



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

0%

Overall Similarity

Date: Jan 28, 2026 (01:56)

Matches: 0 / 1346 words

Sources: 0

Remarks: No similarity found,
your document looks healthy.

Verify Report:

Scan this QR Code



2.4.2 Chancen und Risiken

Künstliche Intelligenz ist schon da. KI-Programme es in einer unglaublichen Geschwindigkeit, unzählige Aufgaben zu erledigen. Das einzige Hindernis der derzeitigen KI sind die Rechenleistungen. KI hat sich über die Jahre entwickelt und kann nun zur Unterstützung des exponentiellen Datenwachstums gezielt eingesetzt werden. Digitale Prozesse hinterlassen eine Unmenge an Daten und das hohe Datenvolumen kann mittels KI entsprechend bearbeitet und verwendet werden. (Rainsberger, 2021)

Künstliche Intelligenz wird in der Bevölkerung sehr widersprüchlich angenommen und entsprechend bewertet. Natürlich werden die Chancen durch KI erkannt und auch gelobt. Die Arbeit der künstlichen Intelligenz wird hauptsächlich bereits als selbstverständlich wahrgenommen. Die Sorgen und Ängste durch den rasanten Fortschritt der KI sind nicht weg.

Die Risiken für eine Versicherung ist der Vertrauensbruch mit den Kunden. Da die Kunden nach Vertragsabschluss auf die Leistung vertrauen, wofür sie den Preis bezahlen. Somit sind Regulierungen als Form von Sicherheit maßgeblich (De Gruyter, 2021).

Innovation bedeutet digitaler Wandel. Doch viele große Unternehmen meiden diese Veränderungen. Etablierte Prozesse und jahrelange Erfahrungen sind schwer durch den Einsatz digitaler Anwendungen abzulösen. Dem Verlangen nach Perfektionismus und vergangener Erfolge verhindern schlichtweg Innovationen. Für die Einführung neuer digitaler Prozesse oder andere KI-Anwendungen, bedarf es eine branchenunabhängige Betrachtungsweise. (Beenken/Knörner/Moormann/Schmidt, 2018).

Risiken im Bereich KI-Technologie vor allem in Bezug auf die Cybersicherheit zu benennen. Nicht nur die Blackbox-Problems, welche bedeuten, dass die KI-Ergebnisse und Empfehlungen liefern, ohne dieses überprüfen zu können. Der derzeitige Wissensstands hat eine bedeutende Rolle, da keine Studien oder sonstige Hinweise existieren, die das Blackbox-Problem aufzeigen können. Es fehlt an grundlegenden Informationen zu weiteren zukünftigen Leistungen. (Christen, 2020).

Datenschutz und dessen Verletzung zählt zu den derzeit größten Risiken im Bereich der

KI-Technologie. Täglich geben unzählige Menschen auf der Welt ihre privaten Daten ins Internet, wo sie auf unbekannten Servern landen. Diese Server können ganz einfach von staatlichen Geheimorganisationen für Informationen über vereinzelte Personen als Informationsquelle dienen. Von Recht auf Privatsphäre und Schutz seiner persönlichen Daten ist nicht mehr die Rede. Möchte man jedoch die Kontrolle über seine Daten vollkommen zurück, besteht die Gefahr, in der digitalen Entwicklung stehen zu bleiben. Unser täglicher Begleiter, das Smartphone speichert, bei nicht ausdrücklicher Deaktivierung, viele unserer Daten wie den Standort. Bei vielen Anwendungen oder Herstellern muss eine Cloud verwendet werden, es gibt dazu kaum Alternativen. Eine der größten und gefährlichsten Situationen wird unter dem Decknamen „technologische Singularität“ benannt. Kurz zusammengefasst wird hier die Möglichkeit aufgezeigt, dass in naher Zukunft die künstliche Intelligenz ein Niveau erreicht, welche unseren menschlichen Verstand übersteigt. Was wir in unzähligen futuristischen Spielfilmen sehen, kann zur Realität werden. Problematisch wird es, wenn die KI-Anwendungen sich beginnen selbst weiterzuentwickeln und die Wissenschaft dies nicht mehr kontrollieren können. (Göbel/Wolff, 2018).

Digitalisierung in Konkurrenz zum Humankapital von Versicherungen wird durch die Digitalisierung und künstliche Intelligenzen immer deutlicher. Früher setzte man auf Menschen mit entsprechendem Know-How, heute haben sich Versicherungsunternehmen mit dem Trend gewandelt. Plötzlich stehen Sie im Wettbewerb mit anderen Branchen. Aufgrund von öffentlichen Bewertungen anhand vorgegebenen Eigenschaften ist es unabdingbar auch für Versicherungen, entsprechend ausgebildete Fachkräfte für den Bereich der Digitalisierung für sich zu gewinnen. Versicherungsunternehmen sind einem enormen Druck in Bezug auf die Wahrnehmung von Veränderungen ausgesetzt. Dafür müssen zwei unterschiedliche Bereiche separat betrachtet werden, zum einen der technologische Fortschritt und zum anderen die spezifischen Änderungen in der Branche. Immer mehr branchenübergreifenden Inhalte finden Anklang, was teilweise nur mit Hilfe von Technologie und Digitalisierung umgesetzt werden kann. Mittlerweile wird die IT-

Abteilung in Versicherungsunternehmen zu einer der wichtigsten Fachabteilungen.
(Nolte/Pfeil/Rasch/Springer, 2020).

2.4.3 Anwendungsbeispiel in Versicherungsunternehmen

In Deutschland sind die Chancen durch den Einsatz der KI in Versicherungsunternehmen bereits bekannt. Vorerst waren dies nur Konzepte auf dem Papier. Test-Use-Cases haben jedoch dazu geführt, dass durch den Einsatz von IBM Watson eine Veränderung aufgekommen ist (Versicherungskammer Bayern). Die Software wird eingesetzt um Eingangspost in „verärgert/nicht verärgert“ vorzusortieren. Somit erfolgt die Einteilung der Poststücke anhand eines vorprogrammierten Algorithmus, dies ist ein möglicher Anwendungsfall von künstlicher Intelligenz (De Gruyter, 2021).

Künstlichen Intelligenz ist beeindruckend und keine Ausnahme mehr. Auch nicht im Vertrieb. Es sind leistungsstarke Maschinen, die kommunizieren und eine Revolution bewirken.

Anwendungsbeispiele für den Einsatz von KI sind:

Kundensupport:

Aufgrund der technischen Entwicklung besteht die Möglichkeit durch KI-Kundenanfragen – auch telefonisch – in Echtzeit zu beantworten. Die Künstliche Intelligenz kann häufige Fragen erkennen und die entsprechenden Antworten liefern. Man geht davon aus, somit die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. (Stevens, 2023). Kundenplattformen:

Um jederzeit aktuell auf seine Verträge zugreifen zu können, bieten bereits alle Versicherungen eine Kundenportal als Leistung an. Dies ist die Weiterentwicklung zur

klassischen Polizze per Post. Alle Kunden haben eine einheitliche Maske, es ist einem Analysetool verbunden, welches die Lebensbereiche der Kunden abdeckt.

Schnellere und einfachere Datenerfassung sowie die Möglichkeit, eine Kundenempfehlung des Beraters auf allen wichtigen Tols zu sichern. (Bischof/Gold, 2020)

Datenanalysen:

Versicherungsunternehmen erkennen mittlerweile, dass die von ihnen gespeicherten Daten von Kunden oder Schadenbeteiligten einen wertvollen Charakter haben. Durch den Einsatz von KI beseht die Möglichkeit dieses Daten entsprechend vorgegebene Kriterien zu bearbeiten. Hinzuzufügen ist, dass derzeit kein fertiges Programm existiert, es bedeutet eine schrittweise Veränderung im Bereich der Datenanalyse, Datenmanagement Abwicklung von Schadenfällen oder anderen Prozessen. Versicherungen haben die Schwelle zu KI bereits überschritten und es gibt kein Zurück mehr. (Reich/Zerres, 2018).

Maklervermittlungsprogramme:

10 Jahre und die Technik ist weit gekommen. Auch aktive Maklerportale zählen zum Fortschritt der Technologie. Nur wenige Softwareanbieter waren in der Lage die rasche technische Veränderung in ihrem System einzuarbeiten. Aus diesem Grund haben sich große Maklerportale für selbstständige Vertriebsagenten oder Makler etabliert.

Wichtig bei Maklerprogrammen ist die CRM-Funktion mit all seinen Kernfunktionen, um eine schnellere Bearbeitung und besseren Service zu bieten. Die CRM-Funktion soll bei Kundenterminen den Vertriebsmitarbeiter entsprechend unterstützen. Das erste und wichtigste ist der digitale Terminkalender, er signalisiert einen Kundentermin, danach folgen die Kundeninformationen wie Telefonnummer, Adresse bis hin zu den relevanten Auskünften zu bestehenden Verträgen oder laufenden Angeboten.

Desweiteren stehen durch diese Plattformen auch relevante Produktinformationen jederzeit zur Verfügung. Um jedoch bei einem Termin besser vorbereitet zu sein, kann man das System bereits vorab mit entsprechenden Eingaben zum Kundenwunsch (KFZ-Versicherung, Lebensversicherung) befüllen. (Andelfinger, 2018).

Vertriebsstrategien:

Das Ziel der Zukunft lautet vollumfängliche Kundebetreuung, als Problemlöser, Entscheidungsfinder oder aber einfacher Begleiter in verschiedenen Lebenssituationen. Im Jahr 2030 sollen Kunden ausschließlich mit Vermittlern vernetzt werden, welche durch KI-Tools eine vollumfängliche Kundenanalyse durchführen können. Das Ziel sind vollumfängliche Versicherungslösungen in allen relevanten Lebensbereichen. Wichtig ist anzumerken, während des gesamten Prozesses muss der Kunden, wie auch in der Vergangenheit bei persönlicher Analyse durch den Vermittler – im Vordergrund stehen. (Bischof/Gold, 2020)

Digitales Ökosystem:

„Ökosysteme sind kundenorientierte Netzwerke, über die Produkte und Services von verschiedensten >Playern< gebündelt angeboten werden. Im Zentrum digitaler Ökosysteme steht eine Plattform, über die verschiedene Systeme und Leistungen integriert werden können. Ziel ist es durch diese Verbindungen, gemeinsam einen neuen und einzigartigen Kundenmehrwert zu generieren.“

Plattformökosysteme sind dafür konzipiert, um eine Abdeckung des vorhandenen Marktes durch Drittanbieter zu erschaffen. Es entsteht somit für den Kunden ein digitales und unabhängiges Ökosystem für den Bereich von Versicherungen. Die große Schwierigkeit dahinter ist das vollumfassende Kundenerlebnis, auch benötigen die Betreiber (Zusammenschluss von Versicherungen) die Kontrolle und eine gewisse Flexibilität über das erschaffene Ökosystem.

Mögliche weitere digitale Anwendungsbereiche sind: Wertangebot, Standortbestimmung. (Nolte/Pfeil/Rasch/Springer, 2020)

Literaturverzeichnis

Abou-Chadi, Tarik/ Bernstein, Abraham/ Cas, Johann/ Christen, Markus/Mader, Clemens
(2020): Wenn Algorithmen für uns entscheiden, Chancen und Risiken der künstlichen
Intelligenz; Vdf Hochschulverlag AG, Zürich

Andelfinger, Volker P (2018): 2025 – Die Versicherung der Zukunft; VVW GmbH, Karlsruhe

Beenken M./Knörrer D/Moormann J./Schmidt D. (2018): Digital Insurance, Strategien, Geschäftsmodelle, Daten; Frankfurt School Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Bischof, Klaus/Gold, Michael (2020): Management und Führung in Versicherungsunternehmen; VVW GmbH, Karlsruhe

Göbel, Richard/ Wolff, Dietmar (2018): Digitalisierung, Segen oder Fluch? Wie die Digitalisierung unsere Lebens- und Arbeitswelt verändert; Springer Verlag GmbH, Berlin

Kiermaier, Axel/Kühlein, Renè/Nörtemann, Stefan/Offermatt, Jonas/Seehafer, Martin/Transchel, Fabian/Weidner, Wiltrud (2021): Actuarial Data Science, Maschinelles Lernen in der Versicherung; Walter De Gruyter GmbH & Co KG

Nolte, Lukas/ Pfeil, Thilo/ Rasch, Arno/ Springer, Paul (2020): Transformation von Versicherungsunternehmen, KI und Co: Die Antreiber der Digitalisierung; VVW GmbH, Karlsruhe

Rainsberger, Livia (2021): KI – die neue Intelligenz im Vertrieb; Springer Gabler Verlag/Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden

Reich, Michael/Zerres, Christopher (2018): Handbuch Versicherungsmarketing; Springer Verlag GmbH, Berlin Germany

Stevens, Jerry J. (2023): KI im Vertrieb; tredition Verlag

EXCLUDE CUSTOM MATCHES	ON
EXCLUDE QUOTES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	OFF