

KI – REISE OHNE RÜCKFAHRKARTE

Ein beliebter Kalauer fragt, ob nicht die natürliche Dummheit der künstlichen Intelligenz (KI) vorzuziehen sei. Nun, wer zukunftsfähig bleiben will, muss der KI mit geballter natürlicher Intelligenz begegnen. Ignorieren hilft nicht, es gibt auch kein Zurück. Die Versicherungsbranche hat sich auf die Reise gemacht.

Die Versicherer wurden vom derzeitigen KI-Hype nicht überrascht. Alle beschäftigen sich schon geraume Zeit mit dem Thema. So habe die Bayerische im Rahmen ihrer KI-Roadmap schon vor längerer Zeit KI-Pilotprojekte gestartet, die in einigen Fällen bereits fest in den Geschäftsprozessen implementiert seien. Dafür habe man frühzeitig in größerem Maßstab sowohl in Wissen und Software als auch in notwendige personelle Kapazitäten investiert. KI komme im Innendienst und im Vertrieb zum Einsatz. Man nutze maschinelles Lernen und KI, um unstrukturierte Informationen und Dokumente in strukturierte Daten zu verwandeln. Dokumente würden automatisch klassifiziert, die Fachdaten extrahiert und über Programmierschnittstellen (APIs) in vollautomatisierte Prozesse weitergeleitet. Im Fokus seien Massenvorgänge. Benutzt werde eine Software-as-a-Service- (SaaS-)Lösung.

Einen ähnlichen Weg sei die ALH Gruppe gegangen. Sie beschäftige sich seit zwei Jahren intensiv mit dem Einsatz von KI und habe eigens dafür ein Entwicklungsteam aufgebaut. Anfangs habe man einfach probiert, was überhaupt möglich und natürlich auch sinnvoll sei, jetzt und damals mit dem Ziel, KI-Modelle in operative Prozesse einzubinden. Eine erste konkrete Anwendung habe man bspw. im Inputmanagement gefunden. Eingehende E-Mails würden erkannt, klassifiziert und in die passenden elektronischen Postkörbe der Mitarbeiter verteilt. Das entlaste die Mitarbeiter in der Poststelle, die vorher jede E-Mail hätten durchlesen müssen. Dadurch sei man auch schneller geworden. Ein weiterer Baustein für eine konkrete Anwendung sei eine spezielle Komponente für eine Textverständlichkeitsprüfung. Damit unterstütze der Versicherer seine Mitarbeiter bei der Formulierung von Kundenschriften, gleichzeitig seien die Briefe leichter zu lesen. Die Aktuarien der ALH setzten KI-Modelle für bestimmte mathematische Berechnungen und Analysen ein.

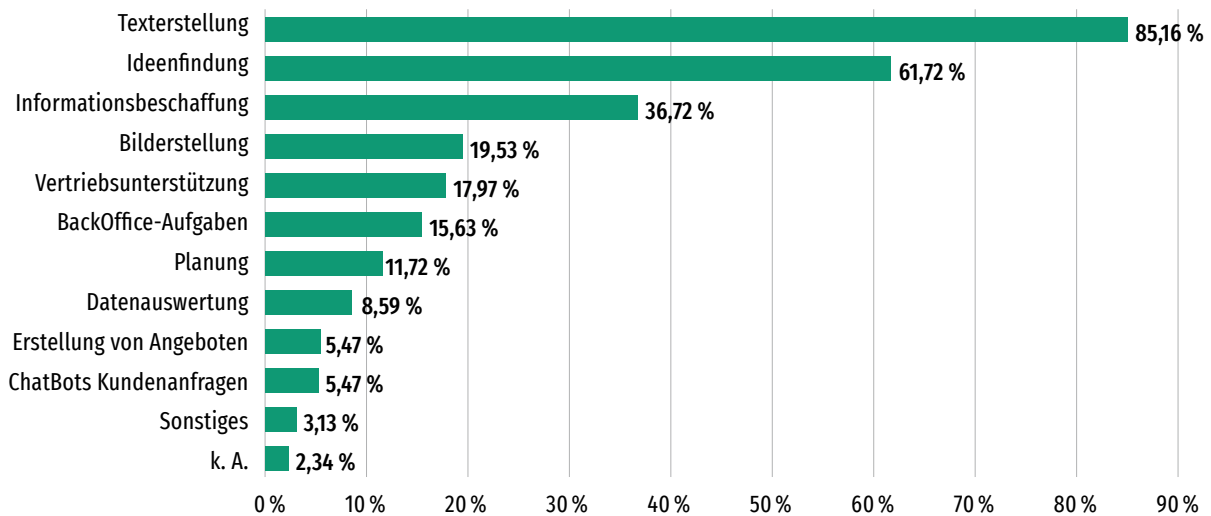
Auch die Allianz nutze die Fähigkeiten der KI für eine weitere Optimierung und Effizienzsteigerung ihrer Prozesse. Beispielsweise sei es so möglich, E-Mails und Briefe intern genauso weiterzuverarbeiten wie online abgegebene Mitteilungen, da unstrukturierte Daten (E-Mails) sehr einfach und ohne Informationsverlust in ein Zielformat umgewandelt werden könnten.

Für die SIGNAL IDUNA Gruppe war generative KI und der ausgebrochene Boom ebenfalls per se nichts Überraschendes, denn man beschäftige sich seit vielen Jahren kontinuierlich mit neuen Technologieentwicklungen. Als erste Einsatzmöglichkeit habe man sich dafür entschieden, den Mitarbeitern mittels eines Co-Pilot-Ansatzes eine generative KI an die Seite zu stellen, mit der sich häufig wiederholende und zeitaufwendige Aufgaben schneller lösen ließen.

Bei der Allianz stehe der Kunde im Zentrum aller Bemühungen. KI werde nicht um der KI willen eingesetzt, sondern um für die Kunden schneller und besser zu werden. Die Einsatzmöglichkeiten im Versicherungsbereich seien vielfältig: Prüfung und Quercheck von Dokumenten zählten ebenso dazu wie die Beurteilung von Haftungsrisiken. Ziel des Einsatzes von KI in diesen Bereichen sei, eine schnellere Auszahlung sowie Schadenbearbeitung zu erreichen. Stichwort Schaden: „Unsere herausragende Anwendung von KI ist im Bereich der Betrugserkennung“, so **Marion Zauner**, Pressesprecherin der Allianz. Verschiedene KI-Modelle würden helfen, automatisiert mögliche Betrugsfälle zu erkennen und sie schnell und systematisch an die Sachbearbeitung weiterzuleiten. Dies führe zu weniger Ausgaben in der Schadenregulierung. Die Bayerische setze im Schadenmanagement ebenfalls auf KI-Ansätze im Bereich der Betrugserkennung.



Abb. 1: Wofür nutzen Sie bereits Anwendungen mit künstlicher Intelligenz (KI)?



Quelle: Bundesverband AfWV

ChatGPT ist kein Liebling der Versicherer

Wer von KI spricht, meint derzeit ChatGPT. Bei den Versicherern scheint ChatGPT jedoch nicht auf allzu große Liebe zu stoßen. Die ALH verweist darauf, dass Chatbots und ChatGPT zwar ähnlich klingen, es sich aber um verschiedene Welten handle. Chatbots seien eine Weiterentwicklung der altbekannten Telefonansagen, die durch Tastendruck am Telefon automatisiert zu einem bestimmten Ergebnis lotsten. Es gebe Chatbots für Sprache und auch für Texteingabe am PC. Im letzten Jahr habe man eine Vorstudie zum Einsatz von Voice Assistants und Chatbots im Kundenservice durchgeführt und vielversprechende Ergebnisse erzielt. In diesem Jahr setze man ein Projekt auf, um eine größere Unterstützung im Telefoniebereich zu erreichen. Kunden würden dann sehr viel schneller und auch komfortabler bedient werden und die Mitarbeiter könnten sich gleichzeitig auf komplexe Kundenanliegen konzentrieren. ChatGPT als erste massentaugliche KI sei natürlich auch bei der ALH in aller Munde. Als Versicherungsgruppe unterliege man allerdings auch der gesetzlichen Regulierung und arbeite mit äußerst sensiblen Kundendaten.

„Die technischen Zugänge von ChatGPT liegen außerhalb der Europäischen Union. Schon allein aus diesem Grund mussten wir uns gegen die Nutzung entscheiden“, erläutert **Timo Kiefer**, Bereichsleiter Anwendungsentwicklung Vertrieb & Analytics der ALH Gruppe. Datenschutz nach den geltenden gesetzlichen Vorgaben, aber auch die Qualität der Antworten stünden an erster Stelle. Es gebe aber Alternativen zu ChatGPT, die die europäischen Datenschutzvorschriften erfüllten. „Solche Alternativen prüfen wir derzeit auf Herz und Nieren und finden dabei heraus, wie konkrete Anwendungsfälle für uns aussehen können“, so Kiefer weiter. Als nächster Schritt stehe dann

eine planmäßige Weiterentwicklung an. Parallel dazu arbeite man gemeinsam mit sieben anderen Versicherern in einem gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsprojekt, um die Auswirkungen von generativer KI auf die einzelnen Wertschöpfungsstufen der Versicherungswirtschaft zu untersuchen und praxisrelevante Anwendungsfälle zu entwickeln. Die Bayerische nutze ChatGPT als Kreativitätstool bspw. in Marketing und Kommunikation. Im Vertrieb werde derzeit ein selbstlernender KI-gestützter Chatbot eingeführt, der Fragen der Vertriebspartner beantworten und selbstständig mitlernen könne. Er sei fähig, variabel Fragen zu erkennen und sie entsprechend den vom Versicherer bereitgestellten Daten zu beantworten. Im nächsten Schritt werde der Chatbot auch konkrete Fragen zu den Versicherungsbedingungen beantworten können. Wolle ein Vertriebspartner bspw. wissen, ob der Diebstahl einer Wärmepumpe eines Kunden in der „Meine-eine-Police“ versichert sei, werde der Bot ihm dies bestätigen können.

„Im Gegensatz zu früheren, rein statischen Frage-Antwort-Bots erlaubt das neue Tool analog zu ChatGPT die Formulierung freier Fragen. Hier stehen wir kurz vor dem Launch“, gibt **Maximilian Buddecke**, Leiter persönlicher Vertrieb, die Bayerische, einen Blick in die Zukunft. Außerdem plane man KI in der Analyse- und Beratungssoftware einzusetzen. Dies helfe den Vertriebspartnern z. B. dabei, KI-gestützt Deckungslücken zu identifizieren oder Soll-Ist-Vergleiche durchzuführen. Zudem sehe man das Potenzial, KI-gestützt Funnels zu bauen, maßgeschneiderten Content für die Akquise zu kreieren und Informationen – z. B. per Videosequenz – zielgerichtet so auszuspielen, dass sie den meisten Mehrwert erbringen würden. Die Grafik oben von Ende November 2023 zeigt, wofür Vermittler KI im Beratungsalltag nutzen (s. Abb. 1).

Versicherer setzen auf eigene Modelle

Die Allianz nutze Chatbots in den unterschiedlichsten Bereichen. Doch wenn es um eine Beratung gehe, wollten Kunden lieber mit einem „echten“ Menschen reden. Speziell in der Beratung und der Schadenbearbeitung sehe man, dass die Mitarbeiter einen großen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit hätten. Allianz Technology habe im September ein internes Generative AI System, „AllianzGPT“, gelancet, das die Mitarbeiter für ihre tägliche Arbeit nutzen könnten. Es basiere auf dem gleichen Large Language Model wie ChatGPT, jedoch in einer abgeschlossenen internen Umgebung, sodass Daten, die in AllianzGPT eingespeist würden, das Unternehmen nicht verließen. SIGNAL IDUNA sei Ende des Jahres 2022 eine strategische Partnerschaft mit Google Cloud eingegangen. Neben der Entwicklung cloudbasierter Anwendungen arbeite man auch im Rahmen der Entwicklung generativer KI-Anwendungen eng zusammen. Der Versicherer beschäftige sich seit dem letzten Jahr mit zwei ersten Pilotanwendungen im Unternehmen. Gemeinsam mit Google entwickle SIGNAL IDUNA einen allgemeinen Chatbot. Dieser basiere auf BARD, dem Google-eigenen KI-Chatbot und dem darin enthaltenen allgemein zugänglichen Weltwissen. Der zweite Pilot erfasse das Wissen eines Versicherungsbereiches und stelle die Informationen den Mitarbeitern besonders performant zur Verfügung.

Datensicherheit steht über allem

ChatGPT ist also eindeutig nicht die erste Wahl der Versicherer. Aktuell in Diskussion sind auch die mannigfaltigen Sicherheitsrisiken von ChatGPT und anderen KI-Anwendungen. So sind bspw. die KI-Sprachmodelle (LLMs), die hinter ChatGPT und ähnlichen Sprachmodellen stehen, nicht transparent in Design und Spezifikation, die Datenbasis kann manipuliert werden, sie liefern bei unbekannten Themen falsche Infos oder erstellen schwachstellenanfällige Programmcodes. Ein weiterer Gefahrenpunkt ist der Missbrauch von ChatGPT und Co. durch Cyberkriminelle. Last, but not least können durch KI Bilder, Videos oder Stimmen manipuliert werden (Deepfakes); so wurde z. B. Ende Januar die erfolgreichste Musikerin der Gegenwart auf X mal eben zum Pornostar. Wie begegnet die Branche diesen Risiken? „Risiken und der Umgang damit sind Kern unseres Versicherungsgeschäftes. Uns sind die vielfältigen Risiken und Herausforderungen im Einsatz und Umgang von generativer KI bewusst. Wir haben als Grundbaustein unseres Risikokonzepts die regulatorischen Anforderungen im Umgang mit KI umgesetzt und monitoren eng die Gesetzgebung und den AI Act 2“, so **Edzard Bennmann**, Leiter Unternehmenskommunikation der SIGNAL IDUNA.

Zusätzlich seien die generativen KI-Anwendungen des Hauses so ausgestaltet, dass eine Vielzahl von Risiken ausgeschlossen werde. Beim hauseigenen Chatbot sei bspw. die Verarbeitung von personenbezogenen Daten

per se nicht möglich. Den Mitarbeitern biete man regelmäßig Wissensformate an, in denen die aktuellen generativen KI-Möglichkeiten, aber auch die Herausforderungen bspw. durch sogenannte KI-Halluzinationen verdeutlicht würden. Den Aufbau von Wissen in der gesamten Organisation über generative KI und ihre Funktionsweisen betrachte man als eine essenzielle präventive Maßnahme. Dem übergeordnet habe man ethische Leitplanken für den Umgang und Einsatz von KI im Unternehmen ausgestaltet, die „AI Principals“, die als Kompass in der täglichen Arbeit und bei strategischen Entscheidungen eine klare Orientierung gäben. „Am Ende gilt es jedoch, die Herausforderungen zu lösen und die Risiken zu negieren, sodass sie nicht den Innovationsfortschritt aufhalten“, resümiert der Versicherer.

Die Allianz sieht ChatGPT als eine neue Technologie, die auch Risiken birgt, die man managen müsse. Bei ChatGPT handele es sich um ein Produkt der Firma OpenAI, das im Hintergrund ein LLM einsetze. Es gebe verschiedene Anbieter von LLMs. Bei der Auswahl von Anbietern sei es bei der Allianz oberstes Anliegen, dass der Datenschutz gewährleistet sei. Daten des Hauses dürften nicht zum Nachtrainieren des Modells benutzt werden, außerdem müsse garantiert sein, dass die Daten datenschutzkonform in Europa verarbeitet und nicht außerhalb der Systeme des Hauses gespeichert würden. Ein weiterer Aspekt, den es zu beachten gelte, sei die Erklärbarkeit von Modellen. Bei den Anwendungen der Modelle stelle man sicher, dass man auch wisse, warum das Modell zu einem Ergebnis komme, und man sich auch sicher sei, dass es regelmäßig zu dem gleichen Ergebnis kommen werde – auch nach einem Update des Modells. Dies funktioniere bspw. durch automatisiertes Testen.

Für die Bayerische liegt eine wichtige Maßnahme gegen die Risiken darin, die Mitarbeiter aktiv über die Schwächen von LLMs aufzuklären und dazu anzuhalten, Aussagen kritisch auf deren Wahrheitsgehalt zu prüfen. „Insbesondere bei über die KI generierten Texten ist die Qualitätssicherung durch den Menschen unabdingbar“, betont **Stefan Hegedusch**, Geschäftsführer der Bayerische IT GmbH. Gleichzeitig seien LLMs aber auch eine Chance zur Reduzierung von Sicherheitsrisiken. So könnten sie dazu eingesetzt werden, um z. B. vorhandenen Code auf bekannte Sicherheitslücken zu untersuchen. Die ALH setze als Lösung gegen die Sicherheitsrisiken auf autarke KI-Systeme, die nur in dem Unternehmen existierten. Bei diesen ChatGPT-Alternativen bliebe die Kontrolle über die Daten im Haus. Das sei für die ALH von größter Relevanz, daher habe man entschieden, auf interne Modelle zu setzen. Nur so könne man sicher sein, dass die eigenen Daten und somit insbesondere die der Kunden gut geschützt seien. „Darüber hinaus kann ein solches Modell bspw. in Kombination mit einer Chat-Funktionalität passgenau auf unsere Anforderungen zugeschnitten werden. Dies führt zu verlässlicheren Antworten für unsere Mitarbeiter und Kunden“, beschreibt Bereichsleiter Kiefer weitere Vorteile.

Abb. 2:



Quelle: Cintellic GmbH

Next Best Offer noch in den Kinderschuhen

Eine weitere Einsatzmöglichkeit für KI im Versicherungsbereich stellen Next Best Offers dar. Sie nutzen kundenindividuelle Daten und sagen dann mittels KI voraus, was der Kunde am wahrscheinlichsten als Nächstes kaufen wird. Durch KI erhält der Kunde dann ein entsprechendes Produktangebot. Die Grafik oben zeigt das grundlegende Vorgehen bei Next Best Offers (s. Abb. 2).

Spinnt man den Gedanken weiter, wäre es – die Zusage des Kunden vorausgesetzt – sogar möglich, den Vertrag automatisch abzuschließen. Haben oder planen die Versicherer solche Prozesse? Die Allianz verneint. Kunden wollten Produkte, die ihren Bedürfnissen entsprächen, und eine persönliche Beratung. Daran ändere auch KI nichts. ChatGPT und vergleichbare Tools könnten eine fundierte Beratung durch gut ausgebildete und erfahrene Versicherungsfachleute nicht ersetzen. SIGNAL IDUNA verweist darauf, dass Dunkerverarbeitung und automatisierte Prozesse keine neuen Themen in der Versicherungswelt seien. Generative KI biete jetzt aber einen neuen Blickwinkel auf das Thema. Der Versicherer explore derzeit die Möglichkeiten, die generative KI in diesem Kontext biete, und arbeite an den Rahmenbedingungen und der technischen

Basis. Die Bayerische erprobe in einem Team „Data & Analytics“ sowohl im Angebots- als auch im Bestandsprozess verschiedene Ansätze für predictive customer care.

Für die ALH sind komplett KI-gesteuerte Prozesse denkbar und in einer rein chancenorientierten Sichtweise durchaus auch verlockend. KI sei eine großartige Möglichkeit, um auf die Herausforderungen heute und in Zukunft besser zu reagieren und neuartige Handlungsfelder zu erschließen. Wer wachse, müsse mehr Geschäft verarbeiten können. Unter dem zunehmenden Eindruck von Fachkräftemangel würden unterstützende KI-Anwendungen dabei helfen, das Geschäft zu stemmen und die Kundenerwartungen zu erfüllen. „Dabei fokussieren wir uns aber heute auf die Nutzung des Besten aus beiden Welten: menschlicher und künstlicher Intelligenz, um Datenintegrität und verifizierte, verlässliche Entscheidungen sicherzustellen“, schließt Kiefer. Eine Aussage, die auch als Fazit für das ganze Thema stehen kann.



Silvia Fischer

Journalistin (JFS) / Diplom-Betriebswirtin

E-Mail: slvfischer@gmail.com

Telefon: +49 721 3540038