

# MIT INNOVATION ALS NEWCOMER ÜBERZEUGEN



# Inhalt

<b>1 Bewegung in den Markt bringen</b>	<b>2</b>
<b>2 Nutzerfreundliche Plattform für ein transparentes Angebot</b>	<b>3</b>
2.1 Individuelle IT-Lösung für einfachen Self-Service	3
2.2 Verständliches Produkt und flexibler Service	5
<b>3 Wachstum auch ohne Werbung</b>	<b>6</b>
<b>4 Auf gutem Wege</b>	<b>9</b>
<b>5 CNO Netzwerk – The Interchange of New Ideas</b>	<b>10</b>

**Eine Rechtsschutzversicherung übernimmt im Falle eines Rechtstreits die Kosten für Rechtsanwälte, Gutachter und Gerichte für Privatpersonen und Unternehmen. Der Rechtsschutzmarkt genoss bis vor kurzem eher ein Stiefmutter-Dasein, mit einem wenig dynamischen Angebot und einer veralteten Infrastruktur.**

**In diesen Markt trat die Dextra Rechtsschutz AG (Dextra) als neuer Player ein. Mit einem transparenten Angebot und vor allem durch die Unterstützung moderner IT-Mittel wurde ein Angebot geschaffen, das alle Stakeholder überzeugt.**

## 1 Bewegung in den Markt bringen

Der Markt für Rechtsschutzversicherungen in der Schweiz wächst. Gemäss dem Finma-Versicherungsbericht betrug das Bruttoprämienvolumen 2013 492 Millionen Franken, eine Steigerung von 6% gegenüber dem Vorjahr. Dieser Trend besteht seit mehreren Jahren: Die grössere Wahrscheinlichkeit, heutzutage Probleme vor Gericht auszuhandeln, führt zu einem erhöhten Bedarf an Rechtsschutzversicherungen. Private wie auch Unternehmen schliessen deshalb immer häufiger eine Versicherung ab, entweder direkt beim Versicherungsanbieter oder über einen beratenden Vermittler.

Rechtsschutzversicherungen sind nicht ganz einfach zu durchschauen. Die inbegriffenen Leistungen unterscheiden sich je nach Police und Anbieter: Ob nur Privat- oder auch Verkehrsrechtsschutz abgeschlossen wird, wie gross der Selbstbehalt ist, welche Ausgaben gedeckt sind und ob beispielsweise Nachbarschaftsstreitigkeiten inbegriffen sind, muss der Kunde selbst oder mit einem Vermittler abklären.

Bis vor kurzem war der Markt an Angeboten relativ stabil: Von den gut 15 Anbietern in der Schweiz sind fast alle Tochtergesellschaften grosser nationaler oder internationaler Versicherungshäuser. Eigenständige Anbieter gab es nicht. Die Branche zeigte sich relativ restriktiv, Produktinnovationen liessen auf sich warten. Grund hierfür ist sicherlich die Grösse der Konzerne, welche Schnelligkeit und Flexibilität einschränken, aber auch, dass die Prämien insgesamt nur knapp 2% des Schweizer Versicherungsmarkts ausmachen.

Was das Online-Angebot angeht, war die Branche nicht auf dem neusten Stand. Zwar konnten Versicherungen online abgeschlossen werden – deren Verarbeitung beim Versicherungskonzern geschah dann jedoch manuell, was eine zeitliche Verzögerung mit sich brachte. Auch die Möglichkeiten der Makler, die Poli-

cen ihrer Kunden online zu bearbeiten, waren beschränkt oder technisch wenig innovativ umgesetzt.

Vor diesem Hintergrund wollten CEO Peter Dähler und seine drei Partner eine Versicherungsgesellschaft gründen, die nicht nur ein besseres Produkt anbietet, sondern auch die Kunden effektiver betreut und als Gesamtpaket inklusive Vertrieb attraktiver ist. So sollte den Kunden und Maklern die Auswahl und Vermittlung dieser Versicherungsdienstleistung vereinfacht und ein Mehrwert geboten werden.

## 2 Nutzerfreundliche Plattform für ein transparentes Angebot

2012 wurde die Dextra gegründet. Essentiell für die Lancierung der neuen Versicherungsgesellschaft waren ein überzeugendes, einfaches Produkt und ein zukunftsorientierter Vertrieb mit einer modernen IT im Hintergrund. Das Produkt und dessen Verwaltung sollten für Kunden und Vermittler ideal gestaltet, der administrative Aufwand im Hintergrund minimiert werden.

3

### 2.1 Individuelle IT-Lösung für einfachen Self-Service

Das Geschäftsmodell basierte auf dem Aufbau einer modernen Online-Plattform. Anstatt auf eine bestehende Versicherungssoftware aufzubauen, wurde für ein optimales Ergebnis eine von Grund auf neue Lösung aufgebaut. Dextra hat diese Idee gemeinsam mit ihrem technischen Partner sum.cumo AG (sum.cumo), einem Schweizer Anbieter für individuelle E-Commerce-Lösungen, umgesetzt. Zusätzlich zur Softwareentwicklung zeichnet sich der Anbieter auch für den gesamten Webauftritt und das Online-Marketing verantwortlich und arbeitet in einem engen, partnerschaftlichen Verhältnis mit Dextra zusammen.

Mit klaren Vorstellungen und unter Einbezug der zukünftigen User entwickelte sum.cumo ein einfach zu bedienendes Tool, das vom Endkunden direkt wie auch von den Maklern benutzt werden kann. Alle können online mit wenigen Klicks eine Versicherung abschliessen, letztere zusätzlich ihre Kunden verwalten. Um effektiv einen Nutzen gegenüber anderen Versicherungen zu garantieren, wurde die Benutzeroberfläche so simpel und intuitiv wie möglich gestaltet und die dahinterliegenden Systeme mussten funktionieren. So werden online ausgefüllte Daten direkt in die Versicherungssoftware geschrieben, ohne dass sie jemand manuell noch bearbeiten müsste. Die weitere Korrespondenz zur Versicherung erfolgt nach Wunsch online oder postalisch.

Zentral für die Entwicklung der Plattform war der Einbezug der praktischen Perspektive, der Nutzersicht. Nur wer die Abläufe und Bedürfnisse der Anspruchsgruppen kennt, kann ein entsprechendes Angebot ausarbeiten. Sonst kann man technisch zwar eine einwandfreie Lösung gestalten, die weder benutzungsfreundlich ist, noch den Erwartungen der Zielgruppe entspricht. Das fachliche Know-how aus der Versicherungsbranche kam einerseits von den Gründern von Dextra. Andererseits wurden auch deren zukünftige Partner auf verschiedenen Entwicklungsstufen miteinbezogen, um zu testen, ob die Plattform ihre Arbeit tatsächlich erleichtert.



Abbildung 1: Auf dem Online-Portal findet man sich intuitiv zurecht.

Die Plattform ist ein Differenzierungsmerkmal für Dextra. Folgende Eigenschaften zeichnen die moderne IT-Lösung aus:

- ▶ Sie ist selbsterklärend, die Benutzung erfolgt intuitiv – ohne Anweisungen oder Hilfestellungen. Der Online-Prozess ist einfach und gradlinig. Bei einer Abschlusszeit von zwei Minuten besteht kaum Gefahr, dass Kunden währenddessen abspringen.
- ▶ Alles geschieht online und in Echtzeit – man muss keine speziellen Programme herunterladen und alles funktioniert unabhängig vom Gerät. Sämtliche Informationen können auf der Plattform erfasst werden – bei Standardprodukten muss Dextra nicht zusätzlich kontaktiert werden. Sobald die Versicherung online abgeschlossen ist, ist sie im System eingetragen.

- ▶ Die Abläufe sind automatisiert. Bei einer Mutation der Produkte wird die Benachrichtigung der Broker und Kunden beispielsweise direkt ausgelöst. Die Buchhaltung ist mit der Plattform gekoppelt: Sobald eine Versicherung über das Online-Formular im System erfasst ist, ist sie im Buchhaltungssystem vermerkt.
- ▶ Die Software bildet mit dem Webauftritt und dem Portal eine Einheit.
- ▶ Die Website ist zweisprachig, alle Dokumente sind viersprachig erhältlich.

Björn Freter  
CEO, sum.cumo AG

*„Unser Plan, ein Tool zu kreieren, das keine Bedienungsanleitung benötigt, ist aufgegangen. Obwohl viele Makler all ihre Tasks auf der Website durchführen, haben wir bisher noch keine einzige Anfrage für eine Bedienungsanleitung erhalten.“*

## 2.2 Verständliches Produkt und flexibler Service

Kern von Dextra sind die Rechtsschutzversicherungen. Die Gründer von Dextra konnten mit ihrer langjährigen Erfahrung in der Branche ein Angebot aufbauen, das einfacher und verständlicher, aber nicht minder qualitativ hochstehend ist. Die Produkte sind komplett, die Leistungen werden klar kommuniziert. So wird der Kunde im Schadensfall nicht überrascht, weil zum Beispiel gewisse Bereiche dann doch nicht von der Versicherung gedeckt werden, oder er einen Selbstbehalt hat, mit dem er nicht gerechnet hat. Makler schätzen zudem den online angebotenen Konkurrenzvergleich der Dextra. Sie können ihre Kunden auf diesen verweisen, um ihnen die Vorteile des Angebots aufzuzeigen. Neben dem Kernprodukt fällt Dextra aber auch aus weiteren Gründen positiv auf.

Das Unternehmen ist aufgrund seiner Grösse und Struktur sehr flexibel. Macht die Konkurrenz Anpassungen im Produktportfolio, kann Dextra innert kürzester Zeit reagieren. In nur einem Monat kann ein neues Produkt geplant und erstellt werden inkl. der Kommunikation zum Endkunden oder Vermittler. So wird sichergestellt, dass das Angebot immer aktuell ist und den Kundenbedürfnissen entspricht. Bei der Konkurrenz dauert ein solcher Prozess oft sogar länger als ein Jahr.

Im Gegensatz zu grösseren Versicherungskonzernen profitiert Dextra zudem von kurzen Entscheidungs- und Kommunikationswegen. Hat ein Kunde, Vermittler oder Anwalt eine Frage, kann er schnell mit einer fachlich kompetenten Person Kontakt aufnehmen, die bei Bedarf auch handlungs- und entscheidungsberechtigt ist.

Als einziger sowohl national als auch international unabhängiger Versicherungsanbieter ist Dextra nicht an ein Mutterhaus gebunden und entsprechend frei in ihren Entscheidungen. Bei Dextra arbeiten zudem fast ausschliesslich Anwälte. Deren Ziel ist es, ihren Job gut zu machen und mit ihrer Rechtsunterstützung Kunden zufrieden zu stellen. Es geht nicht nur darum, den Gewinn für einen im Rücken stehenden Konzern zu maximieren, sondern mit zufriedenen Kunden Umsatz zu erzielen.

	dextra	Assista TCS	AXA-ARAG	CAP	COOP	DAS Risk	DAS Classic	DAS Esp	Fortuna	Online Prozess Standard	Online Prozess Premium	Protecta
<b>Prämien in CHF inkl. eidg. St. (Online-Preise können abweichen)</b>												
Verleumdungsschutz - Einzeldeckung	65	66-69	113,3	86,9	115	115	115	115	115	115,3	115,3	110
Verleumdungsschutz - Haushaltdeckung	99,75	96-95	162,25	159,2	165	160	160	220	175	167	167	160
Privatrechtsschutz - Einzeldeckung	392,75	121-85	218	nicht möglich	225	165	205	207	165	221	178	200
Privatrechtsschutz - Haushaltdeckung	210	245-45	251	nicht möglich	280	200	210	310	210	215	472,5	240
Kundenrechtsschutz - Einzeldeckung	110	238-65	281,25	288,8	320	270	285	335	280	277,2	384,8	280
Kundenrechtsschutz - Haushaltdeckung	264	131-65	371,7	363,5	375	335	360	460	360	369,6	495,6	390
<b>Versicherungsleistungen</b>												
Garantieraten pro Schadenfall	500'000	250'000	250'000	500'000	500'000	200'000	250'000	500'000	250'000	500'000	1'000'000	500'000
Garantieraten der Wohndeckung	100'000	50'000	50'000	60'000	30'000	keine	keine	100'000	50'000	50'000	75'000	50'000
Mitbestimmter Vermögensschutz	keiner	2'000	300	keiner	300	600	300	keiner	keiner	500	500	keiner
Rechtsanwaltskostenlimit	keiner	100'000	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner	100'000	100'000	100'000
Selbstbehalt	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner	500	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner	keiner
<b>Versicherte Personen Variante Haushalt/Familie</b>												
Eltern, Partner, Kinder	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Alle Personen im Haushalt ohne Aufpreis dabei	ja	nein	auf Wunsch	ja	nein	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja
Ausserhalb wohnende Kinder ohne Aufpreis dabei	ja	nein	ja	ja	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
<b>Versicherte Risiken</b>												
Schadenersatzpflicht	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Schadenersatzpflicht ohne Vermögensschutz	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein
Rechtswacht	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Strafverteidigung	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Voraussetz. Kostenersatzung bei Freigang	ja	ja	nein	nein	nein	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja
Selbstwehr Mafilen	ja	nein	ja	nein	ja	nein	nein	nein	nein	nein	ja	ja
Vandalengelder	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Strafverteidigungskosten	ja	nein	nein	nein	ja	nein	ja	ja	ja	nein	nein	nein
Mitbest.	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Abfallrisiko	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Arbeitsliche Geschäftsführung ohne Aufpreis dabei	ja	ja	nein	ja	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja
Wagnis ohne Typensicherung	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein
Immobilienrecht ohne Aufpreis dabei	ja	nein	ja	nein	bis CHF 2'000	nein	nein	nein	nein	nein	bis CHF 10'000	ja
Kundenrechtsschutz ohne Aufpreis dabei	ja	nein	nein	nein	bis CHF 2'000	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Strafverteidigungskosten ohne Aufpreis dabei	ja	nein	ja	ja	ja	nein	nein	nein	nein	auf Wunsch	ja	ja
Wahlrecht Patentrecht	ja	ja	ja	ja	nein	nein	nein	ja	nein	nein	ja	nein
<b>Weitere Merkmale</b>												
Gesamte jährliche Deckung	Welt	CH/L	Europa	Welt	Europa/Welt	CH/L	EU/STL	Welt	CH/L	Europa	Welt	EU/STL
Kündigung	1 %	2 %	2 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate	3 Monate
Kosten bei Übergabefristsetzung	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine

Abbildung 2: Der Konkurrenzvergleich macht die Leistungen von Dextra transparent.

### 3 Wachstum auch ohne Werbung

Seit ihrem Markteintritt ist Dextra auf Erfolgskurs, und zwar mit minimalem Aufwand. Die Broker konnten dank des überzeugenden Produkts und des Netzwerks der Gründer von Dextra ohne grossen Aufwand rekrutiert werden: Das Unternehmen wurde ihnen lediglich per E-Mail vorgestellt. Bereits ist mit über 300 knapp die Hälfte der relevanten Schweizer Versicherungsmakler mit Dextra unterwegs.

Name	Police Nr.	Produkt	Brutto Jahresprämie
Petra Musterfrau	P00000224001	PRIVATE+DRIVE	CHF 294.00
Muster & Muster AG	P00000204201	DRIVE	CHF 63.00
Carlo Muster	P00000204101	PRIVATE	CHF 162.75
Maria Testmann	P00000204001	PRIVATE	CHF 162.75
Test AG	P00000203801	SMALL BUSINESS	CHF 525.00
Petra Mustermann	P00000203701	SMALL BUSINESS	CHF 525.00
Firma Muster AG	P00000203601	ONLY DRIVE	CHF 63.00
Mario Muster	P00000193501	PRIVATE	CHF 162.75

Abbildung 3: Das Maklerportal bietet eine Übersicht über die Kundenpolicen.

Die Vorteile für Makler sind vielfältig:

- ▶ Die Qualität des Rechtsschutzes stimmt, die Produkte sind gut.
- ▶ Der Online-Abschluss der Policen funktioniert zuverlässig und intuitiv. Es braucht dafür keine spezielle Schulung und man kann bei Fragen direkt anrufen. Die Abläufe sind sehr schnell – innerhalb nur eines Tages haben die Makler auf Anfrage die Unterlagen auf dem Tisch.
- ▶ Die Online-Plattform erlaubt jederzeit einen Überblick über Anzahl und Art der Policen, und somit auch der ausstehenden Provisionen. Dies senkt den administrativen Aufwand.
- ▶ Provisionen werden transparent abgerechnet und ausbezahlt.
- ▶ Service und Betreuung der Makler steht im Vordergrund. Vor allem die kurzen Kontakt- und Entscheidungswege bieten einen Vorteil. Makler fühlen sich weniger anonym als bei einer grossen Versicherungsgesellschaft.



- ▶ Makler müssen nicht mehr von sich aus nach Neuigkeiten und Veränderungen Ausschau halten. Wird beispielsweise eine Police aufgrund einer Produktneuerung angepasst, informiert Dextra automatisch.

Daniel Häni,  
Mandatsleiter,  
IC Unicon AG

*„Dextra ist eine junge Gesellschaft, welche sich im Konkurrenzvergleich als übersichtlich und dynamisch erweist. Zudem hat sie dank ihrer Online-Plattform einen klaren Vorteil – einfach und schnell. In der Beratung und Betreuung meiner Kunden nimmt die Rechtsschutzversicherung nur einen kleinen Teil ein. Deshalb benötige ich einen Partner, bei dem ich rasch die gewünschten Informationen erhalte. Das ist mit Dextra gegeben. Und das Wichtigste... meine Kunden sind zufrieden mit dem juristischen Support.“*

Die Versicherungsnehmer sind mit dem Angebot zufrieden. Für die Bekanntmachung in der Zielgruppe wurden nur wenige Online-Marketing Massnahmen ergriffen, wie die Nutzung von Ad Words, Schaltung von Werbebannern auf Vergleichsportalen oder Suchmaschinenoptimierung. Zuträglich für den Erfolg war sicherlich auch ein Bericht des Konsumentenmagazins K-Tipp, in dem Dextra den ersten Platz einnahm – gerade mal zwei Monate nach der Lancierung. Das Tüpfchen auf dem i war jedoch der Testsieg als beste Rechtsschutzversicherung im Kassensturz von SRF. Dank dieser ausgezeichneten Bewertung konnte sich Dextra definitiv im Markt etablieren und stark an Bekanntheit gewinnen.

Auch die gut 130 Anwälte, die mit Dextra kooperieren, profitieren von der neuen Versicherung, vor allem hinsichtlich der Zusammenarbeit. Die Mitarbeiter von Dextra verfügen alle über eine Fachkompetenz, die es erlaubt, auf Augenhöhe zu kommunizieren. Allgemein fällt die Kommunikation aufgrund der kurzen Wege leichter – man landet nicht immer zuerst in der Administration, sondern spricht meistens direkt mit einem Entscheidungsträger. Zudem erhalten die Anwälte viel Freiheit und Vertrauen.

Zuletzt profitiert auch Dextra selbst von der soliden Softwareplattform: Da alle Daten stets aktuell mit der Versicherungssoftware verknüpft sind, haben sie laufend den Überblick über die Geschäftszahlen. Des Weiteren können die Kundendaten ausgewertet werden, um beispielsweise anhand verzögerter Zahlungen problematische Kunden zu eruieren. Zudem ist Dextra aufgrund der schlankeren Vertriebsstruktur, der bedarfsorientierten Maklerbetreuung sowie dem geringen Administrationsaufwand auf weniger Mitarbeiter angewiesen als die Konkurrenz.

## 4 Auf gutem Wege

Dextra hat in den leicht verstaubten Markt der Rechtsschutzversicherungen frischen Wind gebracht. Von den guten Produkten und vor allem der Online-Plattform profitieren Versicherungsnehmer und Makler. Innert kürzester Zeit konnte Dextra erste Erfolge vermerken – der Break Even erfolgte gut andert-halb Jahre nach der Lancierung. Der Fokus des Start-ups liegt immer noch auf dem Kernbusiness. Ziel der Dextra ist es, längerfristig die Marktführerschaft in Güte der Produkte und des Services zu erzielen. Zudem soll der Maklervertrieb ausgebaut werden, so dass alle relevanten Makler in der Schweiz Dextra ver-treiben und immer mehr Kunden, vor allem Unternehmen, davon profitieren können.

<b>Ansprechpartner</b>	<b>Funktion</b>	<b>Unternehmen</b>
Peter Dähler	CEO	Dextra Rechtsschutz AG
Daniel Häni	Mandatsleiter	IC Unicon AG
Björn Freter	CEO	sum.cumo AG
Diana Brugger	Autorin	sieber&partners

## 5 CNO Netzwerk – The Interchange of New Ideas

Im Chief Networking Officer (CNO) Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und ein besseres Verständnis für die Nützlichkeit der Informatik für Unternehmen und Verwaltungen. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Medien.

Ein jährlicher Kongress, das CNO Panel, ist die Schweizer Plattform für das Top-Management mit Schwerpunktreferaten, Workshops und viel Raum für persönliches Networking.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die im Top-Management die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können, damit neue Geschäftsfelder erschlossen und die Wertschöpfung im Unternehmen oder in der Verwaltung gesteigert werden kann.

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2014 sind: Kompetenzzentrum für Public Management Universität Bern; IWI Universität Bern, Abteilung Information Engineering; IWI Bern und Abteilung Information Management; IfM Universität St. Gallen

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2014 sind: simsa; WinLink; Swiss Marketing SMC; asut; Swico; IFJ Institut für Jungunternehmen; internet-briefing.ch; ICT-Berufsbildung Schweiz

Medienpartner des CNO Netzwerks 2014 sind: IT Business; inside-it; Netzmedien; Handelszeitung

### Kontakt

Dr. Pascal Sieber & Partners AG  
+41 31 566 93 00  
[www.cno-panel.com](http://www.cno-panel.com)