

Rechtsbeistand aus dem Automaten

Anonymität und 24/7-Beratung: Kunden greifen zunehmend auf Roboter-Anwälte zurück

Andreas Heinsen

Die Eigenkapitalanforderungen bei der Rechtsschutzsparte sind sehr hoch. Bei der Verwendung der Standardformeln unter Solvency II müssen die Vertriebs-, Verwaltungs- und insbesondere Schadenaufwände zukünftig deutlich sinken. Nur so lassen sich Wettbewerbsvorteile erzielen. Die Combined Ratio muss marktweit wieder deutlich unter die 100-Prozent-Grenze fallen, um die erhöhten Kapital- und Schadenreservebedarfe aufzubauen und auch nachhaltig erfüllen zu können.

Haupttreiber für die weiter zu entwickelnden Geschäftsmodelle im Rechtsschutz ist aber nicht die für die Unternehmen teure und teilweise lähmende Regulatorik, sondern die immer anspruchsvolleren und auf Convenience ausgerichteten Smartphone- und Internet-Kunden, denen über stetig verbesserte Online-Banking-Portale und Apps eine neue Welt der beraterlosen Finanzdienstleistungsservices schmackhaft gemacht wird. Und hier befinden wir uns erst am Beginn der Entwicklung, da ein rasantes Banken-Filialsterben von bis zu 50 Prozent bis 2020 prognostiziert wird. Auch für die heute 230.000 Versicherungsvermittler (2011: 263.000) trauen sich Beratungsunternehmen immer häufiger entsprechende (Schreckens-)Prognosen abzugeben. Eine Veränderungsgeschwindigkeit in der strategischen Marktbearbeitung und dem Kundenmanagement steht also vor der Tür, die sich viele Versicherer derzeit noch

gar nicht vorstellen können oder wollen. Auch die Einführung des digitalen Rechtsverkehrs, der noch in 2016 startet, treibt die Versicherer zu neuen Geschäfts-, Prozess- und Servicemodellen. Rechtsschützer müssen sich zukünftig noch emphatischer und professioneller als 24/7-Rechtsdienstleister positionieren – mit oder vielleicht auch ohne Kostenschutz als Rechtsschutz-Assistance.

Entschädigung per Mausclick

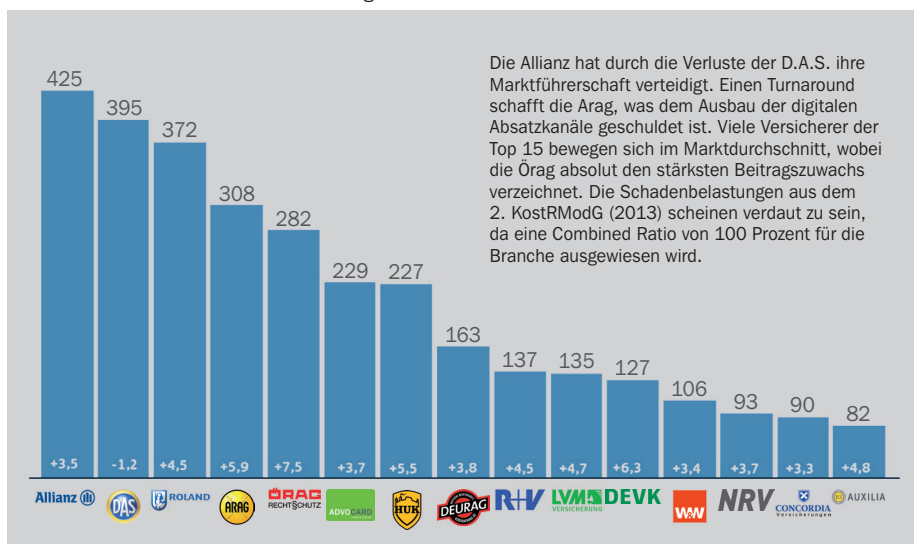
Das Internet erzeugt auch auf der Anwaltsseite neue Märkte, teilweise werden diese auch von digitalaffinen Anwaltskanzleien erst neu geschaffen. Flightright.de ist für die Erstattung von Schadenersatz für Flugverspätungen ein bereits etabliertes Beispiel, macht es doch im Ergebnis einen lästigen Anwaltsbesuch und auch eine Rechtsschutzversicherung überflüssig. Dass sich der Betreiber des Portals als Inkassodienstleister eine sehr hohe Erfolgsprovision mit 25 Prozent einbehält, geht dann bei vielen Nutzern schon einmal unter. Aber die angebotene Lösung ist für den Kunden ganz easy und mit ein paar Klicks ist der Vorgang erledigt.

Auch bei den massenhaften Darlehenswiderrufen wegen falscher AGB-Wordings in den Immobilienfinanzierungsverträgen, um dadurch zu günstigeren Zinskonditionen zu gelangen, setzen spezialisierte Rechtsanwaltskanzleien voll auf das Internet und die teure Google-Vermarktung. Versprochen werden

eine kostenlose Vertragsprüfung und anwaltliche Erstberatung zu den Erfolgsaussichten sowie die Aussicht, die Kreditkonditionen aufgrund des aktuellen Niedrigzinsniveaus um viele tausend Euro für die nächsten zehn Jahre und länger zu senken. Neu war hier insbesondere, dass Anwälte ganz offen und teilweise mit detaillierten Handlungsanweisungen für die Erlangung einer uneingeschränkten Deckungszusage, die Mandaten aufforderten vor Ausspruch des formellen Widerrufs (Versicherungsfall ist dann die spätere Ablehnung der Bank) noch einen Rechtsschutzvertrag (Zweckabschluss) abzuschließen. Das gleiche Muster ist dann auch im Rahmen des VW-Skandals festzustellen, wo diverse im Internet tätige Kanzleien kostenlose Sachverhaltsprüfungen und Erstberatungen anbieten und den surfenden VW-Fahrern mit Hilfe von Rechtsschutz eine Fahrzeugrückabwicklung oder auch Fahrzeugtausch sowie hohen Schadenersatz versprechen.

War der digitale Anwalt vor kurzem noch eine Vision und für die Anwaltschaft juristisch zu bekämpfendes Teufelswerk, steht er nunmehr vor der Tür und ist als Robo-Anwalt in den USA bereits in Großkanzleien eingezogen. FragRobin.de ist ein erster deutscher Ansatz, um juristische Kompetenz, Rechtsberatungs-Chat, Telefonberatung und Anwaltsvermittlung auch Privatkunden in einem ganz neuen Look and Feel zugänglich zu machen. Aber auch für Firmenkunden eröffnet zum Beispiel Advocado.de eine völlig neue Möglichkeit, Rechtsdienstleistungen an spezialisierte Kanzleien im Wege eines Bieterverfahrens vergeben zu können. Ob sich dies alles und in welchem Zeitraum in Deutschland durchsetzen wird, bleibt abzuwarten. Festzustellen ist auf jeden Fall, dass die Anwaltschaft dieses Bedrohungspotenzial des Mandantenverlustes durch das Internet noch längst nicht verinnerlicht hat und sich wei-

Rechtsschutz-Markt in Zahlen: Beitragseinnahmen führender Rechtsschutzversicherer



Beitragsentwicklung im Rechtsschutz:

Der Internetvertrieb soll das Geschäft ankurbeln

Jahr	Beitragseinnahmen	Zuwachs
2015	3,621 Mrd. Euro	+3,9%
2014	3,486 Mrd. Euro	+2,0%
2013	3,417 Mrd. Euro	+2,2%
2012	3,343 Mrd. Euro	+0,4%
2011	3,331 Mrd. Euro	+2,6%

terhin auf den Empfehlungsmandanten verlässt. Diese den Rechtsdienstleistungsmarkt insgesamt revolutionierenden Veränderungen eröffnen aber auch neue Geschäftsmöglichkeiten und erweiterte Optionen für das Kunden-, Prozess- und Servicemanagement für die Rechtsschutzversicherer.

Verdrängungsmarkt mit Luft nach oben

Die Branche blickt auf zufriedenstellende fünf Jahre zurück, in denen die Beitragseinnahmen von 3,3 auf über 3,6 Mrd. Euro (+9%) angestiegen sind. Die Beitragsentwicklungen stellen sich innerhalb der Branche, die in 2015 um fast vier Prozent stark wuchs, sehr unterschiedlich dar, was ein Blick auf die GDV-Rennliste verdeutlicht (siehe Abbildung, Seite 42). Deutlich moderater ist das Wachstum auf der Vertragsseite, die seit 2011 nur um 0,7 auf 21,8 Millionen Verträge (+3%) zulegen konnte.

Aus der aus den Statistiken bisher abzulesenden Stagnation im Vertriebswegemix lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass Rechtsschutz längst noch nicht den Käufermarkt erreicht hat und es sich auch heute noch um ein beratungsintensives und aktiv zu verkaufendes Produkt für Kunden und vom Produkt überzeugte Vermittler handelt. Da die schwachen Vertragszahlzuwächse größtenteils auch nur neue Risiken und Tarife bei den gleichen Kunden abbilden, sowie die Haushaltabsicherungsquote seit vielen Jahren für Rechtsschutz rückläufig ist, ist nicht von der Hand zu weisen, dass der Rechtsschutzmarkt insgesamt als ausgesprochener Verdrängungsmarkt bewertet werden muss. Dieser Kampf um den wechselwilligen Kunden wird sich mit den mehrjährigen, aufeinander folgenden Beitragsangleichungen weiter dynamisieren. Spannend wird zu beobachten sein, ob das außerordentliche Kündigungsrecht der Kunden aufgrund der Beitragsangleichungen auch zu einer spürbaren Belebung des Internet-/Vergleichsportalgeschäfts im Windschatten von Kfz führen wird. Beim Versuch des Einstiegs in den Internetvertrieb, insbesondere auch über die als Makler agierenden Vergleichsportale, haben sich mit objektivem Blick auf die hohen Abschluss- und Folgeprovisionen einige Versicherer aber schon eine blutige Nase geholt und das Feld wieder reumütig verlassen. Vielleicht waren sie einfach nur zu früh im Markt. Dies liegt im Rechtsschutz insbesondere daran, dass Kunden bei aufziehenden Rechtsstreitigkeiten immer mehr den anonymen Weg über das Internet wählen, was durch Teile der Anwaltschaft, aber auch Verbraucherzentralen im Rahmen der massenhaften Darlehenswiderrufe sogar noch aktiv gefördert wurde. Fährt man dann als Versicherer auch noch Sonderdeckungen



Robin Hood der Neuzeit: Ohne lästigen Anwaltsbesuch erkämpft das Legaltech Frag Robin Gerechtigkeit via Internet. Foto: fragrobin.de

mit rabattierten Onlineprämien in diesen Portalen, dann darf man sich über schlechte Schadenverläufe nicht wundern. Auch wenn der Internetverkauf heute als Vertriebsweg rein statistisch noch ein Schattendasein fristet, bietet gerade Rechtsschutz viele Ansätze, um seine Rechtsdienstleistungsprodukte mit Kostenschutz an den Mann und weitestgehend noch unentdeckt, die Frau sowie die Gruppe der 20- bis 30-Jährigen zu bringen. Es muss ein hoher und erlebbarer Nutzen geschaffen werden, für den der auf Convenience ausgelegte Rechtsschutzkunde bereit sein wird, dann auch einen angemessenen Preis zu zahlen. Wie beim Smartphone mögen die User keine Komplexität in der Informations- und Menüführung bis zum Vertragsabschluss. Click and Buy, mit Häkchen für die AVB und ein schlankes Bezahlungssystem sind die zu erfüllenden Ansprüche der jungen Kundengeneration, was unter Schutzclick.de unter Einbindung der Arag für Rechtsschutz bereits zu besichtigen ist.

Produktvielfalt verwirrt Verbraucher

Einem gravierenden Fehler darf man nicht aufsitzen, dass nämlich die Digitalisierung die Tür für noch mehr Differenzierungen bei den Produkten und Tarifvarianten eröffnet. Produkt- und Tarifkomplexität ist kein Mehrwert an sich, was in den Produktschmieden teilweise völlig verkannt wird. Die Digitalisierung ermöglicht die Schaffung von ganzheitlichen Antrags-, Beratungs-, Verwaltungs- und Schadenservice-Wertschöpfungsketten, die besonders effizient sind, wenn es wenige Produkt- und Tariffdifferenzierungen gibt. Hatte die Branche vor zehn Jahren noch eine ziemlich einheitliche Produktlandkarte,

gehen die Versicherer heute doch sehr unterschiedliche Wege in den einzelnen Vertriebswegen. Führend ist im Markt aktuell eine dreistufige Produktlogik mit Basis-, Komfort- und Premiumprodukten, die dann noch häufig für die jeweiligen Vertriebskanäle über Rabatte und/oder kleine Leistungsverbesserungen, oder auch Einschränkungen (höhere SB oder längere Wartezeit im Arbeitsrecht/Deckung erst ab Gericht) ausdifferenziert werden. Was dann in Basis, Komfort oder Premium im Detail enthalten ist, gestaltet sich bei den Wettbewerbern sehr unterschiedlich und verwirrt so manchen Verbraucher und auch Rechtsschutzprofi. Zuletzt hat auch die Allianz mit der „Rechtsschutz Best“-Deckung auf diese dreistufige Logik umgestellt. Ganz anders die Huk-Coburg, die ihre Produktwelt weiter gestrafft hat.

Rechtsschutz prädestiniert für Internet

Neben den Kundengewinnungs- und Betreuungspotenzialen durch die Digitalisierung liegt ein riesiger Effizienz- und Ertragshebel im Rechtsschutz-Schadensservicemanagement. Telefonische und elektronische Zugänge führen die Kunden zum Versicherer, ermöglichen automatisierte Deckungsentscheidungen, bieten anwaltliche Einschätzungen über Anwalts-Hotlines und Apps, unterstützen bei der Wahl des richtigen Anwalts und halten den Kunden über den Verfahrenfortgang seines Rechtsschutzfalles online auf dem Laufenden. Dies sind alles Elemente, die sich schon in Teilen im Markt finden lassen. Rechtsschutz hat nunmehr die Aufgabe, diese Module unter ihrem „Kostenschutzschirm“ zu vernetzen. Sehr hohe Potenziale liegen noch in der elektronischen Mandatsabwicklung mit der Anwaltschaft, für die die Kanzleisysteme mit den Schadenssystemen der Versicherer über standardisierte Schnittstellen vernetzt werden müssen. Weitere Möglichkeiten für mehr Kundennutzen sind zertifizierte und professionell gemanagte Anwaltsuchmaschinen oder auch Online-Rechtsberatungsportale mit integriertem „Rechtsberatungsroboter“ für Standardfälle des täglichen Lebens. Gerade Rechtsschutz bietet hier also diverse Ansatzpunkte für eine interaktive Kommunikation mit den Kunden über und mit dem Anwalt, die im Ergebnis zu einer höheren Kunden- und Mandantenzufriedenheit führen wird, womit Rechtsschutz und Anwaltschaft wieder in einem gemeinsamen Boot sitzen. ■



Andreas Heinsen, *Vorstandsmitglied der Örag Rechtsschutzversicherungs-AG.*