

WERBUNG

Sie lesen in: [Startseite](#) > [Nachrichten](#) > [Markt & Politik](#)

Mehr künstliche Intelligenz im Vertrieb?

15.10.2020 – Für regelbasierte maschinelle Intelligenz gibt es reichlich Anwendungsfälle, ein Roboter wird aber so bald nicht den menschlichen Berater ersetzen, meint Ralf Widmann, CEO des Insurtechs Riskine.

„Künstliche Intelligenz“ ist ein großes Wort. Nicht jeder Chatbot ist schon eine „KI“ im engeren Sinn, nur weil man mit ihm ein paar Sätze wechseln und ihn zum Beispiel nach den Kontaktdaten des nächsten Beraters fragen kann.

Darauf machte auch Ralf Widmann, CEO des Wiener Insurtechs Riskine GmbH, beim Insurance Forum Austria am Montag im burgenländischen Rust aufmerksam. „KI ist ein schwieriger Begriff“, sagte Widmann.

Genug Anwendungsfälle im Vertrieb

Nichtsdestoweniger: Anwendungsfälle für regelbasierte Verfahren für die Verarbeitung großer Datenmengen, wie sie etwa auch in Beratungsstrecken mit Tarifberechnungen vorzufinden sind, gebe es im Vertrieb genug.

Ob KI im weiteren Sinne in Standardsituation denkbar und sinnvoll einsetzbar ist? Je einfacher der „use case“, umso stärker werde ein maschineller Arbeitsansatz in den Fokus rücken, meint der Geschäftsführer des Insurtechs.

Als virtuelles Produkt biete Versicherung hier viele Möglichkeiten. „In der Haushaltsversicherung kommt man sehr weit“, sagte Widmann – anders als etwa in der komplexeren Gewerbeversicherung oder auch in der Krankenversicherung.

Der Nutzer setzt die Limits, nicht die Technik

Limitierender Faktor sei dabei aber nicht die Technik, sondern der Nutzer, betonte Widmann. Der Nutzer werde jedoch auch durch das Angebot „erzogen“, das ihm zugänglich gemacht wird.

Österreich sei da „konservativ“, trotzdem ist es für Widmann „Fakt“, dass maschinelle Intelligenz zunehmend Einzug halten wird, auch wenn es hierzulande länger dauern mag als in anderen Märkten. Schließlich werde es auch zusehends normaler, dass „mit dem Telefon geredet“ wird.

Noch längere Zeit kein Robo-Berater

Dass der interessierte Konsument mit einem Algorithmus über sein Versicherungsportfolio beratschlagt, bleibt Widmanns Einschätzung nach bis auf Weiteres aber Zukunftsmusik: „Es wird noch Jahre dauern, dass ein Chatbot den erfahrenen Berater ersetzt.“

Das Motto derweil: Die Beratung mag von der „Maschine“ gestützt erfolgen, um die Beziehungsebene kümmert sich aber der Berater. Je breiter und „unklarer“ die Materie wird, desto stärker könne der Mensch seine Stärken ausspielen.

Aus Maklerperspektive gibt es Widmanns Ansicht nach andere, wichtigere „Baustellen“ als den Robo-Berater, beispielsweise die Schnittstellen-Thematik.

Emanuel Lampert

Wie beurteilen Sie diesen Artikel?

sehr interessant
 informativ
 unwichtig

Artikel-Werkzeuge für Sie

- Artikel drucken
- Kopierfreundliche Version
- Leserbrief schreiben
- Nutzungsrechte erhalten
- Per E-Mail weiterleiten
- Suchagent einrichten

Diese Seite empfehlen

- Empfehlen
- Tweet
- XING

Schlagwörter zu diesem Artikel

[Haushaltsversicherung](#) · [Insurtech](#)

Ihr Wissen und Ihre Meinung sind gefragt

Ihre Leserbriefe können für andere Leser eine wesentliche Ergänzung zu unserer Berichterstattung sein. Bitte schreiben Sie Ihre Kommentare unter den Artikel in das dafür vorgesehene Eingabefeld.

Die Redaktion freut sich auch über Hintergrund- und Insiderinformationen, wenn sie nicht zur Veröffentlichung unter dem Namen des Informanten bestimmt ist. Wir sichern unseren Lesern absolute Vertraulichkeit zu! Schreiben Sie bitte an redaktion@versicherungsjournal.at.

Allgemeine Pressemitteilungen erbitten wir an meldungen@versicherungsjournal.at.

Täglich bestens informiert!

Der VersicherungsJournal Newsletter informiert Sie von **montags - freitags** über alle wichtigen Themen der Branche.

Ihre Vorteile

- Alle Artikel stammen aus unserer **unabhängigen Redaktion**
- Die **neuesten Stellenangebote**
- Interessante **Leserbriefe**

[Jetzt kostenlos anmelden!](#)

VersicherungsJournal in Social Media

Besuchen Sie das VersicherungsJournal auch in den sozialen Medien:

- **Facebook** – Ausgewähltes für den Vertrieb
- **Twitter** – alle Nachrichten von VersicherungsJournal.at
- **Xing News** – Ausgewähltes zu Karriere und Unternehmen

Weitere Artikel der Ausgabe vom 15.10.2020

Schub für Digitalstrategien der Versicherer

Was charakterisiert Digitalstrategien in der Versicherungsbranche, was macht „digitale Produkte“ aus? Sind es Kurzzeit-, Ausschnittsdeckungen, „einfache“ Produkte im Internet? Fachleute aus Versicherung und IT machten bei einer Diskussionsrunde ihre Standpunkte deutlich. [mehr ...](#)

Wie sich das Gesundheitsbewusstsein in Corona-Zeiten ändert

Die Allianz hat erheben lassen, wie lebenswert die Österreicher ihr Leben in Corona-Zeiten empfinden und wie sich die Stressbelastung entwickelt hat – mit zum Teil überraschenden Ergebnissen. (Bild: Allianz) [mehr ...](#)



Bsurance stellt E-Geräte-Versicherung für Kika/Leiner vor

Ab sofort ist bei der Möbelhausgruppe Kika/Leiner beim Kauf von Elektrogeräten ein zusätzlicher Versicherungsschutz erhältlich. Das digitale Produkt wurde vom Wiener Insurtech Bsurance in Zusammenarbeit mit der Uniqa entwickelt. [mehr ...](#)

Diese Artikel könnten Sie noch interessieren

Wenn Versicherung zur Frage der Partnerwahl wird

19.9.2019 – Versichern im Ökosystem, die künftige Rolle von Insurtechs und digitalen Assistenten, ein US-Insurtech, das seit kurzem in Deutschland tätig ist und bald auch in Österreich Fuß fassen will – das waren am Mittwoch einige der Themen beim „Insurance Innovation Day“ in Wien. [mehr ...](#)

Ein Makler-Geschäftsmodell für die Zukunft

28.3.2019 – Wie Versicherungsvermittler ihr Geschäftsmodell in Zeiten von Digitalisierung und disruptiver Technologien zukunftsfähig gestalten können, skizzierte Ali Eralp, Vizepräsident der Fachakademie für Finanzdienstleister, in einem Gespräch mit dem VersicherungsJournal. (Bild: Finum.Private Finance AG) [mehr ...](#)



Wie künstliche Intelligenz Versicherungsbetrug erkennt

11.5.2018 – Bis zu zehn Prozent der Versicherungsleistungen könnten erschwindelt sein. Ein konkretes Fallbeispiel zeigt, wie man mit künstlicher Intelligenz Betrügern auf die Spur kommt. (Bild: Christoph Kerschbaum) [mehr ...](#)



Themenbereiche

- [Versicherungen & Finanzen](#)
- [Markt & Politik](#)
- [Vertrieb & Marketing](#)
- [Unternehmen & Personen](#)
- [Karriere & Mitarbeiter](#)
- [Büro & Organisation](#)

Mitarbeiten

- [Autor werden](#)
- [Aktuelles für Autoren](#)

Inhalte

- [Nachrichten](#)
- [Kommentare](#)
- [Praxiswissen](#)
- [Bilderrätsel](#)
- [Leserbriefe](#)
- [Kundeninformation](#)
- [Anzeigenmarkt](#)
- [Veranstaltungen](#)
- [Originaltexte](#)
- [VJ Spezial](#)

Über den Verlag

- [Ansprechpartner](#)
- [Impressum / Über uns](#)
- [Nutzungsbedingungen](#)
- [Datenschutz](#)
- [In eigener Sache](#)

Werbung schalten

- [Abrufzahlen](#)
- [Leserstruktur](#)
- [Mediadaten](#)
- [Aktuelles für Werbekunden](#)
- [Aktuelles für Stellenanbieter](#)

Leserservice

- [Kontakt](#)
- [Häufige Fragen](#)
- [VersicherungsJournal als Startseite](#)
- [Premium-Abo](#)
- [Nutzungsrechte erhalten](#)
- [Mitteilungen an die Redaktion](#)
- [Newsletter](#)
- [RSS](#)
- [Suchagenten](#)
- [Schlagwörter](#)
- [Mobilversion](#)

