

Studie: Chat als neuer Kommunikationskanal der

Versicherer

Baden, 11. Mai 2022 – Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) der Hochschule Luzern hat in einer repräsentativen Umfrage unter 1579 Versicherungskunden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich untersucht, wie verbreitet Chatkanäle in der Kommunikation mit Versicherern sind. Die «IFZ Conversational Insurance Studie 2022»* klärt ausserdem, ob Versicherte bevorzugt mit Menschen oder mit durch Künstliche Intelligenz trainierten Maschinen chatten möchten. Der Schweizer Softwarehersteller BSI ist, gemeinsam mit Adnovum, Enterprise Bot, Spitch und Swisscom, Partner der Studie und hat sie mit seinem Fachwissen unterstützt.

Sophie Hundertmark und Prof. Dr. Florian Schreiber vom IFZ haben die Studie durchgeführt und gehen damit der Kernfrage nach, ob Versicherungskunden zunehmend auch über Chat mit ihren Versicherern kommunizieren wollen. Sie haben untersucht, wie das Nutzungsverhalten aktuell aussieht und welche Trends sich für die Zukunft abzeichnen. Der Fokus der zugrundeliegenden Online-Umfrage liegt auf Versicherungskunden aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz (n= 1.358). 116 Befragte stammen aus Deutschland, 105 aus Österreich. Die Studienergebnisse können Interessierte unter anderem von einem Chatbot erfragen: <https://eggheads.ai/chat/3122/>

Der Überbegriff «Conversational Insurance», der der Studie ihren Namen gibt, steht für eine dialogbasierte Kommunikation in Form von Text, Voice oder Video. Diese kann per Chat mit einem Mitarbeiter des Versicherers oder automatisiert mit Künstlichen Intelligenz (KI) erfolgen. Ein textbasierter Chat mit einer realen Person wird als Live Chat bezeichnet. Er erfolgt entweder über ein Chatfenster auf der Webseite, in der App des Versicherers oder über einen externen Messenger. Im Gegensatz dazu schreiben Kunden über einen Chatbot mit einem digitalen Assistenten (Roboter). Analog zu Chatbots antworten auch bei einem Voicebot keine realen Personen, sondern ein digitaler Assistent (Roboter). Hierbei handelt es sich jedoch um mündliche Kommunikation.

Klassische Kommunikationskanäle Telefon und E-Mail nach wie vor bevorzugt

Bei den Schweizer Studienteilnehmerinnen sind die eher klassischen Kommunikationskanäle beliebt. Für verschiedene versicherungsspezifische Anliegen, wie die Bereitstellung neuer Versicherungsdokumente oder allgemeine Themen rund um Versicherung, bevorzugen sie zu durchschnittlich 22 Prozent die E-Mail. Rund 32 Prozent telefonieren am liebsten mit einem Mitarbeiter. Einen Live Chat über die App oder Website des Versicherers würden knapp 15 Prozent der befragten Schweizer wählen, 17 Prozent entscheiden sich für einen Chat mit einem Mitarbeiter via Whatsapp oder Messenger. Chatbots wählen durchschnittlich rund sechs Prozent und Voicebots rund zwei Prozent der Befragten. Die Studienergebnisse weisen interessanterweise darauf hin, dass die Wahl des Kommunikationskanals nicht vom Anliegen abhängt. Kunden scheinen einen klar

bevorzugten Kommunikationskanal im Versicherungskontext zu haben, über den sie sämtliche Kommunikation abwickeln wollen – von allgemeinen Themen rund um Versicherungen bis zu vertragsspezifischen Aspekten wie Status der Schadensbearbeitung oder Fragen zur Prämienrechnung.

Die Umfrage zeigt ausserdem, dass bereits 49 Prozent der Schweizer (D = 65 %, A = 65 %) mindestens einmal mit einem Versicherer gechattet haben. Diejenigen Befragten, die dies bisher noch nicht getan haben, begründeten es damit, nicht zu wissen, wo sie mit ihrem Versicherer chatten könnten, oder dass dieser keine Chat-Möglichkeit anbiete. Daraus lässt sich schliessen, dass die regelmässige Nutzung von Chats bei den meisten Kunden an der mangelnden Verfügbarkeit oder Sichtbarkeit solcher Angebote scheitert.

Conversational Insurance als wesentlicher Bestandteil von Service Automation

Bernhard Egger, Retail Community Manager bei BSI, der die Studie seitens BSI begleitet hat, geht davon aus, dass Chats in Zukunft an Relevanz gewinnen: «BSI unterstützt die Studie, weil wir von der zunehmenden Wichtigkeit von Live Chat, Chatbots und hybriden Chatlösungen für den Kundenservice der Zukunft überzeugt sind. In unseren Projekten spüren wir deutlich, wie das Interesse an gelungenen Lösungen in diesem Bereich steigt, einerseits weil Service Automation Effizienzgewinne verspricht, andererseits weil sich die Kundenerwartungen und -gewohnheiten ändern. Die Kundenkommunikation verlagert sich zunehmend von E-Mail hin zum Chat – eine Entwicklung, die in den USA und Asien heute schon klar erkennbar ist. Um diesem Wandel zu begegnen, integrieren wir aktuell eine Chatbot-Lösung in die BSI Customer Suite.»

Potenzial Chat(bot): Chat bei Jüngeren beliebter

Sophie Hundertmark kommt bei der Zusammenfassung der Ergebnisse der Umfrage zu einem ähnlichen Schluss: «Die Studie zeigt eindeutig, dass der Chatkanal von Versicherungskunden zunehmend akzeptiert wird. Folglich empfiehlt es sich für alle Versicherer, diese Option zur Erweiterung oder Verbesserung der Kundenkommunikation in Betracht zu ziehen. Die positive Nachricht ist, dass der Chatkanal aus Sicht der Kunden gegenwärtig noch kein entscheidendes Kriterium im Versicherungskontext ist. Für die Anbieter bedeutet dies, dass ihnen gegenüber der Konkurrenz derzeit kein Nachteil erwächst, falls sie noch keinen Chatkanal bieten. Es ist aber nicht auszuschliessen, dass sich dieses Blatt in Zukunft wenden und der Chatkanal zu einem wichtigen Erfolgsfaktor werden wird. Dies gilt vor allem für die jüngeren Zielgruppen und diejenigen Kunden, bei denen Schnelligkeit und die einfache Nutzung von Versicherungsprodukten im Vordergrund stehen.»

Die vollständige Studie steht hier zum Download zur Verfügung: www.bsi-software.com/conversational-insurance-22

**Für die Studie wurden im Zeitraum vom 27. Januar bis zum 8. Februar 2022 1579 Personen im Alter zwischen 18 und 75 Jahren aus der Schweiz, Deutschland und Österreich online befragt.*

BSI Medienkontakt

Kontakt

Charlotte Malz, +41 (0)417668633
charlotte.malz@bsi-software.com
BSI Business Systems Integration AG
Täfernweg 1, CH-5405 Baden
www.bsi-software.com

Pressekontakt

Katharina Söltenfuß, +49 89 62 81 75 03
WE Communications
ksoeltenfuss@we-worldwide.com

Über BSI

Der Schweizer Softwarehersteller BSI bietet mit der BSI Customer Suite eine ganzheitliche Plattform für die Digitalisierung der Kundenbeziehung. Für Retail, Banking und Insurance bietet BSI starke spezialisierte Lösungen auf Basis langjähriger Branchenexpertise. Zu den Kunden zählen Firmen und Organisationen wie der ADAC, Signal Iduna und der HDI. In der Versicherungsindustrie gilt BSI als Marktführer für CRM-Software. 130 Banken, Versicherer und Handelsunternehmen erreichen darüber rund 27 Millionen Endkunden in ganz Europa. Das 1996 in Baden gegründete Unternehmen ist mit weiteren 7 Standorten und rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland und der Schweiz vertreten. Zu den Kunden gehören marktführende Unternehmen in Europa.
www.bsi-software.com