

Studie: Versicherungsvermittler beklagen fehlende KI-Tools und Unterstützung

Trotz medialem Hype ist der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Versicherungsvertrieb noch erstaunlich wenig verbreitet

Baden, 09.06.2026 – Künstliche Intelligenz (KI) ist in der Breite des Versicherungsvertriebs noch nicht angekommen. Das zeigt die Studie «KI im Vertrieb», die der führende europäische CRM/CX-Softwareanbieter BSI Software gemeinsam mit der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) durchgeführt hat.

«Der Einsatz von KI in Unternehmen wird derzeit überall diskutiert. Umso überraschender ist das Ergebnis unserer Studie», sagt Sebastian Pitzler, Executive Vice President AI bei BSI Software.

Mit 39 Prozent gab die relative Mehrheit der befragten Ausschliesslichkeitsvermittler an, KI im Arbeitsalltag eher selten (22 Prozent) oder nie (17 Prozent) zu nutzen. Lediglich 31 Prozent setzen KI häufig oder sehr häufig ein (Infografik 1).

Für die Studie wurden im ersten Quartal 2026 1.891 Ausschliesslichkeitsvermittlerinnen aus einem breiten Spektrum an Versicherern in Deutschland online befragt, eine repräsentative Stichprobe aus der Gesamtheit von rund 98.000 Vermittlern.

«KI bietet dem Vertrieb enorme Chancen, der flächendeckende Einsatz lässt aber noch auf sich warten», sagt Dr. Oliver Schellenberger, Professor für Versicherungen und Finanzdienstleistungen am FHDW-Standort in Mettmann.

KI-Tools und Unterstützung fehlen

Die Studie zeigt die Gründe: Eine jeweils deutliche Mehrheit der Befragten vermisst sowohl die nötige Unterstützung auf Seiten der Versicherungsunternehmen für eine effektive KI-Nutzung im Arbeitsalltag als auch allgemein die dafür nötige Ausstattung und geeignete KI-Tools.

So fühlen sich 68 Prozent der Befragten durch ihren Versicherer beim Einsatz von KI schlecht oder sehr schlecht unterstützt. 54 Prozent geben an, sie seien schlecht oder sehr schlecht dafür ausgestattet, KI effektiv bei der Arbeit einzusetzen (Infografik 2). Und 69 Prozent stellen fest, dass die Versicherer ihnen keine ausreichenden KI-Tools zur Verfügung stellen (Infografik 3).

Dabei ist die Offenheit im Vertrieb, KI einzusetzen, vorhanden. 59 Prozent der Befragten sehen darin eine Chance für ihre Arbeit in den kommenden fünf Jahren (Infografik 4). Und wer KI bereits verwendet, ist von den Vorteilen überzeugt: 70 Prozent geben an, dass der Einsatz von KI ihre Produktivität und Effektivität bei der Arbeit steigert, nur 16 Prozent sehen das anders.

Chatbots dominieren noch

Wer KI nutzt, greift bislang auf naheliegende Werkzeuge zurück. 87 Prozent arbeiten mit Chatbots wie ChatGPT oder Microsoft Copilot. Es folgen mit grossem Abstand: Generative KI für Dokumente (24 Prozent), CRM-Automatisierung (9 Prozent) und Lead-Scoring (5 Prozent) (Infografik 5).

«KI wird derzeit vor allem zur Prozessoptimierung und Zeitersparnis eingesetzt, nicht aber für innovativere Vertriebsansätze wie Cross-Selling, Lead-Qualifizierung oder datenbasierte Kundenanalyse», kommentiert Sebastian Pitzler von BSI Software. In Bereichen, in denen KI den grössten Mehrwert im Vertrieb entfalten könnte, wird KI also kaum genutzt.

Allerdings fühlt sich ein Teil der Befragten noch nicht ausreichend informiert: So kann fast ein Drittel (28 Prozent) der Befragten bei der offenen Frage, welche Chancen und Risiken KI in den nächsten fünf Jahren bietet, keine Antwort geben (Infografik 4). Hier besteht noch ein großer Bedarf an Aufklärung.

Wettbewerbsvorteile durch KI

«Die Branche muss von der Diskussion in die Umsetzung kommen. Wer jetzt investiert, sichert sich Wettbewerbsvorteile bei Produktivität, Mitarbeiterbindung und Innovation», sagt Professor Schellenberger.

«KI ist ein strategischer Wachstumstreiber für die Versicherungswirtschaft», ergänzt Pitzler. «Ihr volles Potenzial entfaltet sie aber nur dann, wenn Versicherer die nötige Infrastruktur bereitstellen. Der Vertrieb ist bereit, er wartet auf die richtigen Tools.»

Die KI-Studie wird in Zukunft regelmässig durchgeführt. Aus den Ergebnissen wird ein «AI Readiness Index» gebildet. Die vollständigen Studienergebnisse der ersten Befragung stehen hier zum Download bereit: [Link](#)

Über BSI Software

BSI Software ist ein führender europäischer Anbieter von Softwarelösungen für Customer Relationship Management (CRM) und Customer Experience (CX). Die BSI Customer Suite unterstützt Unternehmen aus regulierten Branchen wie Banking, dem Versicherungssektor, Einzelhandel sowie Energie- und Versorgungswirtschaft bei der ganzheitlichen Gestaltung digitaler Kundenbeziehungen – entlang der gesamten Customer Journey. Dabei ist BSI Software Marktführer in seinen Fokusbranchen in der DACH-Region. Die modulare, skalierbare und holistische Kundenplattform bietet umfassende Funktionen für Marketingautomatisierung, Vertriebsunterstützung und Serviceprozesse – AI-basiert, Compliance-konform und technologisch souverän. Dazu gehören auch der AI-gestützte BSI Companion, die CRM-Lösung mit generativer 360°-Kundensicht sowie die Automatisierung durch Agentic AI. Dank Multi-Cloud-Strategie und Modell-Agnostik bleiben Unternehmen flexibel in der Wahl ihrer Infrastruktur und AI-Modelle. BSI Software verbindet technologisches Know-how mit tiefgehendem Branchenverständnis. Zu den Kunden zählen renommierte Unternehmen wie ADAC, Hornbach, Techem, PostFinance, die Raiffeisen Bankengruppe oder Signal Iduna. Weitere Informationen: www.bsi-software.com

BSI Medienkontakt

BSI Software Deutschland

Lübecker Str. 128, DE-22087 Hamburg

presse@bsi-software.com

www.bsi-software.com

Über die FHDW – Fachhochschule der Wirtschaft

Die private Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) wurde 1993 gegründet. Sie bietet an fünf Campussen Bachelor- und Masterstudiengänge in Betriebswirtschaft, Informatik und Wirtschaftsinformatik an – darunter duale, berufsbegleitende und Vollzeitprogramme. Außerdem gibt es eine berufsbegleitende Promotion (DBA). Neben der engen Verzahnung von Theorie und Praxis durch die Kooperation mit rund 800 Unternehmen bietet die FHDW kleine Studiengruppen, intensive Betreuung, effiziente Studienorganisation und attraktive Karrieremöglichkeiten. Im Wintersemester 2025/2026 sind an der gesamten FHDW rund 2.000 Studierende eingeschrieben. Sie werden von 38 Professoren und zahlreichen Lehrbeauftragten betreut. Seit ihrer Gründung hatte die FHDW 11.400 Absolventen. Weitere Informationen unter www.fhdw.de

Pressekontakt der FHDW

Lisa Schlomann – Junior Marketing Managerin PR & Content
eduUP gGmbH | Fürstenallee 5 | 33102 Paderborn
lisa.schlomann@edu-up.de | +49 2202 9527383