

# KI-Boom ohne Werkzeuge? Ausschließlichkeitsvermittler vermissen Unterstützung der Versicherer

Michael Fiedler

**Künstliche Intelligenz gilt als einer der wichtigsten Treiber für Effizienz und Wachstum im Versicherungsvertrieb. Doch eine neue Studie von BSI Software und der Fachhochschule der Wirtschaft zeigt: Viele Ausschließlichkeitsvermittler nutzen KI bislang kaum. Nicht fehlende Offenheit scheint das Problem zu sein, sondern fehlende Werkzeuge, mangelnde Unterstützung und eine aus Sicht vieler Vermittler unzureichende technische Ausstattung.**



Quelle: BSI Software

## KI ist Gesprächsthema – aber noch kein Standard im Vertrieb

Kaum ein Branchenevent, kaum eine Strategiedebatte kommt derzeit ohne das Thema Künstliche Intelligenz aus. Versicherer investieren in KI-Projekte, Softwareanbieter präsentieren neue Assistenten und Plattformen, während

Vertriebseinheiten zunehmend von Produktivitätsgewinnen und Automatisierung sprechen. Im Vermittleralltag zeichnet sich jedoch ein differenzierteres Bild ab. Eine gemeinsame Studie von BSI Software und der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) unter 1.891 Ausschließlichkeitsvermittlern zeigt, dass der flächendeckende Einsatz von KI im Vertrieb noch aussteht. Zwar nutzt knapp ein Drittel der Befragten KI häufig oder sehr häufig. Gleichzeitig geben jedoch 39 Prozent an, entsprechende Anwendungen selten oder überhaupt nicht einzusetzen. Weitere 30 Prozent verwenden KI lediglich gelegentlich. Professor Dr. Oliver Schellenberger von der FHDW spricht deshalb von einer frühen Adoptionsphase im Versicherungsvertrieb. Die Studie sieht den Markt noch weit von einer flächendeckenden Integration entfernt.

## Versicherer geraten in die Kritik

Besonders bemerkenswert sind die Antworten zur Unterstützung durch die Versicherungsunternehmen. 68 Prozent der Befragten fühlen sich beim Einsatz von KI durch ihren Versicherer schlecht oder sehr schlecht unterstützt. 69 Prozent geben an, dass ihnen keine ausreichenden KI-Werkzeuge zur Verfügung gestellt werden. Zudem fühlen sich 54 Prozent insgesamt schlecht oder sehr schlecht ausgestattet, um KI effektiv in ihrem Arbeitsalltag einzusetzen.

Damit verschiebt die Studie die Diskussion weg von der häufig gestellten Frage, ob Vermittler KI überhaupt nutzen wollen. Die Ergebnisse deuten vielmehr darauf hin, dass viele Vertreter zwar Potenzial erkennen, ihnen aber die notwendigen Rahmenbedingungen fehlen. „KI bietet dem Vertrieb enorme Chancen, der flächendeckende Einsatz lässt aber noch auf sich warten“, sagt Professor Dr. Oliver Schellenberger. Auch Sebastian Pitzler, Executive Vice President AI bei BSI Software, sieht vor allem die Versicherer in der Pflicht: „KI ist ein strategischer Wachstumstreiber für die Versicherungswirtschaft. Ihr volles Potenzial entfaltet sie

aber nur dann, wenn Versicherer die nötige Infrastruktur bereitstellen. Der Vertrieb ist bereit, er wartet auf die richtigen Tools.“

## ChatGPT dominiert – anspruchsvollere Anwendungen bleiben die Ausnahme

Dort, wo KI bereits eingesetzt wird, dominieren vergleichsweise einfache Anwendungen. 87 Prozent der KI-Nutzer greifen auf Chatbots wie ChatGPT oder Microsoft Copilot zurück. Mit deutlichem Abstand folgen generative KI-Lösungen für Dokumente (24 Prozent), CRM-Automatisierung (9 Prozent) sowie Lead-Scoring (5 Prozent). Damit konzentriert sich der Einsatz bislang vor allem auf operative Unterstützung und Zeitersparnis. Anwendungen, die unmittelbar vertriebsrelevant sein könnten – etwa datenbasierte Kundenanalysen, Lead-Qualifizierung oder Cross-Selling-Ansätze – spielen bislang nur eine untergeordnete Rolle. Die Studienautoren sehen hierin ungenutzte Potenziale.

## Jüngere Vermittler deutlich offener

Auffällig sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während 76 Prozent der 18- bis 29-Jährigen KI häufig im Arbeitsalltag einsetzen, sinkt dieser Wert bei den 60- bis 69-Jährigen auf 15 Prozent. Umgekehrt geben in der ältesten betrachteten Altersgruppe 53 Prozent an, KI selten oder nie zu nutzen. Die Ergebnisse legen nahe, dass der technologische Wandel auch eine Generationenfrage ist. Gleichzeitig zeigen sie, dass Weiterbildung und Qualifizierung künftig eine zentrale Rolle spielen dürften, wenn Versicherer den KI-Einsatz breiter verankern wollen.

## Wer KI nutzt, sieht klare Vorteile

Bemerkenswert ist, dass die Nutzer von KI überwiegend positive Erfahrungen machen. 70 Prozent der Anwender berichten, dass KI ihre Produktivität und Effektivität verbessert. Lediglich 16 Prozent teilen diese Einschätzung nicht. Besonders häufig wird KI für interne Prozessabläufe, die Kundengewinnung, den After-Sales-Service oder die Schadenbearbeitung eingesetzt. Damit entsteht ein Spannungsfeld: Einerseits werden die Vorteile von den Nutzern deutlich bestätigt. Andererseits fehlt es vielen Vermittlern nach eigener Einschätzung an den notwendigen Werkzeugen und Unterstützungsangeboten.

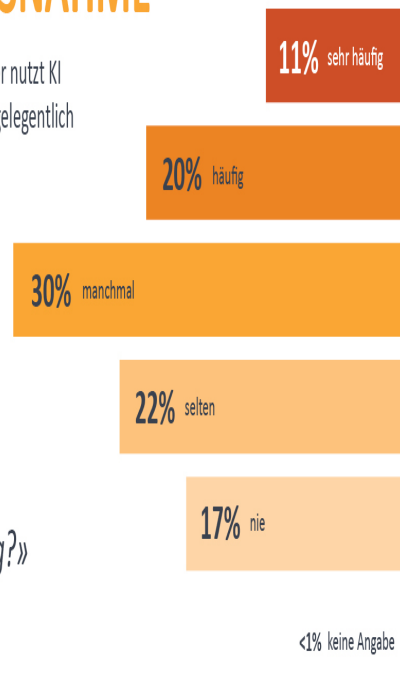
## Von der Diskussion zur Umsetzung

Für Versicherer enthält die Untersuchung eine klare Botschaft. Die Diskussion über KI scheint im Vertrieb angekommen zu sein. Die praktische Umsetzung dagegen verläuft deutlich langsamer als viele Strategiepapiere und Pressemitteilungen vermuten lassen. Die Autoren der Studie sehen deshalb insbesondere Investitionen in integrierte KI-Plattformen, Schulungsangebote und transparente Governance-Strukturen als entscheidend an. Wer diese Voraussetzungen schaffe, könne sich nicht nur Produktivitätsvorteile sichern, sondern auch die Customer Experience verbessern und den Vertrieb langfristig stärken.

# KI IM VERTRIEBSALLTAG NOCH DIE AUSNAHME

Nur knapp ein Drittel der Vermittler nutzt KI häufig oder sehr häufig, viele nur gelegentlich oder gar nicht.

«Wie häufig nutzen Sie  
KI in Ihrem Arbeitsalltag?»



N = 1.891 (gesamt) | Alle Angaben in Prozent.

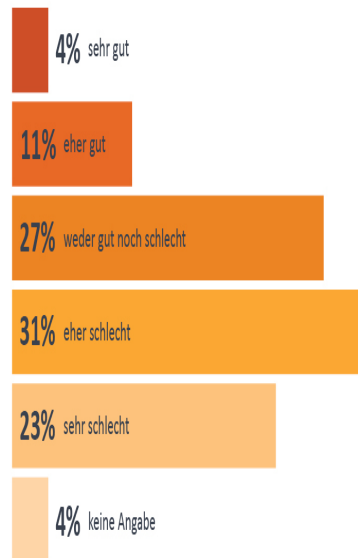
Quelle: Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW); BSI Software; Studie «KI im Versicherungsvertrieb» Q1/2026.

Quelle:

# MEHRHEIT FÜHLT SICH SCHLECHT AUSGESTATTET

Mehr als die Hälfte der Vermittler fühlt sich für den Einsatz von KI schlecht oder sehr schlecht ausgestattet.

*«Wie gut fühlen Sie sich  
alles in allem ausgestattet,  
um KI effektiv bei der  
Arbeit einzusetzen?»*



N = 1.891 (gesamt) | Alle Angaben in Prozent.

Quelle: Fachhochschule der Wirtschaft (FHdW); BSI Software; Studie «KI im Versicherungsvertrieb» Q1/2026.

Quelle:

# CHATBOTS DOMINIEREN DIE KI-NUTZUNG

Unter den KI-Anwendern dominieren Chatbots, spezialisierte Vertriebstools nutzen nur wenige.

«**Welche KI-Tools** nutzen Sie derzeit in Ihrer Arbeit?»

87% Chatbots (z. B. ChatGPT, Copilot)

24% Generative KI für Dokumente

9% CRM-Automatisierung

5% Lead-Scoring

5% sonstige Tools

5% keine dieser Tools

2% keine Angabe

N = 1.570 (nur Befragte, die KI nutzen; Mehrfachnennungen möglich)  
Alle Angaben in Prozent.

Quelle: Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW); BSI Software; Studie «KI im Versicherungsvertrieb» Q1/2026.

Quelle:

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950256/KI-Boom-ohne-Werkzeuge-Ausschliesslichkeitsvermittler-vermissen-Unterstuetzung-der-Versicherer/>