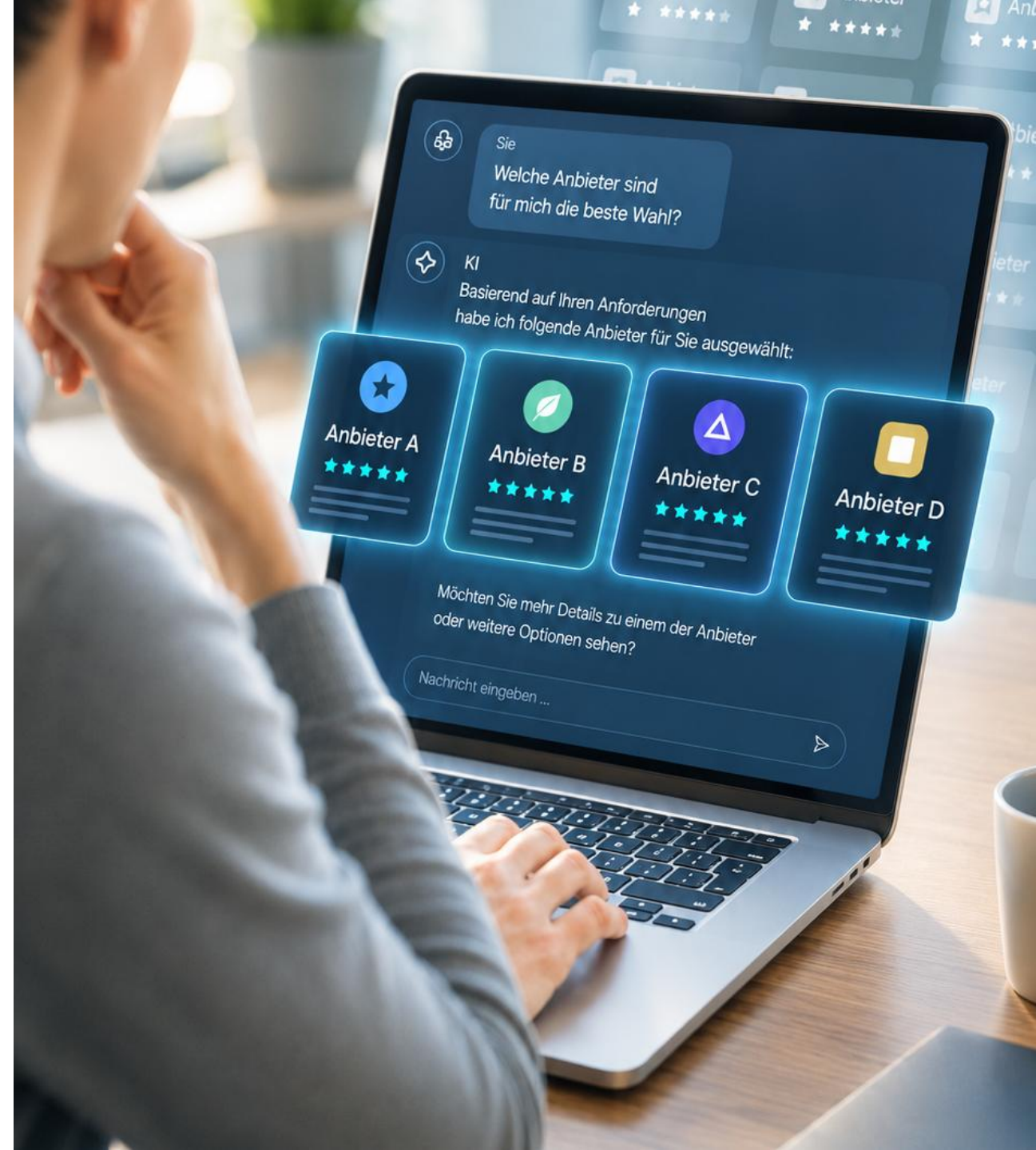


HEUTE UND MORGEN

KI-Sichtbarkeits-Radar Assekuranz

**ECHE Prompts → ECHE Sichtbarkeit
→ ECHE Kundenentscheidungen**

HEUTE UND MORGEN KI-Forschung



Warum Sie KI-Sichtbarkeit regelmäßig messen...

KI beeinflusst Versicherungsentscheidungen

KI-Chatbots werden in der Customer Journey zum ersten Touchpoint und beeinflussen die Vorauswahl von Anbietern. Marken, die in KI-Antworten nicht erscheinen, werden in Auswahlprozessen seltener berücksichtigt.

KI-Einfluss entwickelt sich dynamisch

Die Weiterentwicklung der LLMs und die Quellen, auf die unterschiedlichen LLMs zugreifen sind extrem dynamisch. Ebenso schnell verändert sich Kundenverhalten, z.B. wie gepromptet und mit den KI-Ergebnissen umgegangen wird.

...und dabei auf den KI-Sichtbarkeits-Radar setzen sollten

Der KI-Sichtbarkeits-Radar bietet folgende Vorteile

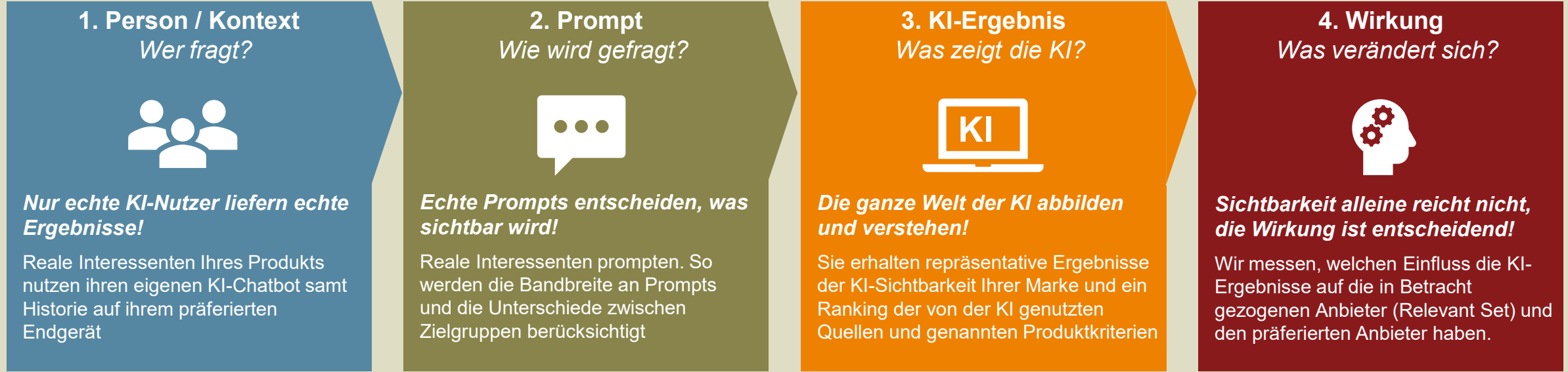
Technische KI-Monitoring-Tools sind geeignet, um automatisiert zu verfolgen, wie häufig Marken bei vordefinierten Prompts erscheinen. Der KI-Sichtbarkeits-Radar beantwortet darüber hinaus die folgenden Fragen:

- Wie suchen Ihre Kunden in KI-Chatbots nach Produkten und Anbietern?
- Wie sichtbar ist Ihre Marke in Ihren wichtigsten Zielgruppen im Vergleich zu Wettbewerbern?
- An welcher Stelle muss Ihre Marke von der KI genannt werden, damit Kunden diese tatsächlich wahrnehmen?
- Wie wirkt sich KI-Sichtbarkeit auf die Kaufentscheidung Ihrer Kunden aus?

Der HEUTE UND MORGEN KI-Sichtbarkeits-Radar

ECHTE Prompts → ECHTE Sichtbarkeit → ECHTE Kundenentscheidungen

HEUTE UND MORGEN KI-Sichtbarkeits-Radar



Andere technische Mess-Tools



Wer fragt, beeinflusst, was die KI zeigt

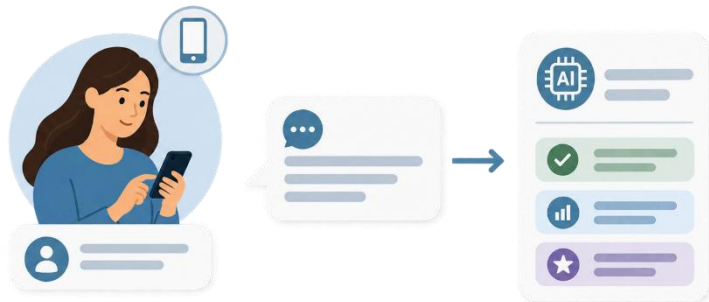


Wir messen KI-Sichtbarkeit bei echten Menschen, die ihren eigenen Chatbot nutzen und ihre Frage innerhalb eines vorgegebenen Szenarios selbst formulieren.

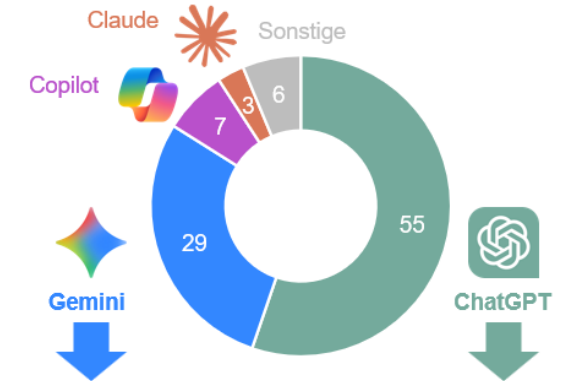


Wir geben den Befragten lediglich ein konkretes Suchszenario vor. Unser Ansatz bildet daher unterschiedliche Nutzer und deren reale Nutzungssituationen repräsentativ ab:

- Wer stellt die Frage und in welcher Lebenssituation befindet sich die Person?
- Welche Begriffe, Schwerpunkte und persönlichen Informationen bringt die Person in den Prompt ein?
- Welche Leistungen, Kriterien oder Bedürfnisse sind für sie relevant?
- Welchen KI-Chatbot und welches Endgerät nutzt sie?



Präferierter KI-Chatbot bei Information zu komplexen Verträgen



Art des Zugriffs (Mehrfachnennung möglich)

über eine eigenständige App	40	72
über den Browser	58	38
über integrierte Funktionen des Geräts (z. B. Sprachassistent)	19	2
über andere Anwendungen oder Dienste (z. B. Suchmaschinen)	12	2

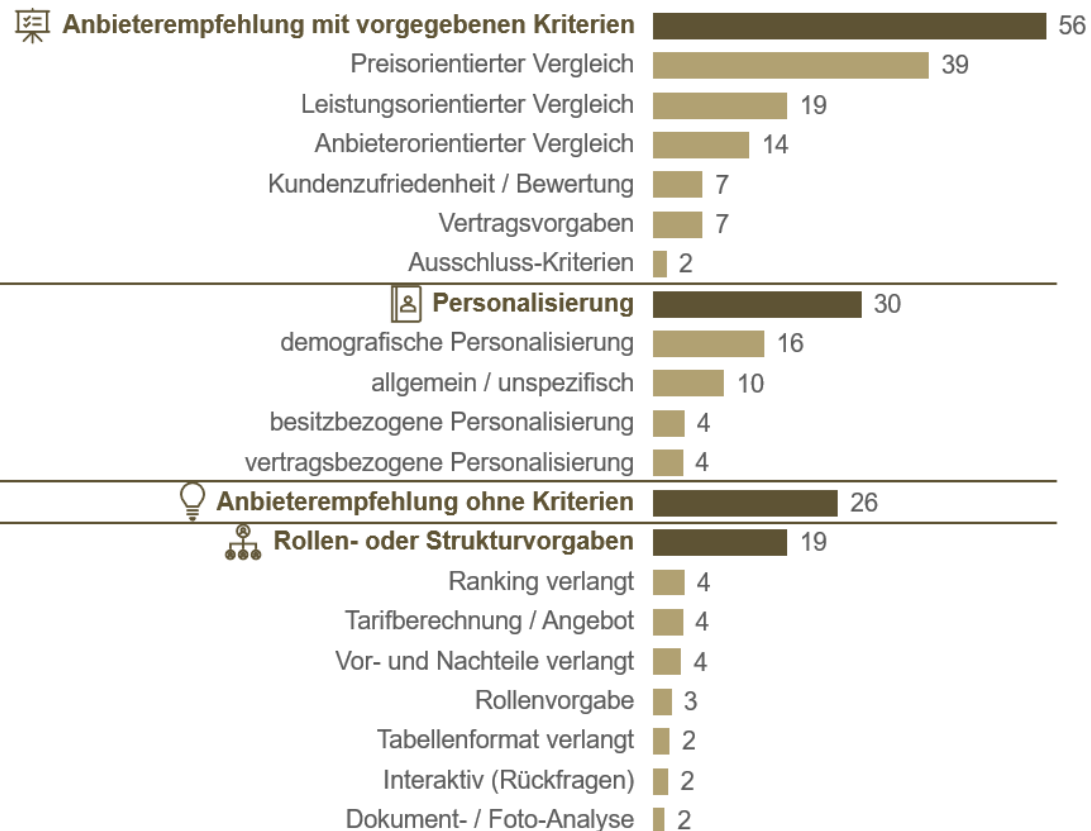
Quelle: HEUTE UND MORGEN KI-Radar Juli 2026

Ihre Vorteile

Neben den Ergebnissen zur KI-Sichtbarkeit erhalten Sie in einem dynamischen Markt auch regelmäßig Informationen dazu, welche KI-Chatbots und Nutzungssituationen für Ihre KI-Sichtbarkeit besonders relevant sind und in welchen Situationen Ihre Marke sichtbar ist.

Der Prompt: Wie wird gefragt?

Kategorisierte Prompts: Oberkategorien & Detailkategorien



Quelle: HEUTE UND MORGEN KI-Radar Juli 2026; Beispiel: Hausratversicherung

Echte Prompts entscheiden, wer und was sichtbar wird



Prompt – Wie wird gefragt?

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



Die Befragten erhalten das folgende Szenario:

„Stellen Sie sich bitte einmal vor, Sie denken über einen Wechsel Ihrer [Versicherung] bzw. über den Abschluss einer neuen [Versicherung] nach und wollen sich über die für Sie besten Lösungen informieren. Bitte formulieren Sie im Textfeld einen Prompt möglichst exakt so, wie Sie ihn in dieser Situation in [präferierter KI-Chatbot] eingeben würden.“

Ihre Vorteile

Sie erhalten regelmäßige Informationen, welche Prompts und Prompt-Muster dominieren und wie sich Prompts nach unterschiedlichen Zielgruppen unterscheiden. Dies zeigt Ihnen, welche Themen Sie kommunikativ besetzen müssen, und unterstützt Sie darüber hinaus bei Ihrer Kundenansprache auf Ihrer Homepage und anderen Kanälen.

Die ganze Welt der KI-Ergebnisse abbilden und verstehen!



Sie erhalten repräsentative Ergebnisse der KI-Sichtbarkeit Ihrer Marke im Wettbewerberumfeld.

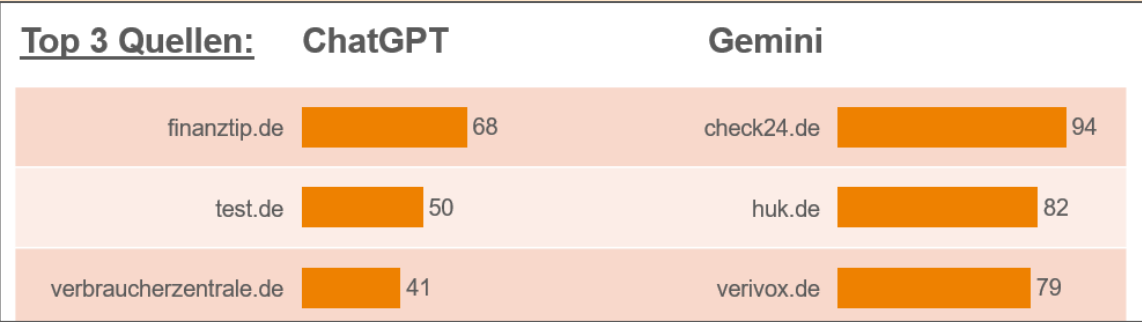
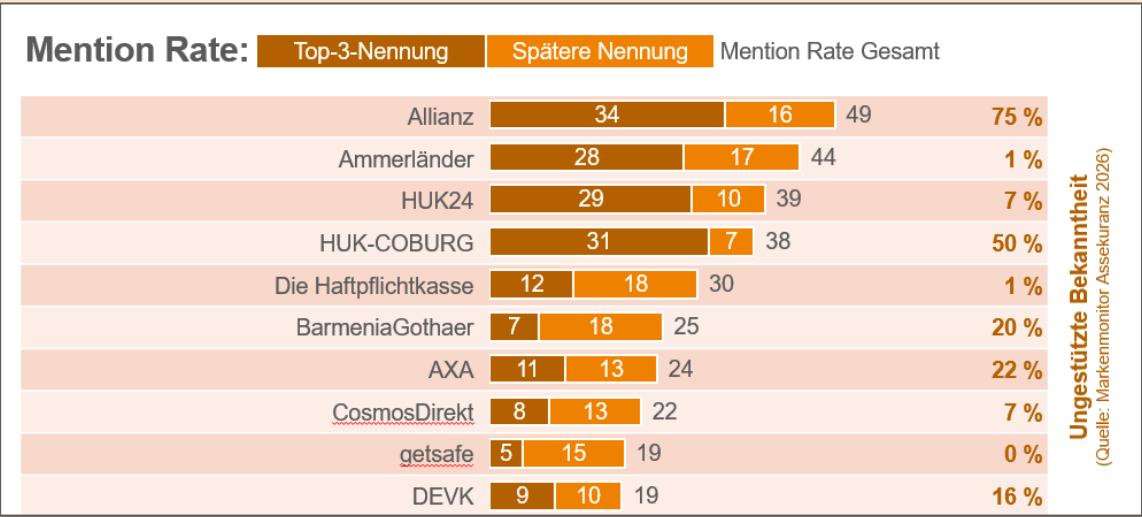


Wir messen nicht nur einzelne KI-Antworten, sondern zeigen repräsentativ, wie sichtbar Ihre Marke über unterschiedliche Nutzer, Zielgruppen und Prompts hinweg ist. Unser Ansatz macht transparent, was KI-Nutzer tatsächlich sehen und wodurch diese Ergebnisse entstehen.

- Wie häufig und in welchem Kontext wird Ihre Marke von der KI genannt?
- Welche Wettbewerber sind besonders sichtbar?
- Welche Quellen nutzt die KI für ihre Antworten?
- Welche Produkteigenschaften und Auswahlkriterien empfiehlt die KI?
- Wie unterscheiden sich die Ergebnisse nach Zielgruppe, Prompts und Nutzungskontext?

Ihre Vorteile

Sie erhalten ein umfassendes Bild (inklusive Benchmark, Quellen-Ranking und Produktkriterien-Ranking) der KI-Sichtbarkeit Ihrer Marke. Auf dieser Basis können Sie kontinuierlich Ihre KI-Performance in unterschiedlichen Kriterien prüfen und erhalten konkrete Ansatzpunkte zur Steigerung der KI-Sichtbarkeit.



Quelle: HEUTE UND MORGEN KI-Radar Juli 2026; Beispiel: Hausratversicherung

Top 10: KI Mention Rate

Transfer-
rate

Relevant Set

Allianz	49	55	27
Ammerländer	44	20	9
HUK24	39	44	17
HUK-COBURG	38	71	27
Die Haftpflichtkasse	30	12	3
BarmeniaGothaer	25	19	5
AXA	24	32	8
CosmosDirekt	22	18	4
getsafe	19	12	2
DEVK	19	33	6

Auswirkung auf die weitere Suche

Ich habe durch die Ergebnisse von [KI-Chatbot] einen Favoriten und würde vermutlich bei folgendem Versicherer abschließen: ...

5

Ich beziehe die Ergebnisse von [KI-Chatbot] in meine weitere Suche ein.

62

Quelle: HEUTE UND MORGEN KI-Radar Juli 2026; Beispiel: Hausratversicherung

Sichtbarkeit alleine reicht nicht, die Wirkung ist entscheidend!



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



Unser Messinstrument endet nicht beim KI-Ergebnis, sondern zeigt, was die Antwort auf den individuellen Prompt bei KI-Nutzenden auslöst.

- Kommen die von der KI genannten Anbieter ins Relevant Set oder entwickelt sich sogar ein Anbieter zur klaren ersten Wahl?
- Was sind die nächsten Schritte der KI-Nutzenden?
- Welche der von der KI genannten Kriterien würden KI-Nutzende bei der Auswahl eines Anbieters besonders beachten?

Ihre Vorteile

Sie erhalten verlässliche Daten über den Einfluss von KI auf Versicherungsentscheidungen. Daneben können Sie kontinuierlich Ihre Markenstärke und den Einfluss der Markenpositionierung auf die Markenwahl prüfen.

Ablauf

HEUTE UND MORGEN KI-Sichtbarkeits-Radar



Methodik

HEUTE UND MORGEN AI User Lab:
KI-Nutzenden-Panel für reale Prompt-Tests und Wirkungsanalysen



Zielgruppe

Aktivnutzer von KI-Chatbots, Versicherungsentscheider



Produkte

Folgende Versicherungsprodukte werden im KI-Sichtbarkeitsradar standardmäßig erhoben:

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| a. Berufsunfähigkeitsversicherung | d. Hausratversicherung |
| b. KFZ-Versicherung | e. Renten-/Lebensversicherung |
| c. Haftpflichtversicherung | f. Zahnzusatzversicherung |



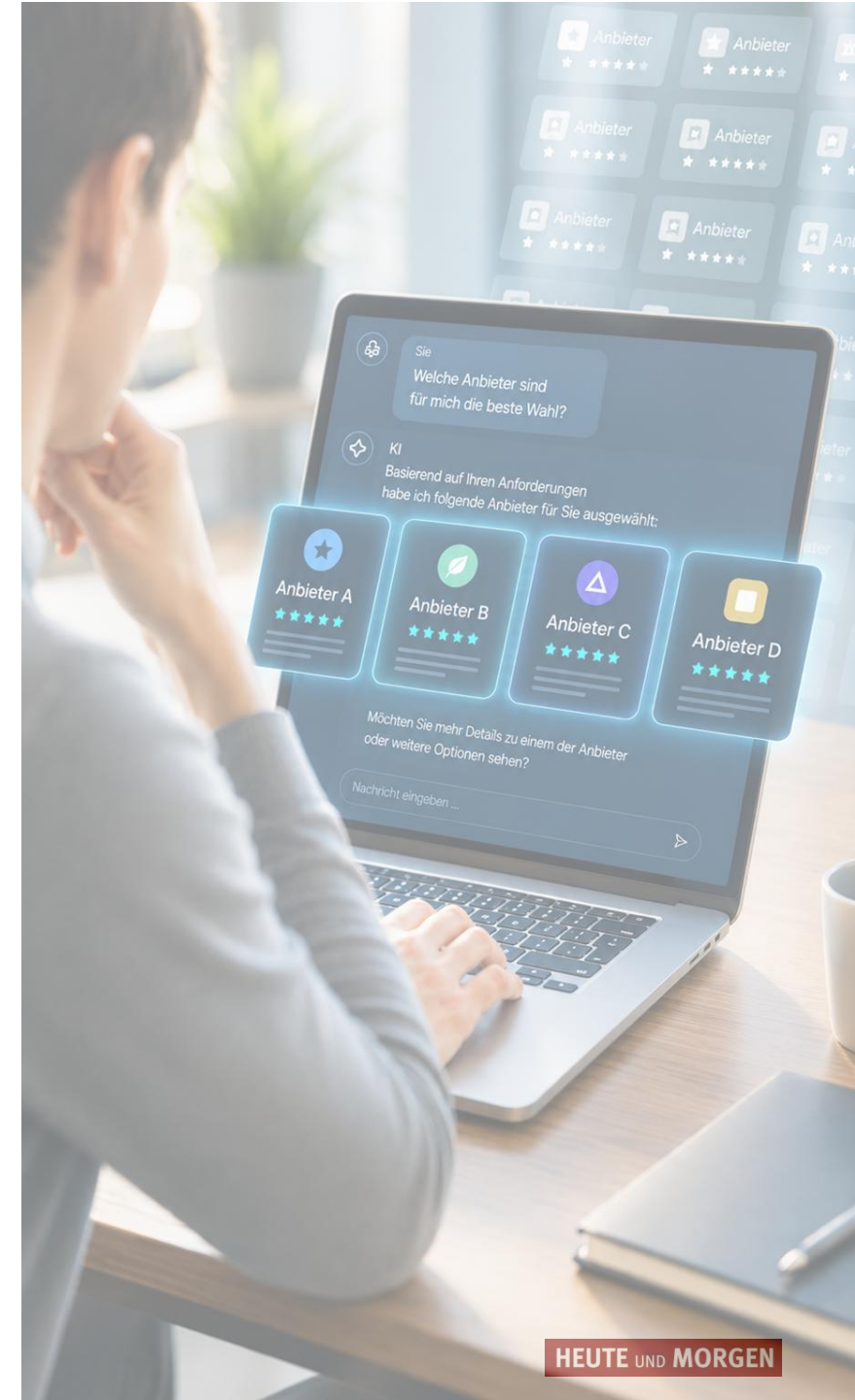
Messzeitpunkte

- 2 Wellen pro Jahr mit je n=250 pro Produkt (n=500 pro Produkt im Jahr)
- Ergebnisreports: Mrz, Sep

Bezugsmöglichkeiten

Jahres-Abonnement für...

- alle Produkte als Bündelangebot
- einzelne Produkte



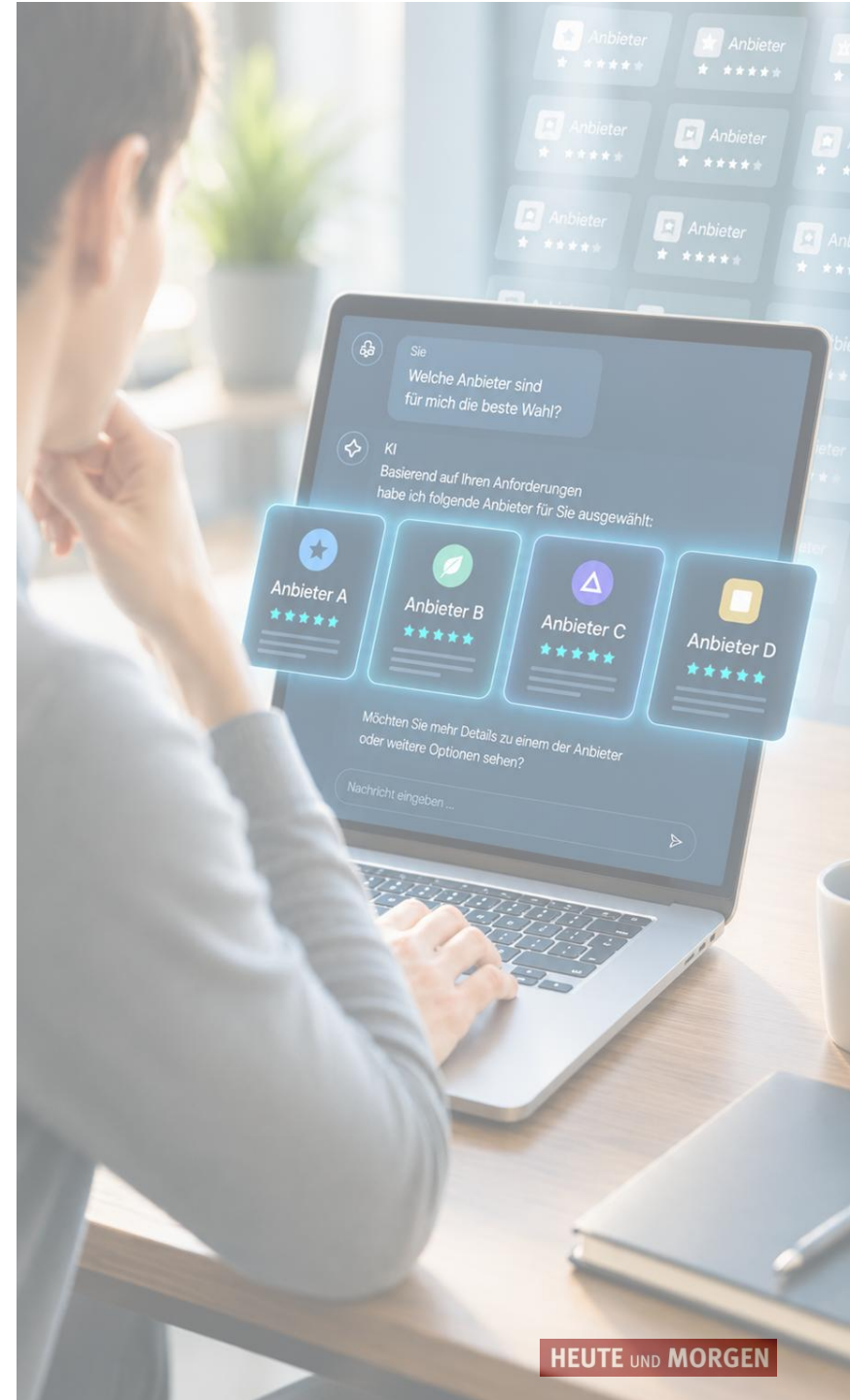
Ihre Ergebnisse

Was Sie mit jeder Messung erhalten

- **KI-Nutzung & Suchlogik bei Versicherungsabschlüssen:** Welche KI-Chatbots nutzen KI-affine Versicherungskunden? Wie wird gepromptet? Welche Fragen haben potenzielle Kunden zu den jeweiligen Produkten?
- **Sichtbarkeit Ihrer Marke im Wettbewerbsumfeld:** Wie häufig wird Ihre Marke bei der Suche nach einem Anbieter genannt, empfohlen oder unter den Top-3 platziert? In welchen Zielgruppen und bei welchen Suchanfragen ist Ihre Marke (weniger) sichtbar?
- **Entscheidungslogik der KI:** Welche Kriterien führen zu Empfehlungen durch die KI: Welche Leistungskriterien und Services führt die KI als relevante Kriterien des jeweiligen Produktes auf?
- **Quellen & Content-Hebel:** Auf welche Quellen verweist die KI? Welche Inhalte, Vergleichsportale, Verbraucherinformationen oder Anbieterinformationen prägen die Empfehlungen?
- **Einfluss auf das Relevant Set:** Bei welchen Suchanlässen gelangt Ihre Marke in die engere Auswahl potenzieller Kunden und bei welchen nicht?

Ergebnis-Format

- PPTX-Report je Messung inkl. Zeitreihen; Dashboard-Lösung (optional)
- Jahres-Review mit Trend- und Zielgruppenanalysen und Ergebnis-Workshop (optional)



Bestelloptionen: KI-Sichtbarkeits-Radar

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

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST



Jahres-Abonnement (inkl. 2 Erhebungswellen)

☐	KI-Sichtbarkeits-Radar Komplett-Paket inkl. KI-Sichtbarkeit für folgende Produkte: BU, Haftpflicht, Hausrat, Kfz, Rente/LV und Zahnzusatz	11.900 €
☐	KI-Sichtbarkeits-Radar Einzel-Paket Auswahl einzelner Produkte aus folgenden Produkten: BU, Haftpflicht, Hausrat, Kfz, Rente/LV und Zahnzusatz	3.900 € (pro Produkt)



Optionale Zusatzleistungen

☐	Jahres-Review Trend- und Zielgruppenanalysen zu von Ihnen gewünschten Zielgruppen, KI-Workshop: Einordnung der Ergebnisse und Ableitung von Empfehlungen	auf Anfrage
☐	Dashboard-Lösung Bereitstellung eines Dashboards durch HEUTE UND MORGEN; alternativ: Bereitstellung aufbereiteter Rohdaten für Ihre interne Dashboard-Lösung	auf Anfrage
☐	KI-Sichtbarkeit: Weitere Produkte Durchführung von KI-Sichtbarkeits-Messungen für weitere Produkte (neben den im Angebot aufgeführten)	auf Anfrage

Hinweis: Die Durchführung des KI-Sichtbarkeits-Radars erfolgt vorbehaltlich einer ausreichenden Anzahl teilnehmender Unternehmen.



Axel Stempel

Geschäftsführer

axel.stempel@heuteundmorgen.de
0221-995005-14



Robert Quinke

Geschäftsführer

robert.quinke@heuteundmorgen.de
0221-995005-13

Sie möchten die Katze nicht im Sack kaufen...

Einzelbezug KI-Sichtbarkeits-Radar

Bevor Sie sich für ein Jahres-Abonnement entscheiden, haben Sie die Möglichkeit, eine Einzel-Welle des KI-Sichtbarkeits-Radars zu beziehen.

☐	KI-Sichtbarkeits-Radar (Messzeitpunkt: Mai 2026) (PDF/PPTX, 30 Seiten pro Produkt) (Reports sind für folgende Produkte erhältlich: Kfz, Haftpflicht, Hausrat, BU, Zahnzusatz, Rechtsschutz, Altersvorsorge)	2.400 € (pro Produkt)
--------------------------	--	--------------------------

...oder wünschen weitere Insights zum Einfluss von KI in der Assekuranz?

Unsere Grundlagenstudie „Von Google zu generativer KI“ verbindet Marktanalyse, Kundenverständnis und reale KI-Sichtbarkeitsmessung zu einem Gesamtbild der KI-beeinflussten Journey.



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.