



Ergebnisbericht Künstliche Intelligenz in der Assekuranz

AMC-Expertenbefragung, Januar 2017

IT-Systeme können heute bereits viele Arbeitsschritte von Menschen durchführen. Doch meist ist das menschliche Gehirn den technischen Lösungen (noch) einen großen Schritt voraus. Denn es kann individuell auf zuvor unbekannte Probleme reagieren, indem es selbständig nach einer Lösung sucht.

Die **künstliche Intelligenz** (KI) schickt sich an, in dieser ureigensten menschlichen Domäne eine neue und wesentliche Rolle zu spielen. In Japan wird künstliche Intelligenz in der Schadenbearbeitung eingesetzt und übernimmt Aufgaben der Mitarbeiter. Unternehmen in Deutschland nutzen künstliche Intelligenz, um den Kundendialog zu optimieren. **Welche Szenarien, Einsatzbereiche, Chancen und Herausforderungen** sehen Sie durch die Nutzung künstlicher Intelligenz für die Assekuranz in der nahen Zukunft?

Insgesamt sind die Ergebnisse von 14 Versicherungsgesellschaften in der Untersuchung zu finden. Teilgenommen haben:

Allianz, Barmenia, Condor, Gothaer, Haftpflichtkasse Darmstadt, Hannoversche Lebensversicherung, HDI, R+V, RheinLand, Rhion, Signal Iduna, SV SparkassenVersicherung, Talanx, Zurich.

70 % der befragten Experten haben über das Thema künstliche Intelligenz bereits etwas gelesen oder gehört. Knapp 15% beschäftigen sich bereits mit KI. IBM wird als Anbieter zu diesem Thema in Verbindung gebracht. Nur je 21% der befragten Experten führen bereits ein Projekt durch, planen ein Projekt oder führen erste Gespräche mit Anbietern. Knapp 29% haben noch keine Planungen.

=> Hier besteht Nachholbedarf auf Seiten der Anbieter wie IBM, um konkrete Anwendungsfälle aufzuzeigen, die in der Branche auch bereits realisiert werden.

Die Experten nannten als mögliche Einsatzbereiche: Schadenmanagement/Betrugserkennung, Call Center und Leistungsprüfung. Sie ergänzten die Antwortoptionen um Produktentwicklung durch selbstlernende Algorithmen zur Ermittlung von Schadenwahrscheinlichkeiten und Bedarfsprämien, Pricing / Kalkulation, Vertragsverwaltung, Antragsbearbeitung sowie Research und Analytics.

=> Die Experten haben eine Vielzahl an Ideen für Einsatzmöglichkeiten. Sie müssen in Workshops konkretisiert werden, um schnelle Prototypen erstellen zu können. Agile Projektvorgehensweisen unterstützen den Prozess und untermauern so Entscheidungsprozesse in den Unternehmen.

Die Digitalisierung der Eingangspost sowie die Nutzung der daraus gewonnenen Informationen werden bei etwas über weniger als der Hälfte der Befragten in Form von Projekten bereits vorangetrieben – dabei schätzen über 85% der Befragten den Nutzen aus einer intelligenten, digital aufbereiteten und interpretierbaren Eingangspost als sehr hoch bzw. hoch ein. Als wesentliche Verbesserungen durch eine optimierte Kategorisierung des Eingangskanals werden verringerte Bearbeitungsdauer, Service zum Kunden, Prognose von Kundenverhalten von Weiterempfehlung bis Kündigung, Kostenersparnis, MAK Reduzierung und eine geringere Fehlerquote genannt.

=> Die Experten sehen wesentliche Verbesserungen durch die Digitalisierung und intelligente Aufbereitung der Daten aus der Eingangspost. Kognitive Systeme interpretieren die unstrukturierten Daten schneller und können Bearbeitungszeiten verkürzen.

Chat Bots und kognitive virtuelle Agenten können im Kundendialog mit dem Call Center oder auf der Web Seite eingesetzt werden und versprechen bessere Erreichbarkeit in Randzeiten, ein Abfangen von Standardfragen/Antworten sowie eine verbesserte Customer Experience durch überraschendes Dialogangebot. Um dies effektiv zu nutzen, müssen Prozesse vereinfacht und sehr exakt beschrieben werden. Das schafft höhere Effektivität und Verschlankung in den Abläufen, um sie durch künstliche Intelligenz bearbeiten zu lassen.

=> KI Systeme werden gerade im Kundendialog gesehen und können zu einer Reihe von Verbesserungen in Richtung Qualität und Personalisierung beitragen – hier entsteht die Chance adaptive Versicherungsprodukte auf Basis von BigData zu entwickeln.

Als Potenziale durch die Nutzung künstlicher Intelligenz wurden an erster Stelle die Senkung von Verwaltungskosten genannt – gefolgt von: Unterstützung des Vertriebs, Senkung von Schadenaufwendungen, besserer Kundenansprache und mehr Vertragsabschlüsse durch Cross- und Up-Selling.

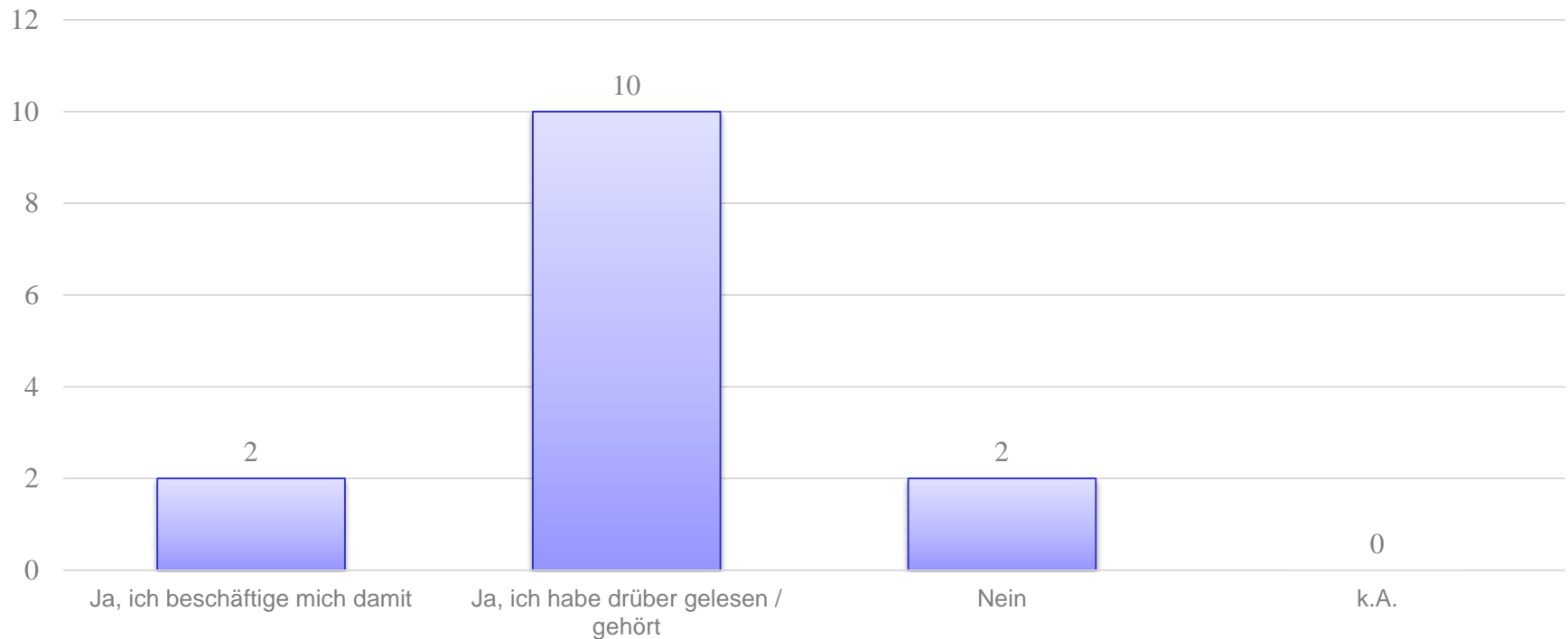
=> Kostensenkungen stehen bei der Potenzialeinschätzung an erster Stelle – und auch hier wird der Schnittstelle zum Kunden ein großer Mehrwert durch kognitive Lösungen zugesprochen.

Für die meisten wird KI als Chance für die Mitarbeiter im Vertrieb gesehen. Nahezu die Hälfte sehen im Thema KI eine Gefahr für die Mitarbeiter im Innendienst.

=> Die Mehrzahl der Experten sieht die Chancen für den Vertrieb und damit an der Schnittstelle zum Kunden. Für den Innendienst werden kognitive Lösungen eher als Gefahr gesehen – statt die Chance auf einen intelligenten Assistenten in den Vordergrund zu stellen mit dem die Qualität zum Kunden auch aus dem Innendienst verbessert und vor allem „personalisiert“ werden kann.

Unsere Empfehlung: Führen Sie mit uns einen individuell auf Sie zugeschnittenen Workshop durch, in dem wir gemeinsam Ideen austauschen und konkretisieren können.

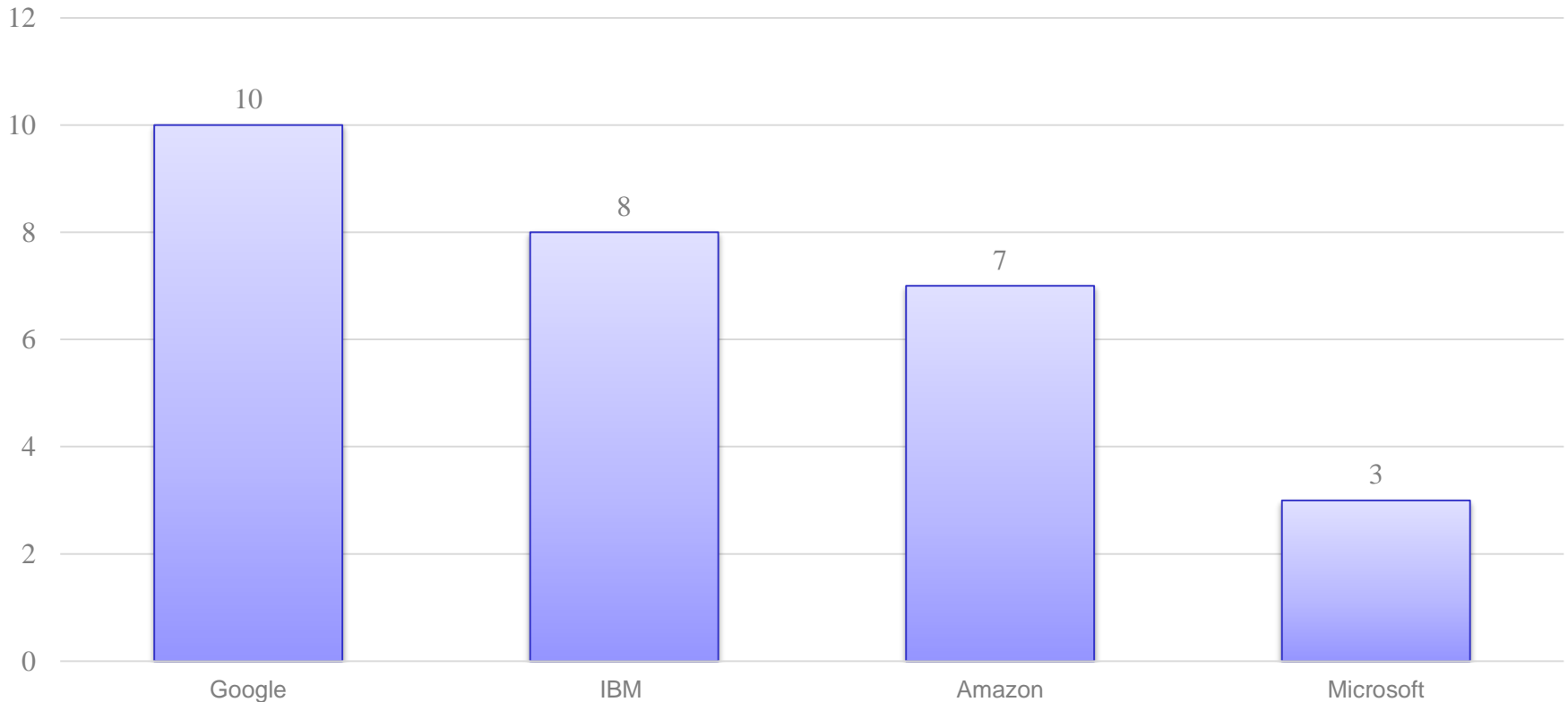
Kennen Sie den Einsatz künstlicher Intelligenz in der Assekuranz



Das Thema künstliche Intelligenz gewinnt an Bekanntheit und nimmt zunehmend Fahrt auf.

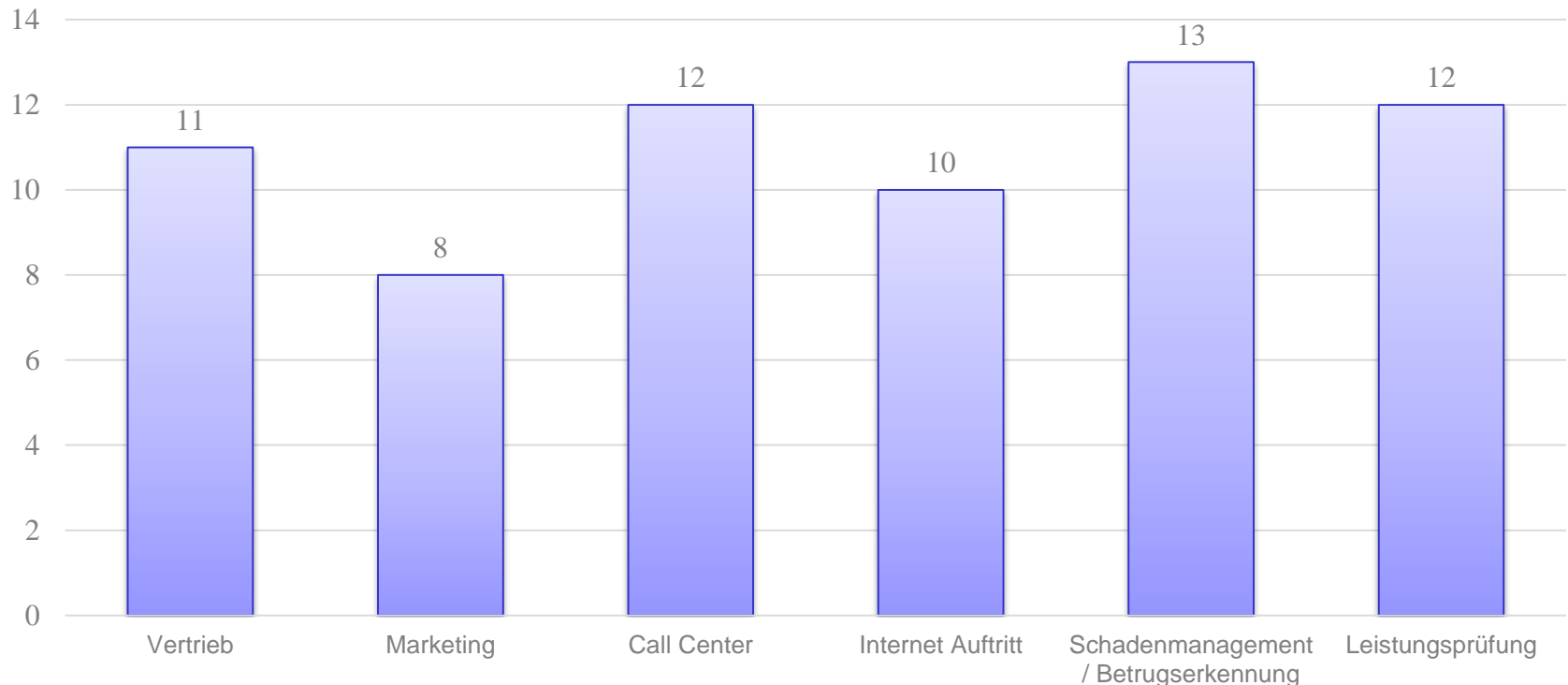
Verschiedene Anbieter werden in dem Markt für künstliche Intelligenz wahrgenommen

Welche Anbieter verbinden Sie mit dem Thema künstliche Intelligenz



Im Markt für künstliche Intelligenz werden Google, IBM und Amazon als Hauptanbieter gesehen.

In welchen Bereichen können Sie sich vorstellen, künstliche Intelligenz einzusetzen?

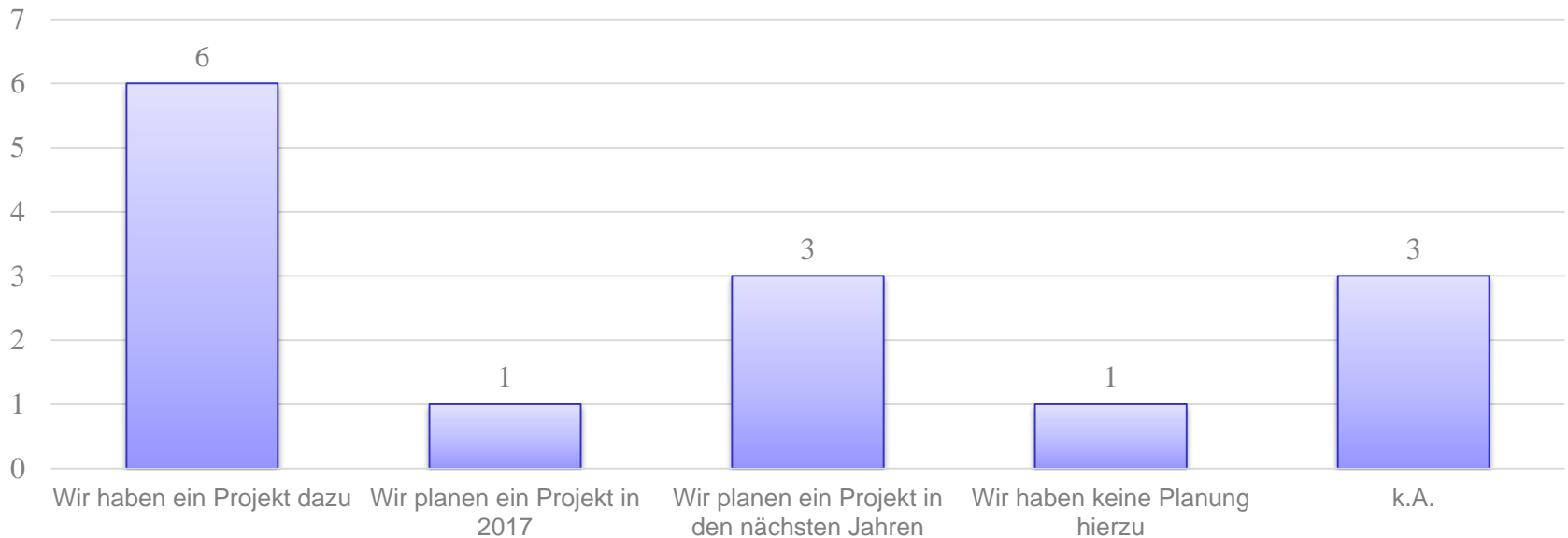


Die TOP 3 der genannten Einsatzbereiche:

Schadenmanagement/Betrugserkennung liegt an der Spitze, dicht gefolgt von Call Center, Leistungsprüfung und Vertrieb.

Digitalisierung der Eingangspost als Voraussetzung für KI Vorhaben

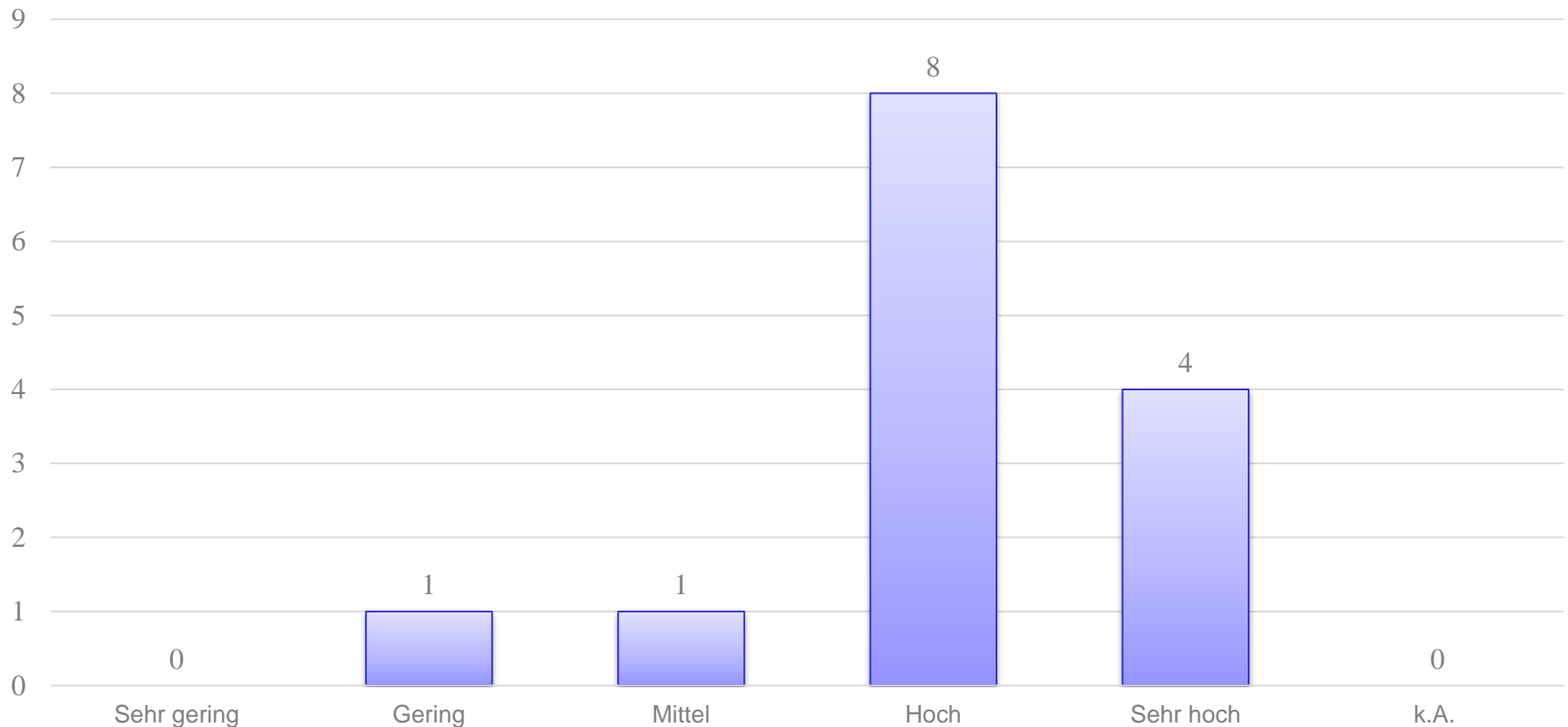
Digitalisierung der Eingangspost ist eine relevante Voraussetzung für Einsatzgebiete der KI. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Informationen aus Ihrer Eingangspost einsetzen, um die Digitalisierung mit Hilfe von künstlicher Intelligenz zu treiben?



Input Management wird von den Experten als relevantes und grundlegendes Vorhaben für die Nutzung von KI gesehen.

Nutzen aus digital aufbereiteter und interpretierbarer Eingangspost

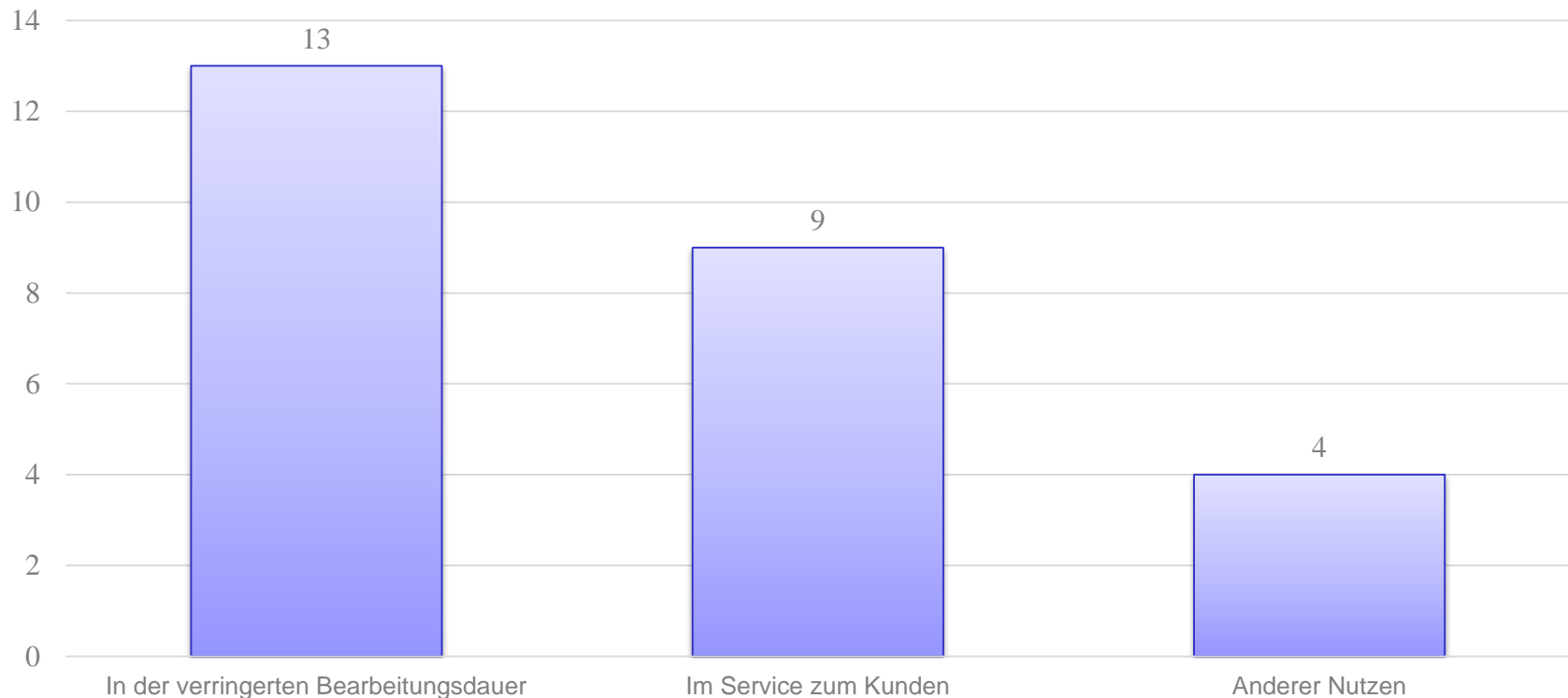
Wie hoch schätzen Sie den Nutzen aus einer intelligenten, digital aufbereiteten, interpretierbaren Eingangspost ein



Experten haben in digital aufbereitetes Inputmanagement eine nahezu vollständig hohe bzw. sehr hohe Nutzenerwartung.

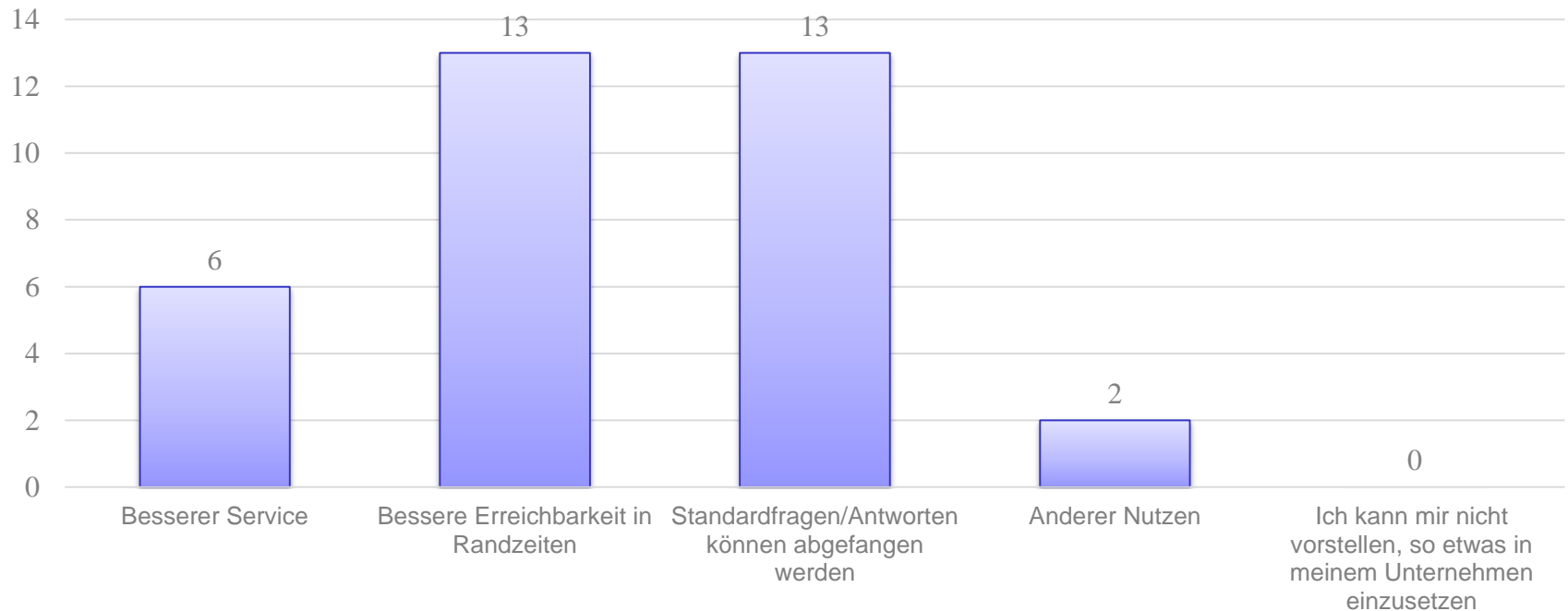
Effizienzhebungen durch verbesserte Kategorisierung der Eingangspost

Worin sehen Sie Verbesserungen in Ihrem Geschäft, wenn Sie Ihre Eingangspost besser kategorisieren könnten?



Schnellere Bearbeitungsdauer ist die Hauptzielsetzung von besser kategorisiertem Input Management, gefolgt von einem besseren Service zum Kunden.

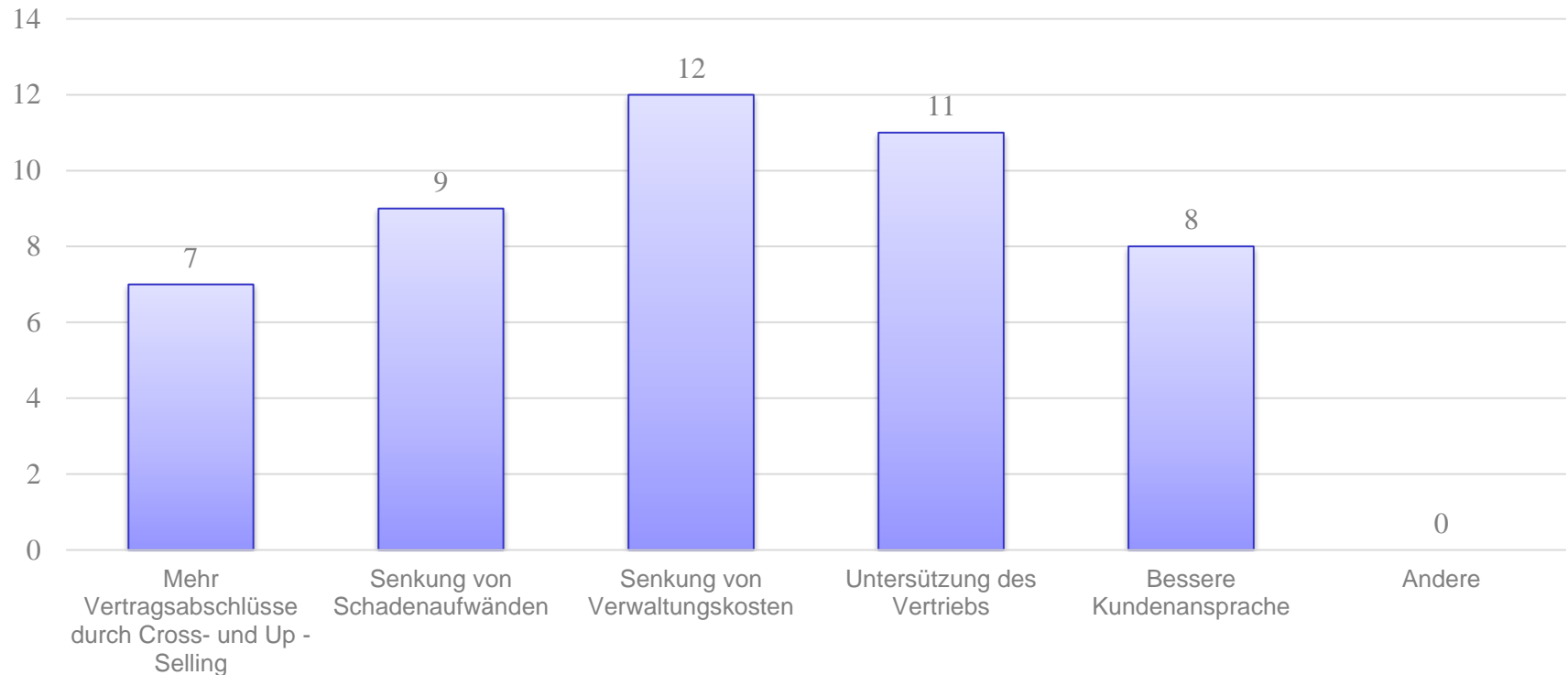
Automatisierte Chats können im Kundendialog im Call Center oder auf der Web Seite eingesetzt werden. Welche Vorteile versprechen Sie sich von einem intelligenten, maschinen gesteuerten Dialog durch Chat Bots



Hohe Potenziale: Verbesserung des Services, der Erreichbarkeit in Randzeiten sowie dem Abfangen von Standardfragen und Antworten im Call Center und auf der Webseite.

KI bietet Potenziale in Vertriebsunterstützung und Senkung der Verwaltungskosten

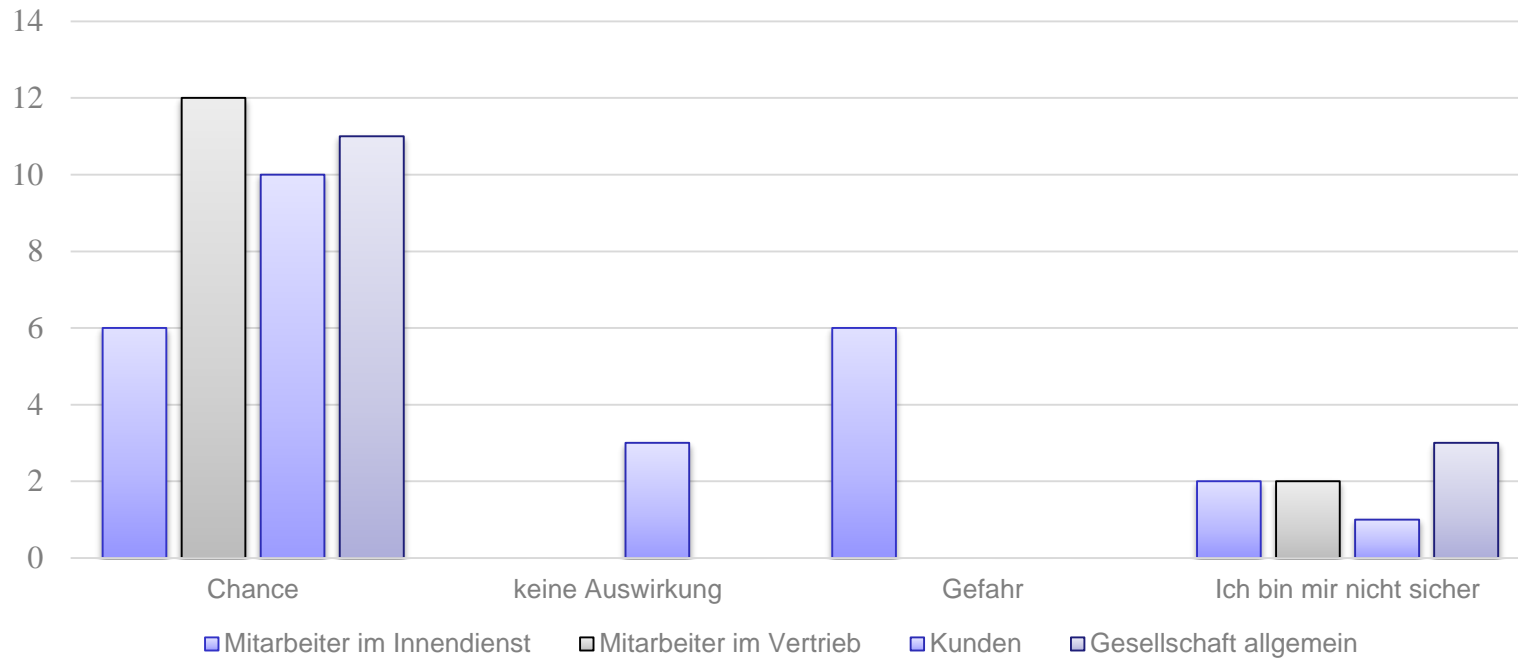
Welche Potenziale sehen Sie durch die Nutzung künstlicher Intelligenz?



Kostensenkung und Unterstützung des Vertriebes werden als Hauptnutzenpotenziale genannt.

Kunden sehen hauptsächlich Chancen in der Nutzung von KI

Sehen Sie die Möglichkeiten von künstlicher Intelligenz eher als Chance oder als Gefahr



Der Einsatz von künstlicher Intelligenz wird als Chance gesehen, wenn auch die Veränderung für Mitarbeiter in Unternehmen als potenzielle Gefahr wahrgenommen wird.

Der **AMC** ist seit 1994 das moderierte Netzwerk der Assekuranz und ihrer Partner. Für seine über 130 Mitgliedsunternehmen bietet der AMC Trends, Anregungen und Erfahrungen für Marketing und Vertrieb. Praxisorientiert und mit persönlichem Zugang für Fach- und Führungskräfte - Weiterbildung inklusive.

Kontakt: Dr. Frank Kersten, kersten@amc-forum.de, Tel. 0221-99786810

IBM Deutschland GmbH
Kirsten Einhoff
Portfolio Manager Industry Unit Insurance
keinhoff@de.ibm.com

<http://www-05.ibm.com/de/versicherungen/>

AMC

Ein starkes Netzwerk.

AMC Finanzmarkt GmbH
amc-forum.de