

HEUTE UND MORGEN

Von Google zu generativer KI

Neue Entscheidungslogiken verstehen –
die eigene Sichtbarkeit in KI-Systemen stärken

Angebot für die umfassende KI-Grundlagenstudie
mit repräsentativer Marktanalyse, qualitativer
Zukunftsperspektive und kundenzentrierter
KI-Sichtbarkeitsmessung – Juli 2026





Hintergrund der Studie

KI-Nutzung wächst dynamisch

34%

der 18- bis 70-Jährigen nutzen KI-Chatbots bereits regelmäßig. Innerhalb eines Jahres ist dieser Anteil um **12 Prozentpunkte** gestiegen. Insgesamt nutzen zwei Drittel der Deutschen KI-Chatbots.

Versicherungen sind in KI-Chatbots bereits ein relevantes Recherchefeld

23%

der KI-Chatbot-NutzerInnen haben sich bereits zum Thema Versicherungen informiert. Damit gehören Versicherungen nach Reisedienstleistungen zu den wichtigsten Produktkategorien in KI-Chatbots.

KI beeinflusst die Vorauswahl bei Versicherungsentscheidungen

43%

der Personen, die KI-Chatbots in der Customer Journey in den letzten 6 Monaten genutzt haben, starten mit diesem Kanal und orientieren sich an den KI-Empfehlungen. KI-Chatbots entwickeln sich zum vorgelagerten „Gatekeeper“.

Die KI-Grundlagenstudie zeigt, wie relevant KI bereits heute ist, wie sich Kundenentscheidungen verändern und wie die eigene Marke im neuen KI-Wettbewerb positioniert ist.

Einzelne Sichtbarkeitswerte oder allgemeine Nutzungszahlen reichen nicht aus, um die Auswirkungen generativer KI auf den Versicherungsmarkt zu verstehen. Die Studie verbindet Marktanalyse, tiefes Kundenverständnis und reale KI-Sichtbarkeitsmessung zu einem Gesamtbild der KI-beeinflussten Versicherungsentscheidung.

Ihre Vorteile einer Studienbestellung

Drei Perspektiven für eine fundierte KI-Strategie



1

Markt & Relevanz

Wie stark verändert KI den Versicherungsmarkt bereits heute?

Sie können die heutige und künftige Relevanz von KI für Ihre Zielgruppen belastbar einschätzen und Investitionsentscheidungen datenbasiert priorisieren.



2

Kunde & Zukunft

Wie verändern KI-affine Kunden ihre Recherche und Entscheidung?

Sie verstehen frühzeitig, wie Kommunikation, Website, Vergleichsangebote und Beratung auf KI-informierte Kunden ausgerichtet werden müssen.



3

Marke & Sichtbarkeit

Wie sichtbar ist Ihre Marke in realen KI-Nutzungssituationen?

Sie erkennen Ihre konkrete Wettbewerbsposition bei einzelnen Produkten und erhalten Ansatzpunkte für Content, Positionierung, Website und Vertriebssteuerung.

Markt & Relevanz

Wie stark verändert KI den Versicherungsmarkt bereits heute?

1



Methodik

Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel



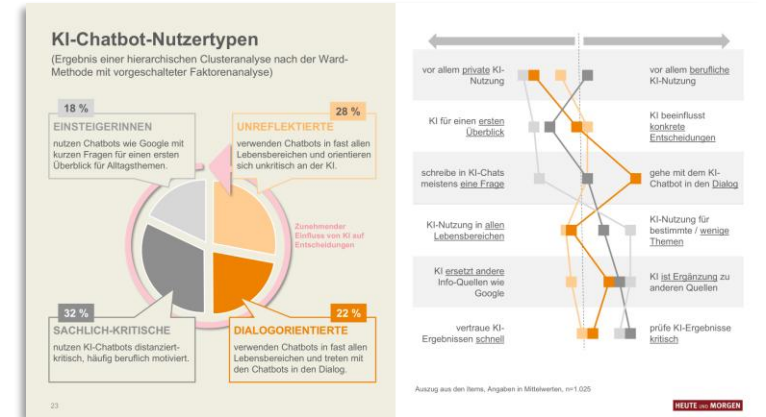
Zielgruppe und Stichprobe

Repräsentativbefragung Bevölkerung 18+ Jahre;
n=1.500 Befragte

Inhalte

- Nutzung von KI-Chatbots, Anbietern und Endgeräten
- relevante KI-Nutzertypen und Zielgruppen
- KI versus Google: Ergänzung, Verlagerung oder Substitution?
- Nutzung von KI-Chatbots bei Versicherungs- und Finanzthemen
- Rolle von KI in konkreten Abschluss-Journeys
- Zusammenspiel und Einschätzung von KI im Vergleich zu Vergleichsportalen, Websites und Vermittlern
- Unabhängige KI-Chatbots vs. KI-Unternehmens-Chatbots: Welche Anliegen potenziell vorstellbar sind

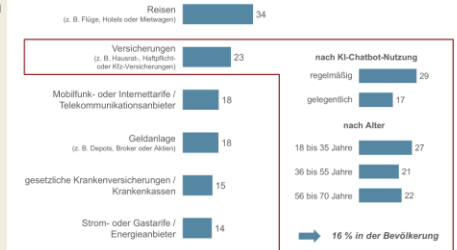
Auszüge aus der Studie



KI-Chatbot-Nutzung: Versicherer im Vergleich zu anderen Branchen

nur Chatbot-NutzerInnen

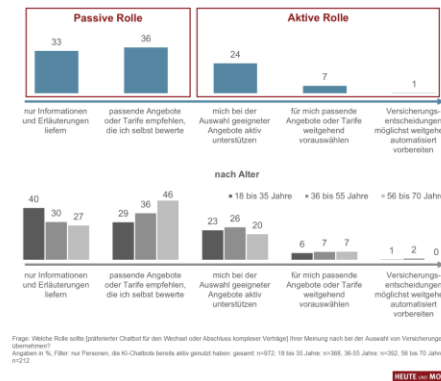
Versicherungen haben im Vergleich zu anderen Produktbereichen bereits eine überdurchschnittliche Bedeutung bei der Nutzung von KI-Chatbots. Jede/r vierte KI-Chatbot-NutzerIn (23 %) hat sich über diesen Weg bereits über Versicherungen informiert. Das entspricht bevölkerungsweltweit einem Anteil von 16 %. Nur nach Reisedienstleistungen wird häufiger gesucht.



Gewünschte Rolle von Chatbots bei der Versicherungsauswahl

nur Chatbot-NutzerInnen

Die Mehrheit wünscht sich in Bezug auf Versicherungen von der KI aktuell eine passiv informierende Rolle. Die KI soll entweder Informationen bzw. Erläuterungen liefern oder Tarife im Sinne einer Übersicht empfehlen, die der / die NutzerIn dann selber bewerten kann. Dagegen wünscht sich ein Drittel eine aktive Rolle im Sinne einer aktiven Unterstützung bei der Auswahl von Tarifen. Nur eine kleine Minderheit dieser Personen wünscht sich, dass die KI Tarife bereits vorauswählt.



Kunde & Zukunft

Wie verändern KI-affine Kunden ihre Recherche und Entscheidung?

2



Methodik und Stichprobe
32 Tiefeninterviews à 60 min
+ experimentelle UX-Tests KI-Chatbot



Zielgruppe
Personen zwischen 20 und 60 Jahren, die regelmäßig KI nutzen

Inhalte

- Motive für die Nutzung von KI-Chatbots
- wahrgenommene Stärken gegenüber Google
- reale Recherchewege bei unterschiedlichen Versicherungsprodukten
- Zusammenspiel von KI, Google, Vergleichsportalen, Website und Beratung
- Unterschiede zwischen jungen und erfahrenen KI-Nutzern
- Personalisierung, Dialog und Vertrauen
- heutige Grenzen von KI-Antworten

Auszüge aus der Studie

Rolle von Google I
„Wenn ich weiß, was ich suche“ oder „als Start“ – Googeln wird durch die KI nicht irrelevant.

Die Funktion von Google verschiebt sich tendenziell: Die herkömmliche Recherche steht nun weniger im Zentrum als der schnelle Transfer zur gewünschten Seite.

Transfer (Eingabe Ziel-Webseite)

- Webseiten, zu denen man nur möglichst mühelos hin will,
- schnell zu den „Lieblingsseiten“ (z. B. Check24, Barmenia, ChatGPT)
- Man erspart sich nur den Versuch, barmenia.de einzugeben, nichts weiter.

Einstiegsrecherche (Gattungsrecherche)

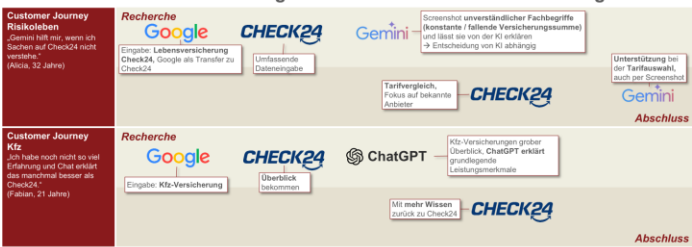
- „Kfz-Versicherung“, „Kfz-Versicherungsvergleich“
- Softer, niedrigschwelliger, habitualisierter Einstieg, um einen ersten Überblick zu bekommen: „Haftpflichtversicherung“
- Solange man „noch keine Fragen“ hat

Vertiefungsrecherche

- Überprüfung der Aussagen der KI
- Anbieter und Vermittler von Versicherungen
- Bewertungsportale / Verbraucherplattformen



I. Erklärungen liefern – die Paraderolle der KI in der Customer Journey
Wenn KI-Affine z. B. im Vergleichsportale Fachbegriffe nicht verstehen, glänzt die KI mit schnellen Erläuterungen. Teils werden Screenshots hochgeladen.



Die KI-Chatbots überzeugen bei der Fragenbeantwortung auf ganzer Linie. Am Smartphone wird z. B. der Screenshot aus der Check24-App bei Gemini oder ChatGPT hochgeladen und der KI reicht eine kurze, grobe Beschreibung des Problems, um weiterhelfen zu können: „Chat, was meint konstante Versicherungssumme?“ oder „Die AU-Klausel weiß ich nicht, was damit gemeint ist, da müsste ich auch noch einmal nachfragen“.

Erfolg einzelner Schritte im KI-Dialog nach Versicherungsprodukt
Je geringer die Komplexität eines Versicherungsproduktes ist, desto besser ist es für die KI-Recherche geeignet.

Typische Dialogbestandteile	Hausrat	Zahnzusatz	Kfz	BU
Einstiegsprompt formulieren	👍	👍	👍	👍
ersten Output der KI verstehen (meist Produktklärung)	👍	👍	👍	👍
Angaben vervollständigen	👍	👍	👎	❌
passende Anbieterswahl erhalten	👍	👍	❌	❌
konkrete Tarifempfehlung mit „echtem“ Preis erhalten	👎	👎	❌	❌
Weiterleitung zu einem Tarif / Vergleichsportale	❌	❌	❌	❌

👍 funktioniert bereits gut 🤖 teils Erfolg, teils Misserfolg 👎 hier treten Probleme auf, die teilweise zum Abbruch führen ❌ Punkt nicht durch KI erreichbar

Marke & Sichtbarkeit

Wie sichtbar ist Ihre Marke in realen KI-Nutzungssituationen?

3



Methodik
HEUTE UND MORGEN AI User Lab: Prompt-/ Sichtbarkeits-Test mit nachgelagerter Befragung

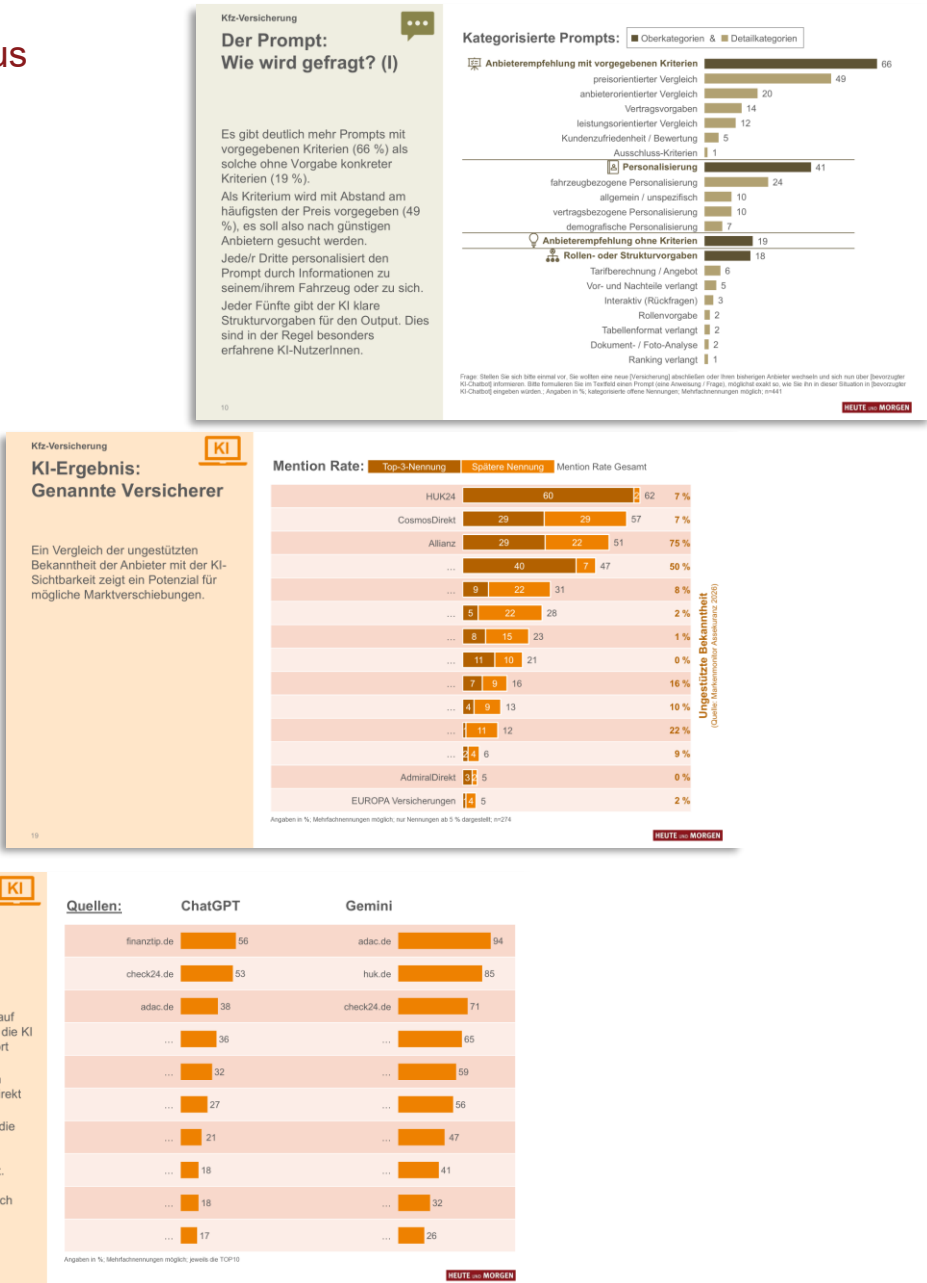


Zielgruppe
Jeweils 259-290 KI-Nutzende für sechs Produkte (Kfz-, Hausrat-, BU-, Zahnzusatz-, Rechtsschutzversicherung, Altersvorsorge)

Inhalte

- tatsächlich verwendete Prompts und Prompt-Typen
- Sichtbarkeit der Anbieter insgesamt und differenziert nach: KI-Chatbot, Prompt, Endgerät, Zielgruppe
- Anteil Erstnennungen und Top-Platzierungen von der KI
- Von der KI empfohlene Produkt- und Leistungskriterien
- meistgenutzte Quellen der KI
- Veränderung von Relevant Set und präferiertem Anbieter auf Basis der KI-Ergebnisse
- produktspezifischer Wettbewerbsbenchmark

Auszüge aus der Studie



Marke & Sichtbarkeit

Wir messen nicht, was eine KI theoretisch antwortet, sondern was reale Kunden tatsächlich sehen und daraus machen.

3

Technische Messungen (wie sie häufig im Markt eingesetzt werden) beantworten, wie ein definiertes KI-System auf definierte Prompts reagiert. Sie beantworten jedoch nicht, was reale Kunden mit ihren eigenen Fragen tatsächlich sehen und wie dies ihre Entscheidung beeinflusst.

Denn Menschen suchen sehr unterschiedlich. Manche fragen kurz und knapp nach der „besten Hausratversicherung“. Andere beschreiben ihre persönliche Situation ausführlich, etwa Größe und Lage der Wohnung, gewünschte Produktausrichtung (z.B. preiswert vs. leistungsorientiert) etc..

Hinzu kommt: Menschen nutzen unterschiedliche KI-Systeme, verschiedene Accounts, Browser oder Apps und bringen ihre eigene Suchlogik und ihren Nutzungskontext mit.

Genau diese reale Nutzungssituation beeinflusst, welche Versicherer genannt, wie sie dargestellt und ob sie als relevante Option wahrgenommen werden.

Unser Ansatz

ECHTE Prompts → ECHTE Sichtbarkeit → ECHTE Kundenentscheidungen



1. Person / Kontext

Wer fragt?

Nur echte KI-Nutzer liefern echte Ergebnisse!

Echte Befragte nutzen ihren eigenen KI-Chatbot samt individueller Historie auf ihrem präferierten Device



2. Prompt

Wie wird gefragt?



Echte Prompts entscheiden, was sichtbar wird!

Echte Befragte prompten. So werden die Bandbreite an Prompts und die Unterschiede zwischen Zielgruppen berücksichtigt



3. KI-Ergebnis

Was zeigt die KI?



Die ganze Welt der KI abbilden und verstehen!

Sie erhalten repräsentative Ergebnisse der KI-Sichtbarkeit Ihrer Marke und ein Ranking der von der KI genutzten Quellen



4. Wirkung

Was verändert sich?



Sichtbarkeit alleine reicht nicht, die Wirkung entscheidet!

Wir messen, welchen Einfluss die KI-Ergebnisse auf die in Betracht gezogenen Anbieter (Relevant Set) haben.

Ihre Bestellmöglichkeiten

Wählen Sie die Perspektive, die zu Ihrer Fragestellung passt...

Einzelbezug



Markt & Relevanz

Für Unternehmen, die fundiert einschätzen möchten, wie stark KI die Versicherungsbranche und ihre Zielgruppen bereits betrifft.



Kunde & Zukunft

Für Unternehmen, die Customer Journeys, Content, Websites oder Beratung auf die Erwartungen KI-affiner Kunden ausrichten wollen.



Marke & Sichtbarkeit

Für Unternehmen, die ihre eigene KI-Sichtbarkeit in einem oder mehreren konkreten Produktmärkten messen und verbessern möchten.

... oder nutzen Sie die vollständige Gesamtsicht

Gesamtpaket



Markt + Kunde + Marke

Erhalten Sie einen vollständigen Überblick auf Basis aller Studienteile inkl. einem exklusiven Management Report.

Der exklusive **Managementbericht** verbindet alle Studienteile zu einer strategischen Gesamtsicht. Er verdichtet die zentralen Erkenntnisse, identifiziert übergreifende Zusammenhänge und leitet konkrete Empfehlungen für KI-Sichtbarkeit, Marke, Content, Vertrieb und Customer Journey ab.



Nutzen Sie die Studienergebnisse als neue Perspektive auf Markt, Kunde und Wettbewerb!

Mit der Studie können Sie...

- die Relevanz von KI für die eigenen Zielgruppen fundiert bewerten,
- Veränderungen der Customer Journey frühzeitig erkennen,
- die eigene KI-Sichtbarkeit im Wettbewerb einordnen,
- relevante Prompts, Leistungskriterien und KI-Quellen identifizieren und
- konkrete Maßnahmen für Marke, Content, Website und Vertrieb ableiten.

Welche Studienperspektive ist für Ihr Unternehmen besonders relevant?
Gerne stellen wir Ihnen die verfügbaren Studienberichte und Bestelloptionen in einem persönlichen Gespräch vor.

Axel Stempel

+49 221 995005-14

axel.stempel@heuteundmorgen.de

Robert Quinke

+49 221 995005-13

robert.quinke@heuteundmorgen.de

Bestelloptionen: Grundlagenstudie „Von Google zu generativer KI“

Studienbestellung per E-Mail an axel.stempel@heuteundmorgen.de

Einzelbezug

☐	1. Markt & Relevanz Wie stark verändert KI den Versicherungsmarkt bereits heute? (PDF/PPTX, ca. 70 Seiten)	3.900 €
☐	2. Kunde & Zukunft: Wie verändern KI-affine Kunden ihre Recherche und Entscheidung? (PDF/PPTX, ca. 60 Seiten)	4.500 €
☐	3. Marke & Sichtbarkeit: Wie sichtbar ist Ihre Marke in realen KI-Nutzungssituationen? (PDF/PPTX, ca. 30 Seiten pro Produkt) (Reports sind für folgende Produkte erhältlich: Kfz-, Hausrat, BU, Zahnzusatz, Rechtsschutz, Altersvorsorge)	2.400 € (pro Produkt) 7.500 € (Bündelpreis für alle Produkte)

Zusatzoption zu Modul 1 Markt & Relevanz

☐	Tabellenband in Excel zu Ihren Kunden (bei ausreichender Fallzahl)	900 €
--------------------------	---	-------

Gesamtpaket

☐	Studienmodule 1 + 2 + 3 inkl. KI-Sichtbarkeits-Reports zu allen Produkten und zzgl. einem exklusiven Managementreport (PDF/PPTX, ca. 40 Seiten)	13.900 €
--------------------------	---	----------

Zusatzoptionen zum Gesamtpaket

☐	Präsentation der zentralen Ergebnisse (ca. 60 min zzgl. Diskussion; Schwerpunkte nach Absprache)	1.500 € (Remote) 1.900 € (in Ihrem Hause zzgl. Reiskosten)
☐	KI-Workshop: Und nun? (halbtägig inkl. Impulsvortrag; Einordnung der Ergebnisse; Ableitung für das Unternehmen auf Basis von Best Practices)	auf Anfrage