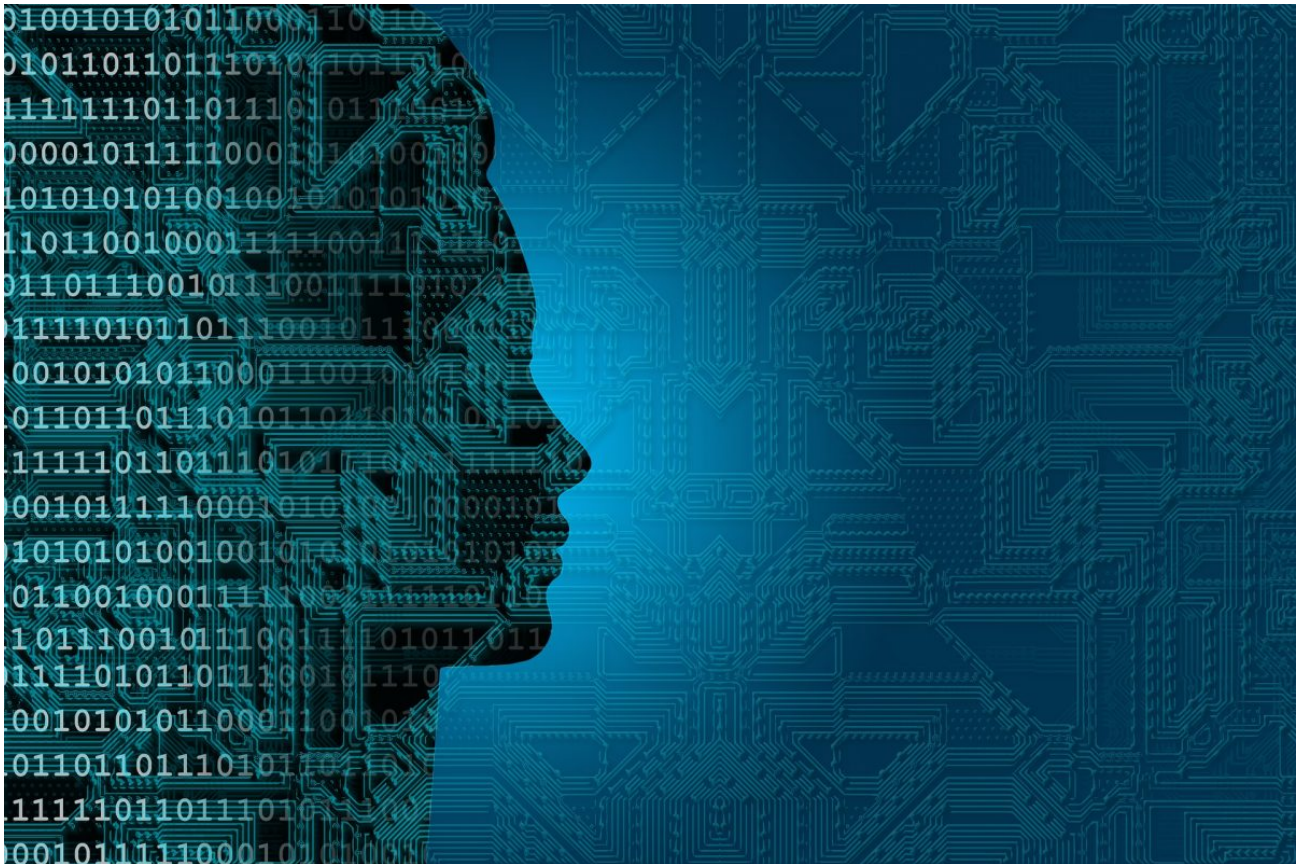


+ Versetzt ChatGPT Vermittlern und Sachbearbeitern den Todesstoß?

16. Januar 2023

[Beitrag bearbeiten](#)



Revolutioniert ChatGPT die Versicherungswirtschaft? Bildquelle: Gerd Altmann auf Pixabay

Künstliche Intelligenz und Chatbots sind in der Versicherungsbranche längst angekommen. Nun setzt sich mit ChatGPT eine neue Technologieform durch, die womöglich den Versicherungsvertrieb, aber auch die Sach- und Schadenbearbeitung revolutionieren könnte. Die Versicherer sehen gigantisches Potenzial, wie eine *VWheute*-Branchenumfrage belegt.

Um was handelt es sich überhaupt bei dieser Technologie? „Auftritt ChatGPT, die sprechende künstliche Intelligenz, von der man betonen muss, dass sie eine vorläufige Zwischenform ist und ständig besser werden wird. Es handelt sich um eine Testanwendung des inzwischen zum größten Teil von Microsoft finanzierten Unternehmens OpenAI“, erläuterte jüngst der Blogger **Sascha Lobo** in seiner Kolumne für den *Spiegel*.

Das Besondere daran: ChatGPT könne „menschliche Fragen auf menschliche Weise beantworten, und das in zweifellos spektakulärer, nämlich menschenhafter Sprachqualität. Deshalb haben sich bei OpenAI in den ersten fünf Tagen eine Million Nutzende angemeldet. Dabei ist ChatGPT bisher nicht mit dem offenen Internet verbunden, sondern

wurde nur mit Inhalten aus der Zeit bis 2021 trainiert, was bedeutet, dass es keinen aktuellen Informationsstand enthält. Das aber dürfte sich demnächst ändern.“

Daher sei es „auch nur eine Frage der Zeit bis zum Sprung von GPT-3 (der gegenwärtigen Basis von ChatGPT) zu GPT-4, dem Nachfolger. Dieser soll im Frühjahr 2023 veröffentlicht werden und alles bisher Dagewesene in den Schatten stellen. Vielleicht spricht der CTO von Microsoft deshalb von 2023 als 'spannendstem KI-Jahr aller Zeiten'“.

Ähnliches Potenzial sieht auch der Star-Investor **Frank Thelen**: „Auf Twitter hat u.a. AiBreakfast diese Grafik veröffentlicht. Sie besagt, dass GPT-3 (das Language Modell, auf dem ChatGPT wahrscheinlich basiert), auf 175 Milliarden Parametern beruht und GPT-4, Gerüchten zur Folge, auf 100 Billionen Parametern beruhen soll“, schreibt er auf *LinkedIn*.

Die Rechenleistung und Kapazität von GPT-3 sei laut Thelen „damit schon 10x höher, als die seines nächsten Konkurrenten. Eine eindrucksvolle technische Entwicklung! Die erlebte Qualität für die Nutzer wird sich aber deutlich langsamer entwickeln, denn die Menge der Parameter sind nur ein Teil des komplexen Gesamtsystems. Wie seht ihr die Entwicklung von künstlicher Intelligenz – als Chance oder doch als Risiko?“

KPMG sieht Potenzial für alle Bereiche der Versicherer

Bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG sehen die Experten vor allem die Vorteile durch die neue Technologie: „ChatGPT ist aktuell in aller Munde, und der Wow-Effekt wird nachvollziehbarerweise hoch und runter diskutiert. Das Spannende ist: Die Antworten von ChatGPT sind auf den ersten Blick ziemlich gut. Das liefert uns allen Denkanstöße – es inspiriert unser Nachdenken über das, was machbar wird. Und es lenkt den Blick noch einmal verstärkt auf Chancen und Möglichkeiten sowie Hürden.“

Tatsache sei aber auch: „Es handelt sich um eine Betaversion, und es herrscht allenthalben Einigkeit darüber, dass noch Zeit vergehen wird, bis konkrete Anwendungsfälle in der Breite ankommen. Wie **Sam Altman** selbst in einem Tweet schreibt: ‚It’s a mistake to be relying on it for anything import right now. It’s a preview of progress; we have lots of work to do on robustness and truthfulness‘“, erklären die KPMG-Manager **Knut Besold** und **Peter Wiedmann**.

Dennoch sehen die Experten Potenziale für alle Versicherungsbereiche: „An der Schnittstelle zum Kunden in der Kommunikation, im Underwriting in der Risikoeinschätzung und ganz generell im Betrieb von unterschiedlichen Anwendungen. Zwei Beispiele: Eine leistungsstarke Sprach-KI könnte erste Antworten zu Kundenanfragen liefern, etwa ob ein bestimmtes Schadensbild durch eine Versicherung abgedeckt ist. Gemeint ist damit keine konkrete Deckungsprüfung, sondern die Antwort auf einen

komplexen Sachverhalt: „In meiner Wohnung gibt es einen Wasserschaden, weil über eine Fuge in der Dusche Wasser ausgetreten ist – ist so etwas von der Versicherung gedeckt?“

„Auch in der Sachbearbeitung bietet ein Tool wie ChatGPT Hilfestellung. Es generiert ja nicht nur Texte, sondern kann in der umgekehrten Richtung auch Texte zusammenfassen – das spart in der Sachbearbeitung Zeit, indem Verantwortliche einen ersten Überblick über ein umfangreiches Dokument erhalten können. Fazit: Versicherer tun gut daran, die Entwicklung genau zu beobachten und die Möglichkeiten im Blick zu behalten. Zwei Faktoren werden die weitere Entwicklung wohl beeinflussen: Welche Modelle der Monetarisierung wird OpenAI entwickeln und wie entwickelt sich das deutsche Datenschutzrecht an der Stelle?“, so KPMG.

Deren Fazit: „Die Potenziale sind riesig, und Tools dieser Qualität könnten mit ein wenig Fantasie in allen Bereichen der Versicherungsindustrie eine Anwendung finden.“

Adesso sieht „disruptive Wirkung“

Die Experten von Adesso gehen sogar noch einen Schritt weiter: „Aufgrund seiner menschlich wirkenden Antwortqualität, seiner Antwort-Geschwindigkeit und der leistungsfähigen Dialogmöglichkeiten wird diese Lösung voraussichtlich eine disruptive Wirkung auf die Bereiche Suchmaschinen, Lernen, Vergleichsplattformen und auch Versicherungsprozesse haben. Aus meiner Sicht hat eine Technologie wie ChatGPT perspektivisch das Zeug dazu, klassische Suchmaschinen zu ersetzen, da die Informationen bereits in strukturierten Texten zurückgegeben werden. Andererseits wird hierfür ein nicht vertretbarer Energieaufwand befürchtet.“

Aber: „Die Herausforderungen werden die Integration in die bestehende Systemlandschaft, die Einhaltung des Datenschutzes bzw. die Datensicherheit sowie das Know-how der Mitarbeitenden sein.“ Dennoch sieht Adesso speziell für die Versicherer vor allem die Chance von „Ertragssteigerungen“. Die konkreten „Vorteile:

- Leistungsstärkere Chatbots im Bereich Kundenservice sorgen für höhere Kundenzufriedenheit.
- Die Zeit der Schadensbearbeitung kann durch KI-basierte Schadensbearbeitungsprozesse verkürzt werden.
- Höhere Abschlussquote durch verbesserte Ausrichtung der Angebote und Preisbildung an den Bedürfnissen der Kunden.
- Vermeidung bzw. Reduzierung von Schäden durch bessere Vorbeugungsmaßnahmen. Rechtzeitige Aufdeckung von Versicherungsbetrug.

Die ‚Customer Churnrate‘ (Kundenabwanderungsquote) lässt sich reduzieren, weil Kunden insgesamt besser, schneller und zufriedenstellend bedient werden können. Allerdings würden Lösungen wie ChatGPT den „Sachbearbeiter, Versicherungsmakler bzw. Versicherungsvertreter zukünftig nicht komplett ersetzen können, werden aber perspektivisch bei einfachen, standardisierbaren Fällen durch qualitativ höherwertige Automatisierung und optimierte Kundenkommunikation mit gutem Nutzen unterstützen“.

„Chatbot-Systeme werden durch Lösungen wie ChatGPT nicht obsolet. Es bestehen vielmehr Chancen, bestehende Chatbot-Lösungen ergänzend zu optimieren.“

— Alexander Blattmann, Arbeitsgebiet (Experte für) Data Driven Insurance bei Adesso

Bisherige Chatbots würden allerdings nach Ansicht von **Hans-Peter Kuessner**, Program Manager und Leiter Competence Center Softwareentwicklung (Java) bei Adesso, „nicht obsolet, sondern ChatGPT und andere Generative Sprachmodelle (wie z. B. Luminous von Aleph Alpha – hier ist z.B. adesso Partner) werden die herkömmlichen Chatbots ergänzen: Ein Vorteil von ChatGPT und anderen Generativen Sprachmodellen gegenüber herkömmlichen (regelbasierten) Chatbots ist, dass Antworten auf Fragen nicht vorab durch Menschen redaktionell formuliert und durch KI-Modelle erkannte Absichten und Entitäten zugeordnet werden müssen. ChatGPT und dergleichen generieren Text und damit Antworten, aber es gibt keine Gewährleistung, dass die Ergebnisse korrekt sind und aus welchen Quellen diese stammen. Dies ist aber häufig eine Anforderung für kommerziell eingesetzte Chatbots.“

Versicherer sind noch vorsichtig

Und die Versicherer selbst? Die befragten Unternehmen betonen gegenüber *VWheute* vor allem die Vorteile der neuen Technologie, sehen aber auch besondere Herausforderungen für den Datenschutz und bei der Haftung: „Durch ChatGPT besteht die Möglichkeit, besser und menschlicher mit Kunden und Mitarbeitenden per Chat zu kommunizieren. Für humanistische oder allgemeine Themen mit frei zugänglichen Informationen ist der Chatbot schon heute beeindruckend“, heißt es bei der Zurich Deutschland.

Allerdings habe „ChatGPT auch noch große Limitierungen. Die Ergebnisse sind zum Teil willkürlich, nicht erklärbar und werden teilweise vom Bot erfunden. Gleichzeitig werden Quellen nicht kenntlich gemacht. Vor diesem Hintergrund ist im derzeitigen prototypischen Betrieb aus Datenschutz, urheberrechtlicher und ethischer Blickrichtung als produktive

Anwendung erst einmal abzusehen. Außerdem muss geklärt werden, inwiefern der EU-Act und die EU-DSGVO von OpenAI erfüllt werden“.

So könne ChatGPT zwar „die Kommunikation mit dem Menschen weiter verbessern. Es gibt auch Möglichkeiten, zukünftig die Programmierung durch ChatGPT zu ergänzen. Sollten Software-Anbieter die Funktion in ihre Werkzeuge integrieren, wird es eine computerunterstützte Entwicklung geben. Die Fragen der Haftung wurden hier jedoch noch nicht thematisiert. Wie wird bspw. damit umgegangen, wenn ein ChatGPT gegen Urheberrecht verstößt oder ein schlechter Code zu hohen Kosten führt? Hier könnte es zu ähnlichen Diskussionen wie bspw. beim autonomen Fahren kommen, wo die Haftung schrittweise vom Fahrer zum Hersteller übergeht.“

Daher könne ChatGPT laut Zurich Deutschland „eine gute Ergänzung für direkte Kanäle sein und helfen, auch komplexe Themen einfach aufzubereiten. Da es bei Versicherung aber auch um Empathie, Vertrauen und den Menschen geht, werden zumindest für komplexe Produkte Agenten weiter im Lead sein, sie können aber durch GPT Modelle unterstützt werden.“

Ergo: „Empfehlung für die aktuell beste Police ist für Kunden nicht möglich“

Wie bewerten Sie generell diese Technologie und welche Chancen würden sich für die Versicherer bieten?

Grundsätzlich haben Large Language Models (LLMs) wie GPT-3, auf dem ChatGPT basiert, ein großes Potenzial für die Verarbeitung menschlicher Sprache. Wegen ihrer Fähigkeit, diese zu erkennen und auch selbst zu generieren, könnten sie zukünftig in einer Vielzahl von Industrien oder Anwendungsfällen zum Einsatz kommen, etwa dem Kundenservice, bei Übersetzungsdiensten, zur Erstellung von Online-Inhalten oder auch zur Datenanalyse, um frühzeitig Trends und Muster zu erkennen.

Insgesamt haben LLMs in den vergangenen Jahren einen enormen technologischen Sprung nach vorne gemacht. Doch bei ihrer Nutzung sollte aktuell noch Vorsicht geboten sein: So sind LLMs – zumindest bisher – „stochastische Papageien“. Sie „plappern“ sozusagen das Gelernte nach, was inhärente Stereotype und Falschinformationen verstärken kann. Darüber hinaus können über das sogenannte „Prompt Engineering“ etwaige Mechanismen zur Vermeidung ungewünschter Informationen noch leicht umgangen werden. Und auch bei der inhaltlichen Korrektheit von Antworten ist Vorsicht geboten. Hier

kann es von sachlichen Ungenauigkeiten bis hin zu potenziell schädlichen Desinformationen kommen. Je größer die Modelle, desto höher das Risiko.

Der Einsatz von LLMs sollte deshalb aktuell noch in einem strikt kontrollierten Umfeld stattfinden. Dann hat die Technologie aber sicherlich einige spannende Chancen und Anwendungsfälle zu bieten, die auch für die Versicherungsbranche interessant sind.

Welches Potenzial sehen Sie perspektivisch in ChatGPT?

ChatGPT beziehungsweise LLMs insgesamt werden perspektivisch einen spürbaren Einfluss auf unser Leben haben. So können mit ihnen theoretisch Software, Computerspiele, Musikstücke, Drehbücher, Texte und Co. entstehen; praktisch von jedem Nutzer erstellbar, denn ChatGPT hat LLMs über ein nutzerfreundliches und öffentlich zugängliches Chat-Interface der breiten Masse zugänglich gemacht und begeistert sie hierfür. Darüber hinaus ist eine Integration von Anwendungen wie ChatGPT in weitere Online-Dienste denkbar, wie sie aktuell für Microsoft-Office-Produkte oder die Suchmaschine Bing diskutiert wird. Auch hier können LLMs künftig einen Einfluss haben.

Ergo beschäftigt sich ebenfalls eingehend mit den Potenzialen von Sprachtechnologien. So werden etwa in der Ergo Advanced-Analytics- und KI-Einheit Sprachtechnologien in diversen Use Cases genutzt. Die Ergo Voice Unit gestaltet Sprachassistenten auf Basis von Sprachtechnologien für den Kundenservice. Und auch neue Technologien wie ChatGPT werden bei ERGO immer genauestens beobachtet und auf ihre Potenziale hin getestet. So prüft etwa das Ergo Innovation Lab in Berlin dieses derzeit in dedizierten „Opportunity Spaces“.

Können Versicherungskunden künftig direkt über ChatGPT nun die beste Police aussuchen?

Wie andere LLMs wurde ChatGPT mit einem bestimmten Datensatz trainiert. Dieser reicht aktuell bis ins Jahr 2021, das heißt, bestimmtes Wissen ist derzeit schon veraltet oder nicht vorhanden. Eine Empfehlung für die aktuell beste Police ist für Versicherungskundinnen und -kunden also schon deshalb schon nicht möglich, da die aktuellsten Daten hierfür fehlen und auch nicht auf täglicher Basis eingespeist werden.

Zwar ließe sich das technisch sicherlich umsetzen, doch daraus würden sich

neue Fragen ergeben. An welchen Kriterien wird die beste Police bemessen? Gibt es ein Beratungsprotokoll? Wer haftet bei Falschberatung? Dass sich Versicherungskunden künftig direkt über ChatGPT die beste Police aussuchen können, bleibt also unwahrscheinlich.

Werden Chatbots künftig obsolet?

Obsolet werden Chatbots nicht. Es kann Änderungen geben, zum Beispiel, was die Nutzung von regelbasierten Chatbots in Unternehmen betrifft. Hier ändern LLMs künftig die Art und Weise, wie wir generische Informationen beziehen. Interfaces wie ChatGPT können hier beispielsweise aus unterschiedlichen Quellen Antworten aggregieren, die sie Kundinnen und Kunden schnell und unkompliziert auf einen Blick zur Verfügung stellen. Es ist kein Suchen mehr auf mehreren Webseiten nötig und auch die Fragen müssen dem Chatbot nicht mehr vorher mittels Baumdiagramm vordefiniert und beantwortet werden.

Bei kundenspezifischen Anfragen können Large Language Models aber noch nicht weiterhelfen, da sie auf einem breiten, generischen Datensatz trainiert wurden. In derartigen „linearen“ Kundenserviceprozessen mit Backendanbindung wird es weiterhin regelbasierte Chatbots geben.

Und dass Chatbots obsolet werden, schließt sich auch durch eine weitere Tatsache aus: ChatGPT ist genau das – ein Chatbot.

Die Fragen stellte *VWheute*-Redakteur **Tobias Daniel**.

Ähnlich sieht man die neue Technologie auch bei der Allianz Deutschland: „Aktuell setzen Versicherer solche Modelle noch nicht breit ein. Das liegt vor allem daran, dass Versicherer den Modellen erst die Sprache der Versicherung beibringen müssten. Modelle wie ChatGPT können zwar sehr gute allgemeinsprachliche Texte generieren, aber spezielle Begriffe, wie sie zum Beispiel bei Versicherungsprodukten oder einer Schadenmeldung wichtig sind, sind nicht deren Stärke.“

Dennoch sehe man „speziell im Bereich von Wissensmanagement und Unterstützung bei Dokumentation und multilingualen Arbeiten viel Potenzial“. Zudem setze ChatGPT „auf Wahrscheinlichkeiten: Das Modell generiert Text, indem es nach jedem Wort bzw. Satzteil das Wort berechnet, das mit der allergrößten Wahrscheinlichkeit als Nächstes kommt. Versicherungskunden wollen Produkte, die zu ihren Bedürfnissen passen, und Beratung. ChatGPT weiß aber weder, wer ich bin und was meine Bedürfnisse sind, noch versteht es

verschiedene Versicherungsprodukte und zu wem sie passen. Das bräuchte Anreicherung mit versicherungsspezifischen und kundenspezifischen Daten.“

Auswirkungen auf die bisherigen Chatbots sieht man bei der Allianz Deutschland aber nicht: „Derzeit sehen wir eher den umgekehrten Trend, dass Chatbots bei den Kunden beliebter werden. Die Chatbots werden besser. Und es wird mehr Chatbots geben, weil es mit ChatGPT und anderen Modellen einfacher wird, sie zu bauen.“

In der Summe sehen die befragten Analysten und Experten in ChatGPT daher vor allem ein zusätzliches Tool zur Kundengewinnung und -bindung. Den persönlichen Kontakt mit dem Vermittler dürfte ChatGPT aber wohl längerfristig nicht ersetzen.

Autor: Tobias Daniel
