

Mit KI-Unterstützung zur Sach-Police: die Bayerische und muffintech starten Pilotprojekt



Die Versicherungsgruppe die Bayerische und das Tech-Startup muffintech starten ein gemeinsames Pilotprojekt, um den digitalen Antragsprozess für Sachversicherungen mit künstlicher Intelligenz zu vereinfachen. Im Fokus steht der KI-Assistent LEA, der Kundinnen und Kunden bei der Antragstellung begleitet und Fragen im Stil eines Chatbots beantwortet.

Im ersten Schritt wird LEA („Liefert. Einfach. Antworten.“) in einem Pilotprojekt im Bereich Zahnzusatzversicherung eingesetzt. Ein zweite Testphase in der Hausratversicherung ist bereits in Planung, soll wenige Wochen später starten und bereits erste Lerneffekte berücksichtigen. Ziel ist es, die digitale Antragsstrecke durch personalisierte, interaktive Unterstützung zu verbessern und damit den Online-Abschluss für Kundinnen und Kunden zu erleichtern.

Umfassende Begleitung im Antragsprozess

LEA unterstützt Kundinnen und Kunden bei jedem Schritt des digitalen Abschlussprozesses. Von der anfänglichen Recherche zum Produkt über die erste Tarifierung bis zur finalen Antragstellung steht der KI-Assistent auf der Webseite der Bayerischen jederzeit zur Verfügung, um Fragen zu beantworten und Unsicherheiten zu klären. Dabei geht es nicht nur um allgemeine Informationen, sondern auch um konkrete Hilfestellungen zur Notwendigkeit der einzelnen Schritte im Antragsprozess. Der KI-Assistent kennt den Prozess bestens und ist zu jedem Feld aussagefähig. „LEA beantwortet Fragen genau in dem Moment, in dem sie entstehen. So wird der digitale Abschluss für unsere Kundinnen und Kunden einfacher, intuitiver und schneller. Alternativ erhält unser Vermittler einen sehr gut vorqualifizierten Lead mit hoher Abschlusswahrscheinlichkeit“, betont Joachim Zech, Geschäftsführer die Bayerische Online-Versicherungsagentur und -Marketing GmbH (BOAM).

Zertifizierte KI für mehr Beratungskompetenz

Ein zentrales Modul von LEA basiert auf dem muffintech Insurance Core, den muffintech gemeinsam mit der GOING PUBLIC! Akademie für Finanzberatung entwickelt hat. Es enthält zertifizierte Lerninhalte, wie sie in der Qualifizierung zur Versicherungsvermittlung (§ 34d GewO) eingesetzt werden. Zur Qualitätsprüfung wurde das Modul einem der offiziellen IHK-Prüfung nachgebildeten Test unterzogen und von erfahrenen IHK-Prüfern bewertet. Es erreichte 98 % der möglichen Punkte, deutlich über dem Durchschnitt realer Prüflinge und über dem Niveau vieler generischer KI-Lösungen. Das zeigt: LEA beantwortet nicht nur einfache Fragen, sondern versteht Versicherungsprodukte und Beratungssituationen im Kern. Kundinnen und Kunden profitieren von klaren, fundierten Antworten, während Vermittlerinnen und Vermittler entlastet werden und sich verstärkt auf die persönliche Beratung fokussieren können.

Erster KI-Einsatz zur Verkaufsunterstützung in der Versicherungsbranche

Muffintech hat sich als Experte für Conversational AI in der Versicherungsbranche etabliert und bereits zahlreiche Projekte im Kundenservice realisiert. Der Pilot mit der Bayerischen stellt jedoch eine Premiere dar: Erstmals wird eine KI-Lösung von muffintech zur aktiven Unterstützung des Antragsprozesses und damit zur Verkaufsförderung eingesetzt.

Martin Gräfer, Vorstandsvorsitzender der BA die Bayerische Allgemeine, erklärt: „Mit LEA setzen wir einen neuen Maßstab für den digitalen Versicherungsabschluss. Unser Ziel ist es, den Online-Prozess so einfach und verständlich wie möglich zu gestalten. KI kann hier einen echten Mehrwert schaffen, indem sie Kundinnen und Kunden individuell begleitet, Fragen in Echtzeit beantwortet und Unsicherheiten ausräumt. Gleichzeitig bleibt für uns klar: Die persönliche Beratung steht über allem. Wir sehen LEA als wertvolle Ergänzung, nicht als Ersatz.“

Simon Moser, CEO von muffintech, ergänzt: „Versicherungen sind komplex und genau hier kann unsere KI-Technologie ansetzen. Mit LEA bringen wir die Möglichkeiten von Conversational AI auf ein neues Level: weg von reinen Service-Anwendungen hin zur gezielten Verkaufsunterstützung. Wir sind stolz darauf, dieses innovative Projekt gemeinsam mit der Bayerischen umzusetzen und die digitale Zukunft der Branche aktiv mitzugestalten.“

Die Bayerische verfolgt mit diesem Pilotprojekt konsequent ihre Strategie, digitale Innovationen gezielt einzusetzen, um den Kundendialog zu verbessern. Die persönliche Beratung bleibt dabei weiterhin der wichtigste Baustein im Versicherungsvertrieb.