



© turgaygundogdu - stock.adobe.com

Könnten Versicherungsmakler sich klonen, würden sie es machen

Die Kapazitäten eines Versicherungsmaklers sind endlich. Künstliche Intelligenz (KI) könnte ihn in Zukunft multiplizieren – und ihn weiter als wichtigen Ansprechpartner für den Kunden etablieren. Die Wettbewerbsvorteile durch KI gilt es schon jetzt zu nutzen.

Ein Versicherungsmakler ist eine autarke Institution, welche meist auf das Branding einer einzelnen Person zurückzuführen ist. Das größte Problem, vor dem große und kleine Assekuranzmakler stehen, ist der Faktor Zeit und eine begrenzte Multiplikation. Der Branche mangelt es an qualifizierten Fachkräften; gleichzeitig steigen qualitative und regulatorische Anforderungen, wodurch ein solcher Abwärtstrend maximiert werden kann. Erfolgreiche Makler müssen in diesem Falle gut priorisieren und unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Abhängigkeiten effizient terminieren. Eine reine

Ein effizientes Auslagern von Tätigkeiten an eine Anwendung auf Basis von künstlicher Intelligenz (KI) kann einen Versicherungsmakler qualitativ und effizient multiplizieren.

Einschätzung der erwarteten Provision, ferner lange und erfolgreiche Kundenbeziehungen mit zahlreichen Empfehlungen, das ist auch für einen erfahrenen Makler nicht immer mit voller Gewissheit zu prognostizieren. So könnte auf diesem Wege Geschäft verloren gehen, da ein Kunde aus kapazitiven Gründen nicht beraten werden kann und ein anderer Interessent aus unterschiedlichen Gründen den Vorzug erhalten hat. Folglich sollte ein Makler auch das vermeintlich „kleine“ Geschäft wie Kfz-Versicherungen im Blick behalten, welches via Cross-Selling zu einem provisionsreicheren Folgegeschäft und Empfehlungen führen kann. Ein effizientes Auslagern von Tätigkeiten an eine Anwendung auf Basis von künstlicher Intelligenz (KI) kann einen Makler qualitativ und effizient multiplizieren.

Das Geschäft im Maklervertrieb als Nährboden für KI

Obwohl ganzjährig Versicherungsbedarf besteht, ist das Anfrage- und Nachfrageverhalten der Kunden in bestimmten Sparten saisonal bedingt. Das Paradebeispiel dafür stellt die Kraftfahrtversicherung dar: Im Herbst wird das Jahreswechselgeschäft eingeläutet und bietet den Autofahrern und -haltern die Chance, ihren Versicherungsvertrag zu kündigen und zu einem günstigeren Anbieter zu wechseln. Auch im Frühjahr boomt das Anfragevolumen durch die Absicherung von Leichtkrafträdern, Mopeds und Sommerwägen. Derartige Er-

eignisse ermöglichen im Tagesgeschäft eines jeden Maklers eine Generierung an Neu- und Bestandsgeschäft. Treffen solche Begebenheiten auf Ressourcenengpässe, entsteht exponentiell wachsendes Arbeitsvolumen, überstrapaziertes Personal sowie steigende Kosten aufgrund von internen und externen Deckungen und Neueinstellungen.

Die Digitalisierung schafft ein neues Kundensegment, das von Selbstbewusstsein, Individualität und Unabhängigkeit geprägt ist. Der neue Typus, der Kunde 3.0, erwartet in der heutigen schnelllebigen und digitalen Zeit einen hohen Servicestandard, der in so einem Aufwandsboom nicht eingehalten werden kann. Weitere negative Folgen können eine sinkende Kundenzufriedenheit und ein steigendes Stornorisiko sein. Dies bedeutet, dass Geschäft aufgrund von fehlenden Kapazitäten verloren geht, denn gerade in saisonalen Hochphasen kann ein einzelner Makler keine Bestandskundenpflege mit der Neukundengenerierung vereinen. Potenzielle Neukunden wenden sich an die unmittelbare Konkurrenz oder bevorzugen einen Rundum-Service von Vergleichsportalen oder digitalen App-Lösungen.

An diese Schnittstelle zwischen Versicherungsnehmer und -unternehmen tritt eine KI-Anwendung, welche mit einer rund um die Uhr medienübergreifenden Verfügbarkeit und einem allumfänglichen Wissen genau diesen Lasten entgegenwirkt und den Geschäftsbetrieb eines Maklers ergänzend unterstützt.

Eine Multiplikation mit KI ist bereits heute möglich

Schon heute können kleine und große Versicherungsmakler den Beratungsprozess digitalisieren. Durch den Einsatz von Sprachassistenten, Applikationen auf Smartphones und KI-Technologie kann ein Makler seinen Mandanten zusätzliche Möglichkeiten in der Kontaktaufnahme, der Terminierung und Beratung bieten. Durch derartige technische Assistenz automatisiert ein Makler seinen Arbeitsalltag und wird langfristig Profit schöpfen. End-to-End-Lösungen, wodurch eine Beratung vollständig autonom erfolgt, wäre technisch möglich, stößt in der Versicherungsbranche und bei den Verbrauchern derzeit aber noch auf mangelnde Akzeptanz. Aufgrund der Immaterialität des Versicherungsproduktes, fehlender technischer Affinität und mangelnden Vertrauens in Unbekanntes wollen gerade ältere Versicherungsnehmer nicht auf einen persönlichen Ansprechpartner verzichten.

Mit zunehmender Digitalisierung und einer wachsenden Technikaffinität in der Branche wird die KI verstärkt Einzug in den Versicherungsvertrieb halten. Der Versicherungsmakler der Zukunft wird sich ausschließlich auf beratungsintensive und präferierte Produkte fokussieren und weitere Sparten und Tätigkeiten an KI-Anwendungen oder mit deren Hilfe an Mitarbeiter und Kollegen outsourcen können. Die Neukundengewinnung kann zum einen über Lead-Börsen erfolgen, welche automatisch durch eine KI nach voreingestellten Parametern eingekauft wird und mit erforderlichen Informationen angereichert werden kann. Auf Basis einer Omni-Channel-Strategie kann der Interessent über verschiedene Kontaktwege mittels KI kontaktiert werden. Je nach Customer-Journey sollte hierbei eine individuelle Strategie ausgearbeitet werden, da sich der KI-Einsatz je Kontaktweg und Zielgruppe in Automatisierung und Durchführung stark unterscheidet.

Betrachtet man aktuelle Entwicklungen im Rahmen einer zunehmenden Digitalisierung, so wird in der kleinsten Ausbaustufe das Tagesgeschäft eines Versicherungsmaklers wesentlich ergänzt. Perspektivisch wird eine KI-Anwendung eine Telefonliste mit allen benötigten Informationen, der passenden Strategie und Ansprache für die Terminierung liefern können. Durch den Einsatz von Echtzeitdaten, aktuellen Kausalitäten wie etwa Verkehrs- und Wetterdaten sowie sozialen Ereignissen werden die Effizienz und die Erfolgswahrscheinlichkeit weiter steigen.

Aussichtsreiche Maklerzukunft mit KI

Der Einsatz von KI kann und wird sich in der Versicherungsbranche als effiziente Lösung entlang der gesamten Wertschöpfungskette etablieren und in allen Geschäftsbereichen eines Maklers platziert werden. KI optimiert das Kundenmanagement und wirkt sich positiv auf den Betrieb und Vertrieb des Unternehmens aus. Mitarbeiter werden zukünftig mehr entlastet und können sich so verstärkt komplexen Aufgabenstellungen widmen, die die KI aktuell noch nicht beherrscht.

Aufgrund der Immaterialität und eines fehlenden ideellen Mehrwertes des Versicherungsproduktes wird der Makler auf kurze und mittlere Sicht ein gefragter Ansprechpartner für Versicherungskunden bleiben. Die KI wird den Makler nicht gänzlich ersetzen, sondern vielmehr multiplizieren – im Paradigmenwechsel wird die KI ein Partner, der zunehmend die Aufgaben eines Maklers unterstützt bzw. übernehmen wird. Aufgrund des Wissenstransfers an die KI stellt sie ein Ebenbild auf digitaler Ebene dar und beherrscht die Fähigkeiten des Maklers ohne das Risiko des menschlichen Versagens. Gleichzeitig wirkt ihr Einsatz dem Fachkräftemangel entgegen.

Obwohl Geschäftsabläufe bereits heute autonom durch eine KI-Anwendung abgebildet werden können, scheitert der Einsatz systematisch an der gesellschaftlichen Akzeptanz. Was vielen Generationen heute noch befremdlich erscheint, wird im Zuge eines klassischen Paradigmenwechsels für Digital Natives Alltag werden – diejenigen, die heute den Absprung verpassen, werden zukünftig diesen Wettbewerbsvorteil nicht nutzen können. ■

Von John Tokdemir, Senior Consulting, und
Ann-Kathrin Bendig, Junior Consulting der adesso AG

