

Warum der Robo-Anwalt in der Praxis scheitert

Learnings aus dem InsurTech-Bereich

Dr. Johannes Becher, Geschäftsführer und Mitbegründer, Getsurance

19. März 2018

LR 2018, Seiten 62 bis 66 (insgesamt 5 Seiten)

Die LegalTech-Szene hat den Rechtsanwalt zur bedrohten Art erklärt. Ein Großteil seiner Aufgaben sei triviale Subsumtion und mittels smarterer Algorithmen schon bald digitalisierbar. Vorbei seien schon bald die Zeiten, in denen sich junge Anwälte in Großraumbüros mit Bergen von Dokumenten herumschlagen müssten. Studien warnen vor einem großen Anwaltssterben, sobald Robo-Anwälte Rechtsverstöße auf Websites erkennen, Vertragswerke digital auswerten und für Klienten Fälle managen.¹

1

Während sich LegalTech noch auf dem Gipfel der überzogenen Erwartungen sonnt, hat die InsurTech-Szene bereits erste Enttäuschungen erlebt. Insolvenzen und Notverkäufe waren die Folge.² Dabei hätte die Digitalisierung des Versicherungsmaklers im Vergleich zum Rechtsanwalt deutlich einfacher sein müssen, wenn man Studien zur Automatisierbarkeit glaubt.³ Was war schief gegangen und was kann LegalTech daraus lernen?

2

1. Digitale Berater im Papierkrieg

Die Digitalisierung der menschlichen Beratung war bereits vor vier Jahren die Mission junger Versicherungs-Startups. Großzügig finanzierte Unternehmen wie Knip, Clark und GetSafe traten an, den unbeliebten Versicherungsmakler durch smarte Algorithmen zu

3

¹ Siehe z.B. die BCG-Studie "How Legal Technology Will Change the Business of Law" (2016), abrufbar unter <https://goo.gl/rvzcZq>.

² Vgl. *Versicherungsbote* v. 3.7.2017, "Knip und Komparu fusionieren – Just muss gehen", abrufbar unter <https://www.versicherungsbote.de/id/4856035/Knip-Komparu-fusion-Just/>.

³ Vgl. *Telegraph.co.uk* v. 27.9.2017, "These are the jobs most at risk of automation according to Oxford University", abrufbar unter <https://goo.gl/6nrt5n>.

ersetzen.⁴ Smartphone-Apps sollten Kunden zu ihrem Versicherungsbedarf beraten und passende Produkte vermitteln. Objektiv und unabhängig, rund um die Uhr.

Die InsurTech-Startups versprachen eine objektive und unabhängige Beratung, die sich nicht an persönlichen Vorlieben oder Provisionsinteressen orientiert. Wie menschliche Berater sollten sich Beratungs-Apps einen Überblick über die Lebenssituation des Kunden und bereits bestehende Versicherungspolice verschaffen. Im zweiten Schritt sollten Lücken im Versicherungsschutz geschlossen werden, indem neue Verträge automatisch ausgewählt werden.

4

Um das Mehrwertversprechen in die Tat umzusetzen, waren die Anbieter der Berater-Apps auf die Kooperation der großen Versicherungsgesellschaften angewiesen. Da dem Smartphone-Nutzer das Heraussuchen und Eingeben bestehender Versicherungspolice nicht zuzumuten war, forderten die Startups Informationen über bestehende Verträge bei den entsprechenden Versicherungsgesellschaften an. Dabei stießen sie schnell auf die papierbasierte Realität der Versicherungsindustrie. Die Antworten der Versicherer ließen zum Frust der Nutzer teils viele Wochen auf sich warten. Das Ergebnis war nicht selten ein schlecht gescannter Versicherungsschein, der, übersät mit Stempeln und Vermerken, für die Maschine unlesbar war.

5

Um beispielsweise Bewertungen der Stiftung Warentest abzurufen, hätten die Apps aber eine genaue Zuordnung zwischen Testberichten und Verträgen herstellen müssen. Die Analyse des Versicherungsportfolios musste sich letztlich auf das Ermitteln und Schließen offensichtlicher Absicherungslücken beschränken. Einem Hundehalter mitzuteilen, dass er eine Hundehalter-Haftpflichtversicherung benötigen könnte, führte weder bei Kunden noch dem Fachpublikum zu Bewunderung.

6

Der Abschluss neuer Verträge bereitete noch größere Probleme. Zwar verfügen die meisten Versicherer bereits über digitale Schnittstellen zur Berechnung von individuellen Prämien, spätestens beim Vertragsschluss sind aber wieder mehrseitige Papierformulare auszufüllen. Um den Abschluss digital unterstützen zu können, hätten die InsurTech-Startups – auf Kosten der Unabhängigkeit – nahezu symbiotische Kooperationen mit einzelnen Versicherern eingehen müssen.

7

⁴ Vgl. *Handelszeitung.ch* v. 26.10.2015, "Knip erhält grösste Fintech-Finanzierung der Geschichte", abrufbar unter <https://goo.gl/YbYqfN>; *deutsche-startups.de* v. 27.10.2015, "GetSafe und Knip sind der neue Herr Kaiser", abrufbar unter <https://goo.gl/mjhgCE>.

2. Den hybriden Kunden gibt es nicht

Ähnliche Schwierigkeiten lassen sich in der LegalTech-Welt erkennen. Verträge und sonstige Dokumente liegen nur selten in digital lesbarer Form vor. Das ausgeprägte Faible für Originalunterschriften führt dazu, dass in der Regel nicht Dateien, sondern Papierdokumente ausgedruckt, unterschrieben und abgelegt werden. So sind sie für Apps und Algorithmen nicht ohne Weiteres zugänglich. 8

Ist der praktikable Weg also vielleicht die hybride Zusammenarbeit zwischen menschlichem Berater und assistierendem Algorithmus? Der Mensch könnte etwa immer dann zum Einsatz kommen, wenn die Schranke zwischen Sprache und Software zu überwinden ist. Er könnte zudem einen Blick auf den Gesamtprozess behalten und dafür Sorge tragen, dass nichts schiefgeht. Der Ansatz hat scheinbar nur Vorteile und wird vor allem von denjenigen geschätzt, die sich um Arbeitsplätze sorgen. In der Versicherungsindustrie feiert man derzeit den *hybriden Kunden*, der scheinbar spielend durch eine Welt von traditionellen Beratungsangeboten und digitalen Tools navigiert. Es kann nicht mehr lange dauern, bis auch LegalTech den hybriden Ansatz als vermeintliche Best Practice identifiziert. 9

Schaut man genau hin, ist der hybride Beratungsansatz im InsurTech-Bereich längst gescheitert. Fast alle Beratungs-Startups hatten entweder eigene Berater eingestellt oder die Kooperation mit freien Versicherungsvermittlern gesucht. Diese sollten telefonisch beraten und immer dann zum Einsatz kommen, wenn der Algorithmus nicht mehr weiter wusste, etwa wenn ein Vertragsabschluss noch nicht digitalisierbar war. 10

Aus Sicht der App-Nutzer entfielen damit aber die wichtigsten Vorteile des digitalen Ansatzes. Kommt ein menschlicher Berater zum Einsatz, erwartet der Kunde ein persönliches Beratungserlebnis. Den Einsatz einer bloß vorbereitenden Self-Service-Technologie empfindet er dann nur als Gängelung, die vor allem dem Unternehmen und nicht ihm selbst dient. Die Beratungs-Apps wurden aus Sicht des Kunden zum Marketing-Gag. 11

3. Digitale Beratung erfordert ein digitales Ökosystem

Da die digitale Beratung zu analogen Produkten nicht funktioniert hat, konzentrieren sich jüngere InsurTech-Startups auf die Entwicklung digitaler Versicherungsprodukte. In Deutschland haben Berater-Apps wie Wefox und Getsafe ihr Geschäftsmodell entsprechend angepasst. Der neue Fokus führt allerdings dazu, dass sich die Startups in der Regel nur auf einen Produkttyp (z.B. die KFZ- oder Krankenversicherung) 12

konzentrieren können. Die Idee einer umfassenden Beratung zum Versicherungsportfolio wurde aufgegeben. An eine wirklich digitale Beratung zu Versicherungen ist erst dann wieder zu denken, wenn eine durchweg digitale Produktwelt entstanden ist.

Schon heute lässt sich im LegalTech-Bereich eine ähnliche Tendenz zu nicht-hybriden, d.h. konsequent digitalen Produkten und Beratungsansätzen erkennen. Entsprechende Entwicklungsstufen hat beispielsweise die Durchsetzung von Fluggastrechten durchlaufen. Digitale Algorithmen lieferten zunächst bloß eine unverbindliche Ersteinschätzung durch Eingabe bestimmter Eckdaten wie z.B. der Flugnummer. Im Anschluss sollten weitere Informationen und Dokumente hochgeladen werden, um einen traditionellen Anwalt zu beauftragen. Die jüngste Iteration des Geschäftsmodells dagegen leistet auf Basis einer verbindlichen algorithmischen Einschätzung des Einzelfalls eine sofortige Auszahlung des Entschädigungsanspruchs. Verbindlichkeit und Geschwindigkeit sind für Klienten dabei offensichtlich so interessant, dass sie bereit sind, die Dienstleistung mit bis zu 35 % des Entschädigungsanspruchs zu vergüten.⁵ 13

Für einen breiteren Einsatz digitaler Rechtsberatung wird in Zukunft ein digitales Ökosystem benötigt, das Vertrags- und Leistungsbeziehungen digital abbildet. Mit der Entwicklung der Blockchain inklusive Smart Contracts wurden in den letzten Jahren wesentliche Voraussetzungen geschaffen. Investitionen in Geschäftsmodelle, die auf der Blockchain aufbauen, haben seitdem rasant zugenommen. Das World Economic Forum rechnet damit, dass im Jahre 2025 rund 10 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts mithilfe der Blockchain abgewickelt wird.⁶ Bis es soweit ist, werden sich digitale Beratungsansätze auf eng definierte Einsatzfelder wie das der Fluggastrechte beschränken müssen, um erfolgreich zu sein. 14

4. Zusammenfassung

- Die algorithmische Rechtsberatung scheitert in der Praxis vor allem am digitalen und strukturierten Zugang zu Daten. Dies gilt vor allem dann, wenn die Kooperation mit traditionellen Akteuren unumgänglich ist. 15
- In der Praxis muss ein digitales Nutzenversprechen auch auf digitalem Wege eingelöst werden. Nutzer werden in der hybriden Beratung durch Algorithmus cum Anwalt keinen Mehrwert erkennen.

⁵ So z.B. das Angebot von *Wir kaufen deinen Flug*, siehe <https://www.wirkaufendeinenflug.de>.

⁶ *World Economic Forum* (2015), Survey Report "Technology Tipping Points and Societal Impact", S. 24, abrufbar unter <https://goo.gl/5ekdXm>.

- Die digitale Rechtsberatung kann in speziellen Nischen schon heute erfolgreich sein. Der Weg in den Mainstream erfordert Smart Contracts und Blockchains, die eine digitale Infrastruktur bereitstellen.