandate und Bewertungsportale für Rechtsanwälte und Kanzleien werden bald Standard sein. Hiermit wird explizit für hunderttausende Rechtsfälle des täglichen Lebens auch die Rechtsschutzversicherung im Ergebnis für obsolet erklärt.

Verlustreiche Sparte unter Beschuss

Die Rechtsschutzbranche blickt insgesamt auf für sie zufriedenstellende fünf Jahre zurück, in denen die Beitragseinnahmen von 3,3 auf 3,8 Mrd. Euro (+15%) 2016 angestiegen sind. Auch 2017 sollen die Beiträge stei-

gen. Dies ist aber zu einem überwiegenden Teil den mehrfachen Beitragsangleichungen nach der Kostenrechtsreform aus 2013 geschuldet, die für Anwälte und Gerichte ein Volumen von ebenfalls einem Plus von 15 Prozent hatte und nunmehr über die GDV-Treuhänderfeststellungen (BAK) in den Bestandsbeiträgen der Unternehmen angekommen sind. Trotz dieser Beitragszuflüsse aus den Beitragserhöhungen im Bestand wird aufgrund des weiterhin schlechten Schadenverlaufs und der Kumulschäden Darlehens-Widerruf-Joker und VW-Abgasskandal auch im dritten Jahr die Combined Ratio voraussichtlich nicht unter 100 Prozent sinken können. Massive und teilweise sehr rabiate Sanierungsbemühungen sowie deutliche Preissteigerungen sind im Markt zu beobachten, auf die die Presse und Verbraucherschüt-

zer teilweise sehr negativ reagieren. Zuletzt die Stiftung Warentest im Januar 2017, indem *test.de* den Versicherern vorwarf, ihre Kunden mit Vertragskündigungsandrohungen von Klagen zum VW-Abgasskandal aus wirtschaftlichen Gründen abzuhalten. Einige Konzerne scheinen deshalb den Spaß an der Sparte Rechtsschutz ganz verloren zu haben, wie vor Jahren der HDI-Konzern, der seine HDI-Gerling Rechtsschutzbestände – bis auf das Industriegeschäft – nach katastrophalen versicherungstechnischen Ergebnissen an die Roland verkaufte.

Verdrängungsmärkte, ein solcher ist Rechtsschutz sicherlich schon seit vielen Jahren, zeichnen sich nicht grundsätzlich durch Ertragsstärke aus. Schaut man in die GDV-Stornocharts, dann sieht man bereits 2015 einen leichten Abrieb des Vertragsbestandes von derzeit 21,7 Millionen Stück. Eine sinkende Haushaltsabsicherungsquote beklagt die Branche ebenfalls schon seit Jahren – aktuell liegt sie nur noch bei 43 Prozent. Der Wettbewerb untereinander um die besten (schadenfreien) Kunden dynamisiert sich also gerade, was in allen Vertriebswegen sehr viel Geld in Form von Rabatten und Provisionen kostet, insbesondere, wenn das Image der Sparte mit sinkenden Beliebtheitswerten bei Kunden und im Vertrieb sowie aktuell den Verbraucherschützern zu kämpfen hat.

Versicherer sparen bei Maklern

Letztere beklagen die immer schlechteren Leistungen und hohen Prämien, übersehen aber, dass der Gesetzgeber sowie der BGH mit seinen zuletzt sehr verbraucherfreundlichen Auslegungen der ARB, die jetzt sogar bei geschicktem Anwaltsvortrag massenhaft Zweckabschlüsse zulassen, eine Schadenkostenexplosion im Bereich des Vertragsrechts herbeigeführt haben. Aber auch hohe Lohnabschlüsse und die anhaltende boomende Binnenkonjunktur zeigen sich unmittelbar in den Schadenbilanzen der Unternehmen. Insofern bleiben weitere Beitragsangleichsrunden unausweichlich, was den Druck auf die Bestände weiter erhöhen wird.

Es ist mit tendenziell deutlich steigenden Stornozahlen aufgrund der mehrfachen Preiserhöhungsrunden zu rechnen, die sich aufgrund des negativen Schadenverlaufs auch 2017/18 wohl fortsetzen werden. Augenfällig ist der Rückgang der Maklermarktanteile im Rechtsschutz. Sie gehen von fast 30 Prozent auf aktuell 20 Prozent im Neugeschäft sehr stark zurück. Makler sind besonders von den umfassenden Sanierungsmaßnahmen der Versicherer betroffen. Aber jetzt muss eben auch im Maklervertrieb, der mit 25 Prozent-Anteil im Bestand durchaus bedeutend ist, versicherungstechnischer Gewinn unter dem

Strich stehen, wie es die Alte Leipziger für ihre Rechtsschutz Union 2016 verkündete, bevor sie 56.000 Verträge nach gescheiterten Sanierungsversuchen kündigte. Den Ausgleich für diesen Einbruch bringt das boomende Portal- und Direktgeschäft, das von 3,5 Prozent auf jetzt deutlich über zehn Prozent im Neugeschäft stürmt. Aber auch Vergleichsportale agieren wie Makler, die Vertriebskosten in diesem Bereich sind eher noch höher als in den Stammvertrieben. Hinzu kommt, dass aktiv nach Rechtsschutz suchende Kunden vom Risiko her nicht die Zielgruppe mit den höchsten Ertragschancen sind, so jedenfalls die Erfahrungen der Vergangenheit. Selektions-, Underwriting-, Pricing- und Sanierungskompetenzen sind im Direkt- und in einem Käufermarkt stark gefragt.

Gesetzgeber führt Digitalmedium ein

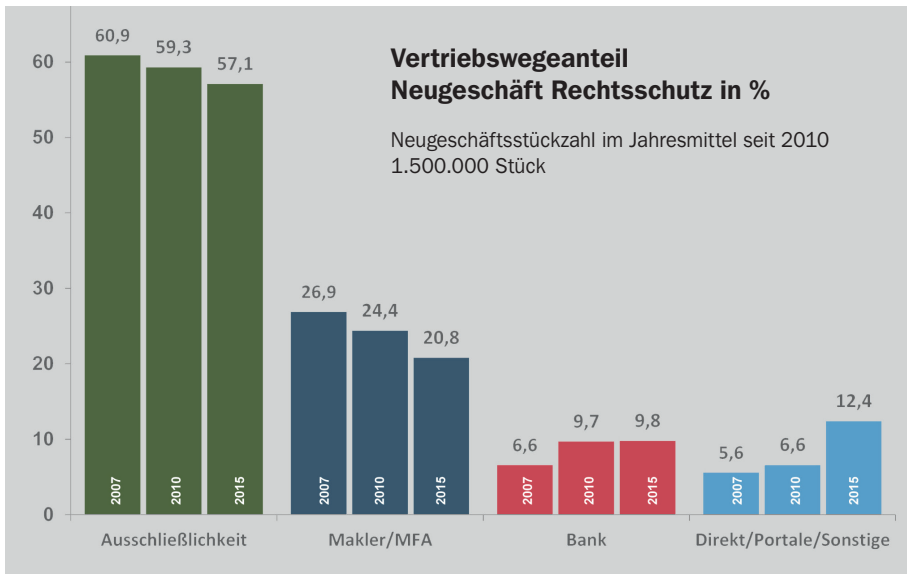
Der Deutsche Anwaltsverein veröffentlichte 2013 eine Studie zum Anwaltsmarkt 2030. Die dort angekündigten neuen Internetkanzleien mit Google-Mandatssuche ([autrueckabwicklung.de](http://aut RUECKABWICKLUNG.DE) oder my-right.de/VW) und virtuelle Geschäftsmodelle (flightright.de, geblitzt.de oder advocado.de) sind bereits heute Realität. Sie greifen das Massenmandat an, das Butter- und Brotgeschäft der Anwaltschaft. Anders als in der Studie prognostiziert, kommt der Angriff jedoch nicht von Verbänden und Rechtsschutzversicherern, denen man beiden weiterhin den Angriff auf das Rechtsberatungsmonopol unterstellt, sondern aus der Ecke der juristischen Verlage, die ihre Formularhandbücher, Rechtsprechungsdatenbanken und Literatursammlungen sowie Kommentare über Künstliche Intelligenz (KI) gerade vernetzen und daraus eigene neue Geschäftsmodelle

entwickeln. Vertragschecks über JurRobots machen zu lassen, das hat Leverton mit ihrer Software in den USA bereits für einen sehr komplexen Bereich der Due Diligence umgesetzt. Aber auch für den Bereich des Miet- und Arbeitsvertragsrechts ist dies gut vorstellbar. Nach der MyHammer-Methode wird es um vordefinierte Standard-Rechtsprodukte für Privatkunden und kleine sowie mittlere Unternehmen zu Festpreisen, mit einheitlicher und zertifizierter Qualität im ersten Schritt gehen. Der Turbo für die anstehende Veränderung im Rechtsdienstleistungsmarkt und die Rechtsschutzversicherung wird dann durch den im November gestarteten digitalen Rechtsverkehr gezündet. Keine Briefe, keine Faxe, sondern digitalisierungsfähige und vollauslesbare PDFs mit/und strukturierten Daten, das wird für alle Anwälte ab 1. Januar 2018 das verpflichtende Medium. Das Urteil am Ende der Verhandlung gleich digital mitzunehmen, wäre in vielen Massenbereichen dann durchaus möglich. Dies heißt für erfolgreich am Markt agierende Rechtsschutzanbieter neben der Anpassung der strategischen Geschäfts-, Produkt- und Servicemodelle, hin zum kundenorientierten Rechtsservice-Assistent mit Top-Schutz, auch massiv in technische Infrastruktur und die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter sowie Dienstleistungsnetzwerke zu investieren. Eines ist aber gerade für Rechtsschutz unabdingbar, die Kundenschnittstelle muss in der Hand des Versicherers bleiben, um die vielfältigen Rechtsservices voll auf die Kundenbindung einzahlen zu lassen.

Zunächst muss Rechtsschutz noch mehr lernen, vom Kunden her zu denken, und zwar radikal. Der Kunde will heute gar nicht mehr zum Anwalt. Er möchte kleine Rechtsfragen selbst lösen, einmal kurz einen Anwalt telefonisch oder im Online-Chat fragen können, Rechtsfragen und Fälle beim Versicherer auch online melden können, mit der selbstverständlichen Erwartung der sofortigen Erledigung. Weiterhin möchte er emphatisch, kompetent und fair zu seinem Rechtsschutzfall bzw. seiner abstrakten Rechtsfrage (Was-Wäre-Wenn und wie sollte ich mich dann verhalten?) beraten und begleitet werden. Kunden sind bereit, sehr viel Vertrauen dem Rechtsschutzversicherer zu schenken und daher ist der Erstkontakt entscheidend für die Kundenbedingung. Hier können die Mitarbeiter punkten, was man tagtäglich aufzeigen und mit ihnen systematisch trainieren muss. Nicht der Anwalt ist der erste Partner von Rechtsschutz, sondern die Kunden, die erlebbaren Service für ihre Prämienzahlung erwarten, der dann im professionellen Zusammenspiel mit dem Anwalt die höchsten Zufriedenheitswerte erzielt. Den Kunden

Ranking der Rechtsschutzversicherer

Seit Jahrzehnten sind gut 50 Gesellschaften im Rechtsschutzmarkt aktiv und auch die Top 15 mit 80 Prozent Marktanteil blieben bisher unter sich. Die Allianz konnte den ersten Platz nach massiven Kundenverlusten der vormals im deutschen Markt dominierenden D.A.S. (Marktanteil 2005: 15%), die heute in die Ergo Versicherung verschmolzen ist, wiedererlangen und ausbauen. Die Örag hat sich von Platz acht auf fünf knapp hinter die Arag vorgeschoben. Die DEVK, R+V und LVM kämpfen seit Jahren um die Plätze neun bis elf. Überraschend ist der stagnierende Marktanteil (2005: 5,9%; 2015: 6,2%) von Huk/Huk24. ■



Boom im Direktgeschäft: Vergleichsportale agieren als Makler.

Quelle: GDV Vertriebswege SHUR

muss man seine Leistungen und Rechtsservices als Versicherer täglich erlebbar machen, z.B. über einen 24/7-Anwaltsservice und smarte digitale Tools für Themen des täglichen Lebens.

Gerade der Vertrieb hat wegen der juristischen Inhalte häufig Vorbehalte, Rechtsschutz strukturiert in seine Beratungsgespräche einzubinden. Hier bedarf es eines Backoffices, das ihn dabei aktiv unterstützt und Sicherheit bietet. Idealerweise sollten dies die Schadenabteilungen mit ihren Juristen leisten, die aber häufig vor den Vermittler-Calls kneifen, da telefonische Erreichbarkeit und erfolgreiche fallabschließende Beratungen am Telefon dann wesentlich mehr in den Fokus treten. Man muss sich schon gut vorbereiten und zusätzliche Kapazitäten bereitstellen, bevor man eine Hotline für mehrere tausend Vermittler öffnet.

Vollgas bei Rechts-Assistance

Neben dieser Kundenperspektive gilt es die Schnittstelle zu den zukünftig digitalisierten Anwaltskanzleien aktiv anzugehen, um Rechtsschutzmeldungen, die man eigentlich nur noch vom Kunden bekommen möchte, die möglichst zu vermeidende Folgekorrespondenz und den Abrechnungs- und Zahlungsverkehr umfassend End-to-End zu vernetzen und automatisch in den Schadensystemen zu verarbeiten. Hierfür müssen die Schadensysteme fit gemacht werden, das Potenzial für Prozessverkürzungen und Kapazitätseinsparungen für diese Backofficeprozesse ohne Kundenmehrwert sind gewaltig. Digitalisierte Abrechnungsdaten aus den Kanzleisystemen werden deutlich weniger fehleranfällig sein, können über KI-Module ausgelesen, plausibilisiert und

mit dem Entscheidungsprozess im Schadensystem abgeglichen werden.

Gleich auf welche Fachveranstaltung man derzeit geht, die Antwort auf Insurtechs, die bisher fast ausschließlich die Kundenschnittstelle mit digitalen Versicherungsordnern und Maklertarifrechnern angreifen, ist fast immer: Assistance und Mehrwerte für mehr Kundenerlebnisse. Richtig! Von einem eher halbherzigen Ansatz beim Thema Assistance muss man jetzt auf den Vollgasmodus umstellen. Wenn Sparkassen heute über ihre Giro-Kontenmodelle Reisen, Tickets und lokale Events in Millionenvolumen erfolgreich verkaufen und über diese Programme jetzt auch Versicherungslösungen für die Reise, Mobilität oder Gesundheit anbieten, dann sind die Versicherer hiervon noch weit entfernt. Diese tun sich ja ungemein schwer selbst versicherungsnahe Produkte, wie den Unfallmeldestecker, der Leben retten kann, an ihre eigenen Kunden zu bringen. Unter dem Assistancedenken hat Rechtsschutz aber schon heute sehr viel zu bieten, es mangelt nur gewaltig an der Vermarktung und der entsprechenden Kundenwahrnehmung. Die 24/7 telefonische Anwaltsberatung gibt es schon seit vielen Jahren. Online-, Video- und Chat-Rechtsberatung sind ebenfalls im Angebot, wie auch Dokumentenservices und Vertragschecks. Auch der Hype der Anwaltsuchmaschinen, zu besichtigen auf anwalt.de oder anwalt24.de, ist für die Versicherer nichts Neues. Die Onlineportale der Verlage und JurTechs wollen Anwälte gewinnen, damit diese monatliche Teilnahmevergütungen bezahlen. Die Versicherer sollten die besten Anwälte vor Ort für ihre Kunden bereithalten, die sich der papierlosen Kanzlei mit Mandantenportal verschrieben ha-

ben und die Erfolgsaussichten sowie den Mandatsablauf seriös und richtig bewerten sowie besonders wichtig, diese Informationen auch kundenorientiert dem Mandanten kommunizieren und digital zur Verfügung stellen. Dies führt nach allen Messungen zur höchsten Kundenzufriedenheit.

Hälfte der Haushalte unversichert

Der Anwalt im Lager des Kunden gegen den Versicherer, das ist ein vielerorts noch vorhandenes Bild, das auch vom Deutschen Anwaltverein durchaus befeuert wird, z.B. mit dem Slogan: „Ihre Versicherung sagt: halb so schlimm. Was sagt ihr Anwalt?“ Gegen dieses Bild gilt es anzuarbeiten. So hat man Kunden bei berechtigter, aber auch nur subjektiv empfundener Unzufriedenheit mit einem vom Versicherer empfohlenen Anwalt bei einem Wechsel der Kanzlei von Kosten freizuhalten. Dieses den Kunden überzeugende Qualitätsversprechen kann man durchaus prominenter als bisher herausstellen.

Rechtsschutz muss jetzt die disruptive Veränderung des Rechtsdienstleistungs- und Anwaltsmarktes aktiv nutzen, um sich zum emphatischen und professionellen Rechtsservicedienstleister auf der Kundenseite zu entwickeln. Neue digitale Tools und Rechtsservices müssen bereitgestellt werden und die Prozesskosten müssen durch digitale Workflows End-to-End zum Kunden und den eingebundenen Anwaltskanzleien massiv gesenkt werden. Auf dem Marktplatz- oder Öko-System Recht eröffnen sich neue Kooperationsmöglichkeiten mit Jur- und LawTechs, die man im Zusammenspiel mit dem Versicherungsschutz als Mehrwert nutzen muss. Hohe und zertifizierte gemeinsame Qualität von Versicherer und Anwaltskanzlei zahlen sich in der Vernetzung auf die Kundenzufriedenheit am höchsten aus. Wie in der Studie des Deutschen Anwaltvereins 2013 vorhergesagt, werden die Rechtsschutzversicherer ein bedeutender Player im einem sich neu gestaltenden Rechtsdienstleistungsmarkt sein, nur dass dies zehn Jahren früher passiert als prognostiziert. Hinsichtlich der Vertriebs- und Marketingstrategie sollte man sich auf die 57 Prozent bisher nicht-versicherter Haushalte fokussieren. Rechtsschutz ist kein abstraktes und vom Kunden lieber verdrängtes „Sicherheitsprodukt für den nicht gewünschten Ernstfall“, sondern täglicher Rechtsdienstleistungspartner im Dschungel des Rechts für den Kunden. ■



Andreas Heinsen,
Vorstandsmitglied der
Örag Rechtsschutz-
versicherungs-AG.