



Der neue Gatekeeper: KI verändert die erste Versicherererauswahl

Michael Fiedler

Versicherungsentscheidungen beginnen immer häufiger nicht mehr bei Google, sondern mit einer Frage an ChatGPT, Gemini oder andere KI-Chatbots. Eine neue Studie zeigt: Künstliche Intelligenz entwickelt sich zum ersten Orientierungspunkt vieler Kunden – und beeinflusst damit bereits die Vorauswahl der Versicherer.

KI rückt an den Beginn der Customer Journey

Wer sich über Versicherungen informiert, startet seine Recherche zunehmend mit einem KI-Chatbot. Nach einer neuen Grundlagenstudie des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN haben sich bereits 23 Prozent der KI-Nutzer zu Versicherungsthemen informiert. Besonders bemerkenswert: 43 Prozent derjenigen, die KI in ihrer Customer Journey genutzt haben, beginnen ihre Recherche inzwischen mit diesem Kanal und orientieren sich zunächst an dessen Empfehlungen. KI wird damit zum vorgelagerten "Gatekeeper" der Versicherungsentscheidung.

Google verliert seine Rolle nicht – aber sie verändert sich

Die Studie zeichnet jedoch kein Bild einer vollständigen Ablösung klassischer Recherchewege. Vielmehr verschiebt sich deren Funktion. Während KI-Chatbots häufig die erste Orientierung übernehmen und eine Vorauswahl möglicher

Anbieter treffen, folgen anschließend Google-Suchen, Anbieterwebsites und Vergleichsportale. Dort überprüfen Verbraucher Aussagen der KI, vergleichen Leistungen und Preise oder informieren sich detaillierter über einzelne Versicherer. Vergleichsportale bleiben insbesondere bei der konkreten Tarifauswahl und beim Abschluss ein zentraler Bestandteil der Customer Journey.

Antworten statt Trefferlisten

Nach Einschätzung der Studienautoren verändert sich damit die grundlegende Suchlogik. Statt Listen mit Suchergebnissen erwarten viele Nutzer heute direkte Antworten auf individuell formulierte Fragen. Entsprechend gewinnen Inhalte an Bedeutung, die komplexe Zusammenhänge verständlich erklären und konkrete Entscheidungshilfen bieten. Klassische Produktinformationen allein reichen dafür zunehmend nicht mehr aus.

KI wird zum neuen Wettbewerbsraum

Für Versicherer bedeutet diese Entwicklung, dass sich der Wettbewerb um Sichtbarkeit verlagert. Neben Suchmaschinenoptimierung und Vergleichsportalen gewinnt die Frage an Bedeutung, welche Anbieter und Inhalte von KI-Systemen überhaupt aufgegriffen werden. Die Studie sieht darin einen grundlegenden Wandel der Customer Journey. Wer künftig bei der ersten Orientierung nicht erscheint, läuft Gefahr, bereits vor dem eigentlichen Marktvergleich aus der Auswahl potenzieller Kunden herauszufallen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950968/Der-neue-Gatekeeper-KI-veraendert-die-erste-Versichererauswahl/>