



Gamechanger Gen AI

Untersuchung zur Nutzung von generativer künstlicher Intelligenz
bei der Suche nach Versicherungs- und Bankprodukten



August 2024

Bild von ChatGPT erstellt

sirius
campus

Neben ChatGPT arbeiten weitere KI-Startups daran, sich als bessere Suchmaschine im Vergleich Google zu etablieren

Vorwort: Perspektiven aus Pressemeldungen

- [BBC vom 26.07.2024](#)

OpenAI is working on adding new powers to its artificial intelligence (AI) bot, as it seeks to edge out Google as the go-to search engine. The company said it was trialling a search feature that incorporates real-time information into its ChatGPT product, allowing the bot to respond to user questions with up-to-date information and links. The tool is currently available to a limited number of users in the US.

- [IT Zoom vom 26.07.2024](#)

OpenAI kündigt seinen Einstieg in den Suchmaschinenmarkt an: SearchGPT, eine KI-basierte Suchmaschine, die in Echtzeit Zugang zu Informationen im gesamten Internet bietet. Anstatt eine Liste von Links zu liefern, versucht SearchGPT, diese in einen sinnvollen Zusammenhang zu bringen.

- [t3n vom 13.04.2024](#)

Perplexity positioniert sich mit seiner KI-gestützten Suche als moderne Alternative zu Google. Wenn sich das Konzept durchsetzt, verändert das nicht nur unser Suchverhalten – sondern das gesamte Web. „Die Zukunft der Suche liefert Antworten – nicht Links“, so heißt es zumindest in einer Werbemail von Perplexity. Perplexity ist eine Art Mischung aus der Google-Suche und ChatGPT. Ihr gebt eure Fragen in ein Chat-Interface ein und KI beantwortet sie euch. Diese Antworten sind – im Gegensatz zu ChatGPT – mit Quellen-Links versehen. So könnt ihr, zumindest theoretisch, die einzelnen Angaben von Perplexity überprüfen. ... Eine im Januar 2024 veröffentlichte Studie kam zu dem Schluss, dass Google – aber auch Konkurrent Bing – ein wachsendes Problem mit Spam-Websites haben. ... Im Januar 2024 hat Perplexity 73,6 Millionen US-Dollar von Investor:innen erhalten.

Gamechanger GenAI: Veränderung des Online-Suchverhaltens für Versicherungen und Bankprodukte

Gliederung des Angebots

- 1 Hintergrund und Thesen
- 2 Datenquellen
 - a) biotische Interviews (qualitativ)
 - b) Repräsentativerhebung (quantitativ)
- 3 Angebot
- 4 Kontakt und über Sirius Campus



Wie hoch ist der Kundennutzen von Gen AI Apps?

1. Hintergrund und Zielsetzung



**sirius
campus**

GenAI Suchmaschinen verändern die Aufmerksamkeit, das Suchverhalten und den Entscheidungsprozess von Versicherungs- und Bankkunden

Hintergrund und Thesen

- Kommt eine **Disruption durch Suchmaschinen mit GenAI** auf Versicherungsanbieter und Geldinstitute zu? Oder prallt die Welle – wieder einmal – an der Konsistenz der Privatkunden ab?
- Tatsächlich **steigen Nutzerzahlen von Chat GPT** erheblich und die Begeisterung über die Suchergebnisse ist häufig sehr hoch. Die Entlastung im Vergleich zu einer Google-Suche ist (scheinbar) unbestritten. Doch wie sehr trauen Kunden den GenAI Empfehlungen wirklich?
- In einer **qualitativen Untersuchung** mit Überprüfung ausgewählter GenAI Anwendungen wollen wir bei Privatkunden der Frage nachgehen, mit welchen Veränderungen in der digitalen Anbahnung zum Versicherungsabschluss oder Kauf eines Bankproduktes gerechnet werden muss.
- Folgende Fragestellungen stehen im Fokus und können durch weitere Impulse teilnehmender FDler ergänzt werden:
 - **Bekanntheit:** Wie bekannt sind Google mit **Gemini Advanced**, **ChatGPT**, Bing mit **Copilot** und mögliche GenAI gestützt ChatBots auf Internetseiten von Versicherern bzw. Geldinstituten?
 - **bisherige Nutzungserfahrungen:** Welche Nutzungserfahrungen liegen vor und wie haben Privat- und Gewerbekunden ihr Suchverhalten durch GenAI bereits verändert?
 - **Suche nach FDL-Anbietern:** Wie gehen Kunden bei der Suche nach Versicherungen und Bankprodukten vor und wie reagieren sie auf die Ergebnisse der GenAI? Vertrauen sie ihnen, wie nutzen sie die Ergebnisse, ... ?
 - **Wirkung auf Markenwahrnehmung:** Wie werden Einstellungen und Wissen zu Versicherer- und Geldinstitutsmarken durch die Ergebnisse von GenAI beeinflusst und dauerhaft verändert?

Kernfrage: Wie werden Antworten von generativen KI Lösungen bei der Produkt- und Anbietersuche genutzt?

Zielsetzung

Gemini Advanced

0 welche kfz-Versicherung ist für junge Leute am besten?

Vorschläge anzeigen ⓘ

Diese Antwort enthält hervorgehobene Aussagen, da sie überprüft wurde. So funktioniert's.

Für junge Leute ist die Kfz-Versicherung oft besonders teuer. Es gibt jedoch einige Versicherungen und Strategien, die helfen können, die Kosten zu senken:

Empfohlene Versicherungen:

- HUK24: Diese Versicherung schneidet in vielen Tests gut ab und bietet oft günstige Tarife für junge Fahrer. Sie ist jedoch nicht auf Vergleichsportalen wie Check24 oder Verivox zu finden, daher sollten Sie direkt bei HUK24 nach einem Angebot fragen. ↴
- Versicherungen mit speziellen Tarifen für junge Fahrer: Einige Versicherungen bieten spezielle Tarife oder Rabatte für junge Fahrer an, beispielsweise für Fahranfänger unter 23 oder 25 Jahren. Es lohnt sich, bei verschiedenen Versicherungen nach solchen Angeboten zu fragen. ↴

Tipps zum Sparen:

- Auto als Zweitwagen der Eltern versichern: Dies ist oft die günstigste Variante, da der Zweitwagen in der Regel in eine bessere Schadenfreiheitsklasse eingestuft wird. ↴
- Familientarife nutzen: Viele Versicherungen bieten Familientarife an, bei denen mehrere Fahrzeuge einer Familie zu einem günstigeren Gesamtpreis versichert werden können.
- Begleitetes Fahren: Wenn du am begleiteten Fahren teilgenommen hast, kannst du bei vielen Versicherungen einen Rabatt erhalten. ↴
- Fahrsicherheitstraining: Auch die Teilnahme an einem Fahrsicherheitstraining kann zu einem Rabatt führen. ↴
- SF-Klassen der Eltern übernehmen: Wenn deine Eltern bereits eine Kfz-Versicherung haben, kannst du unter Umständen deren Schadenfreiheitsklasse übernehmen und so von einem günstigeren Tarif profitieren. ↴

In Prompt Zeile werden Fragen gestellt.

Sehr direkte Anweisungen wirken auf Prospects.

Suchverhalten wird mit Tipps gesteuert.

Sie

welche Kfz-Versicherung ist die beste für junge leute

Copilot

✓ Antworten für Sie werden generiert...

Für junge Leute ist die Kfz-Versicherung oft teurer, aber es gibt Möglichkeiten, Kosten zu senken. Hier sind einige Tipps und Anbieter, die sich speziell an Fahranfänger richten:

1. HUK-COBURG: Die HUK-COBURG bietet eine Fahranfänger-Versicherung für junge Fahrer. Sie können Ihr Auto als Zweitwagen über die Eltern versichern und später die Schadenfreiheitsklassen übernehmen. Außerdem gibt es Rabatte für begleitetes Fahren ab 17 Jahren und sicheres Fahren mit Telematik Plus.¹
2. CHECK24: Über CHECK24 können Sie Tarife vergleichen und die beste Kfz-Versicherung für junge Fahrer finden. Die Altersgrenze liegt je nach Versicherer bei 23 oder 25 Jahren. Nach dieser Grenze wird es deutlich günstiger.²
3. VERIVOX: Auch VERIVOX bietet Spartipps und Vergleichsmöglichkeiten für Fahranfänger. Hier können Sie nach günstigen Kfz-Versicherungen suchen.³

Denken Sie daran, dass die beste Versicherung individuell unterschiedlich sein kann. Vergleichen Sie Angebote und wählen Sie die Versicherung, die zu Ihren Bedürfnissen passt. 🚗💡

Kunden lernen, wie Fragen am besten gestellt werden.

Die sehr menschlich anmutenden Suchergebnisse werden den Anbahnungsprozess verändern, aber wie genau und was müssen Anbieter für ihren Vertrieb in Zukunft beachten?

Zielsetzung

0 ich suche hohe Qualität: Welche Versicherung ist dafür die beste in Deutschland?

Vorschläge anzeigen ▾ 🔍

❖ Wenn Sie Wert auf hohe Qualität legen, sollten Sie sich auf Versicherungen konzentrieren, die in unabhängigen Tests und Bewertungen regelmäßig Spitzenplätze belegen und einen ausgezeichneten Ruf für Kundenservice und Schadensabwicklung haben. Hier einige Empfehlungen:

KFZ-Versicherung:

- **HUK-Coburg:** Wird häufig für ihre umfassenden Leistungen und ihren guten Kundenservice gelobt.
- **Allianz:** Bietet eine breite Palette an Tarifen und Zusatzleistungen und hat einen guten Ruf in der Schadensabwicklung.

Private Krankenversicherung:

- **Debeka:** Bekannt für ihre umfassenden Leistungen und ihren hervorragenden Kundenservice.
- **Allianz Private Krankenversicherung (APKV):** Bietet flexible Tarife und eine gute medizinische Versorgung.

Hausratversicherung:

- **HUK-Coburg:** Bietet umfassenden Schutz und eine schnelle Schadensregulierung.
- **Amerländer Versicherung:** Wird für ihre fairen Konditionen und ihren guten Kundenservice geschätzt.

Lebensversicherung:

- **Allianz:** Bietet eine große Auswahl an Produkten und eine solide finanzielle Basis.
- **R+V Versicherung:** Verfügt über eine hohe Finanzkraft und eine gute

Nutzungsanlässe und -häufigkeit sowie Zufriedenheit mit Ergebnissen.

Welche **Vorteile** – auch im Vergleich zu traditionellen Suchmaschinen und Vergleichsportalen – werden wahrgenommen?

Welche **Fragen** stellen Kunden, speziell zu **Versicherungen / Bankprodukten**?

Wie werden **Ergebnisse genutzt** und wie wird ein Sprung zu einem Versicherer, Vermittler oder Geldinstitut vorgenommen?

Steigern die Suchergebnisse die eigene **Entscheidungsfähigkeit**?

Das digitale Sucherverhalten allgemein und speziell nach Versicherung und Bankprodukte wird sich in bestimmten Punkten dramatisch verändern

Thesen

Erfahrungen mit Gen AI Apps begeistern Nutzer und führen zu einer häufigeren Nutzung.

Ergebnisse von Gen AI Apps bieten mehr Übersichtlichkeit und Klarheit.

Die erforderliche Kompetenz einer Nutzung von Gen AI Apps ist erlernbar und nimmt zu.

Das Vertrauen in Suchergebnisse mit Gen AI Apps ist höher.

Es entwickeln sich bestimmte Fragetechniken, um gezielt nach Produkten und Unternehmen zu suchen.

Die Nutzung von Gen AI Apps führt schneller zu einer Handlung / Entscheidung.



Biotische Interviews bei der Nutzung von Gen AI Apps

2. Datenquellen: biotische Interviews (qualitativ)

Biotische Interviews bei der Nutzung generativer KI (GenAI) liefert Erkenntnisse, wie sie auf Prospects im Versicherungs- und Bankenmarkt wirken

Untersuchungsdesign: Biotische Interviews

- Die **Methode des lauten Denkens** liefert bei der Nutzung von Produkten oder Internetseiten Erkenntnisse darüber,
 - wie Menschen **reagieren**,
 - welche **Gedanken** angestoßen werden,
 - wie sie **Vorüberlegungen** zu Entscheidungen treffen,
 - welche **Auslöser** Entscheidungen für ein weiteres Vorgehen sind und
 - wie die Nutzung **Einstellungen und Wissen**, z. B. zu einer Marke / ein Angebot **verändern**.
- Probanden werden zur Methode des lauten Denkens am Anfang des Interviews **trainiert**, dass sie ihre Gedanken und Gefühle mit uns teilen.
- Der **Bildschirm wird aufgezeichnet**, um den Kontext zu den Gedanken und Gefühlen zu erkennen.
- In der Online-Konferenz werden **kurzer Clips** mit denen typische Reaktionen vorgestellt.



Screen-Aufzeichnung in biotischen
Interviews (mit lautem Denken)

Fokus auf Erstnutzer und aktive bzw. erfahrene Nutzer von Gen AI Apps

Untersuchungsdesign: Zielgruppen



Erstnutzer / Newbies

- **Nutzer mit Erfahrungen zur Online-Suche zu Versicherungen oder Bankprodukten, aber ohne bisherige Erfahrungen mit generativer KI**
- Alter 18 bis 50 Jahre und Geschlecht gut gemischt
- Interviewdauer: 1h
- Methode: beobachtendes / biotisches Interview am PC, Screen- und Ton-Aufzeichnung, freie Nutzung und Aufgaben



Aktive Nutzer / Pros

- Aktuell bereits **Nutzer von Gen AI Apps** (z. B. ChatGPT, ...) für Produkte aus diversen Branchen, ggf. auch für Versicherungen und Bankprodukte
- Soziodemographie anfallend, wenn möglich auch Verteilung über Alter und Geschlecht wie bei Erstnutzern
- Interviewdauer: 1h
- Methode: beobachtendes / biotisches Interview am PC, Screen- und Ton-Aufzeichnung, freie Nutzung und Aufgaben

Aus jeder Zielgruppe (aktive und Erstnutzer) wurden 8 Interviews, also insgesamt 16 durchgeführt.

Im Interview werden Suchaufgaben nach individuell relevanten Versicherungen und Bankprodukte sowie nach Marken / Anbietern bearbeitet.

Die Interviews werden mit den Gen AI Apps  Chat GPT und  Perplexity **durchgeführt.**

* weitere Rekrutierungsdetails können im Rahmen der Abstimmung formuliert werden.



Einordnung der Ergebnisse in eine repräsentative Potenzialabschätzung

2. Datenquellen: Repräsentativerhebung (quantitativ)

Unter rund 2.000 Versicherungs- / Finanz(mit)entscheidern werden zentrale Fragen zur Nutzung und zu den Erfahrungen mit GenAI gestellt

Repräsentativer Blick: Fragen in Repräsentativbefragung

Fragen GenAI Apps mit repräsentativer Gesamt- und Zielgruppenanalyse

- Bekanntheit
- Nutzung allgemein
- Nutzungshäufigkeit von diversen GenAI Apps: ChatGPT, CoPilot, Gemini von Google, ...
- Nutzung von GenAI Apps für bestimmte Produktgruppen / Themen, darunter
 - Versicherungen bzw. Versicherungsgesellschaften
 - Gesundheit, Krankheiten, Behandlungen, Arztsuche
 - Geldanlagen, Fondsgesellschaften
 - Bankprodukte, z. B. Girokonto oder Kreditkarte, Banken
- Vorteilswahrnehmung
- anschließendes Verhalten



Online-Konferenz zu den Ergebnissen
mit Videoclips aus den Interviews und
mehr ...

3. Angebot



sirius
campus

Gamechanger Gen AI

Untersuchung zur Nutzung von generativer künstlicher Intelligenz bei der Suche nach Versicherungs- und Bankprodukten

Gliederung des Berichts

#	Kapitel
1	Management Summary und Untersuchungsdesign
2	<i>Optional: Reichweite von Gen AI Apps (Repräsentativbefragung)</i>
3	Customer Journey für Versicherungen und Bankprodukte
4	Einstellungen und Nutzungserfahrungen
5	Apps im Vergleich: Gen AI vs. Google und ChatGPT vs. Perplexity
6	Prompts <ul style="list-style-type: none">▪ Beispiel-Flows▪ Einstiegsfragen▪ Vertiefungsfragen
7	Wirkung der Ergebnisse <ul style="list-style-type: none">▪ Marken- und Vermittlersuche▪ AHA-Effekte▪ Enttäuschungen
8	Zukünftige Nutzung Gen AI
9	Kontakt und über Sirius Campus

Die Ergebnisse werden in drei Formaten angeboten

- 1. Teilnahme an Online-Konferenz am 5. Sep.
10-12 Uhr**
- 2. ... + Bericht zu den Ergebnissen der qualitativen Untersuchung**
- 3. ... + Ergebnisse der repräsentativen Untersuchung**

Nutzungsmöglichkeiten der Marktuntersuchung „Gamechanger GenAI“

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wähle die für euch passende Variante aus

Life

Teilnahme an der Online-Konferenz mit
Videoclips zum Nutzungsverhalten
am 5. September 2024 von 10-12 Uhr

je Unternehmen können
mehrere Personen teilnehmen

950 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

Name:

Abteilung / Position:

Unternehmen:

Straße, Nr.:

PLZ Ort:

Life + Fokus-Report

Teilnahme an der Online-Konferenz mit
Videoclips zum Nutzungsverhalten
am 5. September 2024 von 10-12 Uhr

+

Bericht + Summary mit Ergebnissen aus der
qualitativen Erhebung

1.950 €

E-Mail:

Tel.:

PO#:

Datum:

Unterschrift:

Life + Komplett-Report

Teilnahme an der Online-Konferenz mit
Videoclips zum Nutzungsverhalten
am 5. September 2024 von 10-12 Uhr

+

Bericht + Summary mit Ergebnissen aus der
qualitativen Erhebung
und aus der repräsentativen Erhebung

2.550 €

* Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber. Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Marke Select Typen ist als Wort-/Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.

Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 € / km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.

Bei mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.

Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.



Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

4. Kontakt und über Sirius Campus



sirius
campus

Das Projektteam

Kontakt



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 640

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

The diagram illustrates the four pillars of Sirius Campus:

- Wirksame Angebote entwickeln** (Developing effective offers) - Represented by a checklist icon.
- Kunden entscheiden machen** (Helping customers make decisions) - Represented by a target icon.
- Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten** (Designing attention-grabbing appeals) - Represented by an eye icon.
- Kauf- und Preisbereitschaft steigern** (Increasing purchase and price readiness) - Represented by a price tag icon.

Central text: Kaufentscheidungen mit den Select Typen einfach und wirksam gestalten.

Absatz und Ertrag steigern (Increasing sales and revenue) - Represented by a line graph icon.

www.siriuscampus.de und www.select-typen.de



sirius campus

Verkaufst du noch oder gestaltest
du schon den Entscheidungsprozess
deiner Kunden?