

+ Virtual Reality und Künstliche Intelligenz sollen Ausbildung in der Versicherungsbranche aufwerten

17. Mai 2022

Beitrag bearbeiten



Künstliche Intelligenz auf dem Vormarsch. Quelle: Bild von Gerd Altmann auf Pixabay.

Jährlich starten immer weniger Auszubildende in die Ausbildung zur Kauffrau/-mann für Versicherungen und Finanzen bei Versicherern. Der IT-Dienstleister Adesso hat sich Gedanken gemacht haben, wie das Lernen attraktiver gestaltet werden kann.

Jeder zweite Kunde in Deutschland findet eine gute Beratung durch den Betreuer wichtig für den Abschluss einer Versicherung. Dies zeigt, dass eine gute Beratung einen deutlichen Mehrwert für den Kunden darstellt und den Abschluss einer Versicherung maßgeblich beeinflusst.

Daher ist ein wichtiger Teil der Abschlussprüfung neben der schriftlichen Prüfung eine mündliche Prüfung, in der ein Kundengespräch und ein fallbezogenes Fachgespräch geführt werden. In den Ausbildungsbetrieben wird dies meist über Rollenspiele in Kleingruppen geübt, bevor die jeweiligen Auszubildenden entweder in den Vertrieb oder in die Prüfung gehen.

Ein Nachteil der Rollenspiele ist meist ein subjektives Feedback oder die halbherzige Durchführung durch die Lernenden bzw. der begrenzte Zeitrahmen. Dies führt in der Regel nicht zum gewünschten Lerneffekt. Ein bisher wenig beachteter Punkt beim Lernen ist auch die digitale Unterstützung der Gespräche.

Dies soll sich mit der Neuordnung der Ausbildungsinhalte in 2022 ändern. Hier ist die Ausrichtung auf digitale Kompetenzen und Arbeitsmethoden ein wichtiger Bestandteil. Lernende gestalten ihren Schulalltag inzwischen immer digitaler und so greifen bereits über 20 Prozent von ihnen unabhängig von der Schule auf digitale Lernangebote wie Sofatutor, Duolingo oder Anton zurück. 55 Prozent der Mitarbeiter deutscher Unternehmen gaben an, dass beim Lernen eine Mischung aus digitalen und physischen Räumen für sie die beste Lösung ist.

Virtuelle Realität als vielversprechender Ansatz

Daher kann die Technologie Virtual Reality (VR) als vielversprechenden Ansatz für das Lernen von Kundengesprächen betrachtet werden. VR ist eine Technologie zum Erleben von virtuellen, computergenerierten Welten, die visuell, akustisch und physikalisch eine sehr starke Ähnlichkeit mit der realen Welt haben. VR ist sowohl auf die Darstellung als auch auf die Interaktion zwischen der virtuellen Welt und dem Benutzer in der realen Welt fokussiert. Dort kann man sich bewegen, Objekte berühren, drehen sowie natürlich auch reden und kommunizieren – wie in der realen Welt.

Das Eintauchen in Virtual Reality erfolgt mit einer Virtual-Reality-Brille. Diese werden so hergestellt, dass der Benutzer, unabhängig von der Kopfbewegung und der Änderung der Blickperspektive, zu jedem Zeitpunkt von der virtuellen Welt umgeben wird – als ob er dort ist. Das führt im Gegensatz zu einem klassischen Computer dazu, dass das Bewusstsein des Benutzers die echte und virtuelle Welt weniger voneinander unterscheidet.

Der Virtual-Reality-Markt wächst kontinuierlich, indem jedes Jahr immer mehr Brillen verkauft werden und immer mehr Ansätze mit dieser Technologie erfolgen. Das Besondere beim Lernen mit VR ist, dass die Wahrnehmung der Wirklichkeit in Echtzeit Erlebnisse authentisch werden lässt. Diese Authentizität fördert das Lernen. Dies ist etwas, dass Kinder und Jugendliche vor allem aus dem Gaming-Bereich heute schon kennen und nutzen. Einige Lernangebote machen sich diese Ansätze bereits heute zu eigen.

Conversational AI goes VR

Künstliche Intelligenzen (KI) wie Suchmaschinen, Empfehlungssysteme und automatisierte KI-gestützte Dialog-Systeme (Conversational AI) sind Bestandteile unseres Alltags geworden. Sie werden in Handys, Rechner, Roboter und Autos eingebaut sowie als

Sprachassistenten für Kundensupport, Schulungen und Unterhaltung eingesetzt. Eine besondere Art der künstlichen Intelligenz ist die Conversational AI. Conversational AI bezeichnet die Technologie, die den Menschen erlaubt, anhand von Sprache mit der Außen- und mit der virtuellen Welt zu interagieren. Mit dieser Technologie sind die sprechenden Roboter aus dem Kino (Sie erinnern sich an C-3PO) eine Realität geworden – wie zum Beispiel die Sprachassistenten von Google und Amazon.

Unser Ziel ist es, die Ausbildung effektiver, schneller, individueller, ortsunabhängiger und unterhaltsamer zu machen. Dies gelingt, indem wir das Training von Kundenberatungsgesprächen anhand von Virtual Reality und Conversational AI digitalisieren.

Lisa trainiert die Mitarbeitenden digital

In der Analyse von Kundengesprächen und der Anforderung an die Abschlussprüfung haben wir „Lisa“ entwickelt. Unsere Lisa als KI versteht die menschliche Sprache, redet mit einer künstlich erzeugten menschlichen Stimme, zeigt Emotionen durch Mimik und Gestik, reagiert intelligent auf gestellte Fragen, stellt selbst Fragen und wertet die Antworten auf die gestellten Fragen aus.

Damit ermöglicht die Software es den Auszubildenden ein Kundengespräch unter möglichst realen Bedingungen in ihrem individuellen Tempo zu trainieren. Dazu begeben sich die Lernenden in einen virtuellen Raum, stellen sich gemäß den rechtlichen Rahmenbedingungen vor und beginnen mit der Bedarfsermittlung. Während die Auszubildenden mit Lisa kommunizieren und Gespräche üben, ist es wichtig, dass die Qualität der Spracherkennung, -interpretation und -generierung auf höchster Ebene funktioniert. Nur so fühlt sich der Gesprächsfluss möglichst authentisch und echt an. Durch eine Plattformunabhängigkeit funktioniert das System sowohl auf dem Computer als auch auf Smartphones in Echtzeit und unter begrenzten Ressourcen.

Das Lisa antrainierte Fachwissen über die Versicherungswissenschaft wird nach der Bedarfsermittlung ausgespielt, indem Lisa dem Azubi fachliche Fragen zum Produkt stellt. Neben dem Fachwissen hilft es den Lernenden dabei, ihre Kommunikations-Skills unter Beweis zu stellen und diese zu verbessern. Lisas Fachwissen ist erweiterbar und damit auf verschiedene Sparten und Produkte anwendbar. Abschließend erhalten Auszubildende ein ausführliches Feedback.

Ein Fazit ziehen

Ein gutes Kundengespräch sorgt dafür, dass die Abschlusswahrscheinlichkeit steigt. Daher sind Training und eine gute Vorbereitung der Mitarbeiter auf dieses nicht nur wegen der

Zeitersparnis eine finanzielle Investition wert.

Durch die Kombination von Virtual Reality und Conversational AI können wir einen großen Schritt in der digitalen Ausbildung gehen. Auszubildende haben die Möglichkeit, ihr Fachwissen und ihre Kommunikationsskills, auf Smartphone oder Computer zu jedem Zeitpunkt und von überall aus zu trainieren. Die orts- und zeitunabhängigen Lernmöglichkeiten von VR sind ein großer Mehrwert, der zudem für eine Mitarbeiterzufriedenheit sorgt – denn verschiedene Studien belegen, dass zufriedene Kunden in Korrelation mit zufriedenen Mitarbeitern stehen.

Anmerkung der Redaktion: Im Originalbeitrag standen falsche Angaben zur Durchfallquote der Auszubildenden. Der Passus wurde gestrichen.

Zu den Autoren: **Stefan Todorinski** ist AI/ML Enthusiast mit Schwerpunkt Conversational AI und NLP. Er liebt Rätsel, Mysterien und ungelöste Forschungs- und Industriefragen. Auf die perfekte Konstellation aus Forschung, Engineering und Business legt er viel Wert. **Barbara Häuser** ist bei adesso Consultant in der Line of Business Insurance mit dem Schwerpunkt Customer Experience im Versicherungsvertrieb bei adesso am Standort Köln.
