

Deloitte.

**Deloitte
Stimmungsbarometer:
KI in der Schweiz**

10 Impulse für Schweizer
Versicherer

April 2026



Studiendesign: Deloitte Stimmungsbarometer «KI in der Schweiz» (Versicherung)

Die repräsentative Konsumentenbefragung untersucht die Nutzung von KI im Alltag, die Einstellungen zu KI bei den Versicherten, die Akzeptanz konkreter Anwendungsfälle, das Vertrauen in verschiedene Akteure und die Bedingungen für eine KI-Akzeptanz.

Population



1'291

Teilnehmende



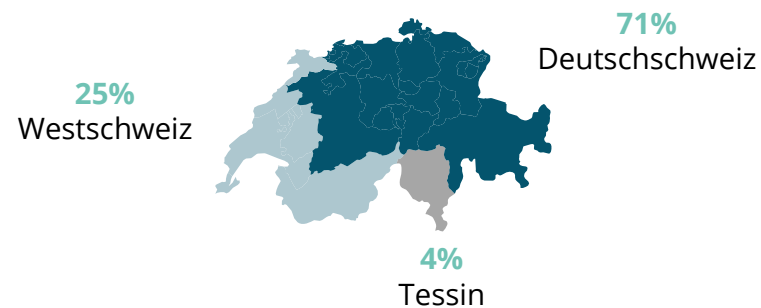
50%

Weiblich

Altersverteilung

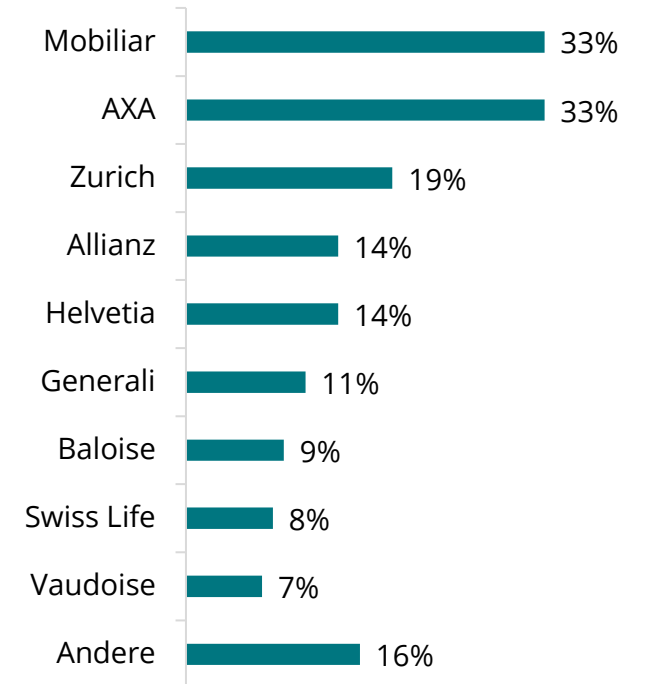


Sprachregion










Aktuelle Versicherung(en*)

* Mehrfachantworten waren möglich







Die Befragung ist repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung und wurde im Februar und März 2026 von Deloitte in Zusammenarbeit mit YouGov durchgeführt.

KI in der Schweiz – 10 Impulse für Schweizer Versicherer (I/II)

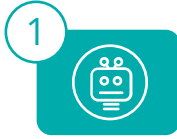
1		Wenn KI Alltag wird, verändern sich auch Kundenerwartungen	S. 5
2		KI-Kompetenz wächst – Sicherheit und Souveränität noch nicht überall	S. 6
3		Versicherungskommunikation bleibt vorerst stark von klassischen Kanälen geprägt	S. 7
4		Viele Kundinnen und Kunden setzen KI bei Versicherern bereits voraus	S. 8
5		KI bei Versicherern braucht vor allem eines: Vertrauen	S. 9
6		KI kann Service verbessern – Vertrauen entsteht durch Transparenz und menschliche Kontrolle	S. 10
7		Versicherer geniessen beim verantwortungsvollen KI-Einsatz einen Vertrauensvorsprung	S. 11

KI in der Schweiz – 10 Impulse für Schweizer Versicherer (II/II)

- 
- 8  KI wird je nach Anwendungsfall unterschiedlich akzeptiert S. 12
 - 9  Daten werden geteilt, wenn der Nutzen klar erkennbar ist S. 14
 - 10  KI-Akzeptanz entsteht durch Transparenz, menschliche Kontrolle und klare Verantwortung S. 15

**Auf den Folgeseiten werden die Erkenntnisse detaillierter ausgeführt.
Gerne vertiefen wir diese und weitere Fragestellungen mit Ihnen – wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!**

Wenn KI Alltag wird, verändern sich auch Kundenerwartungen



Umfrageergebnis

KI ist im Alltag bereits breit angekommen: Rund 71% der Befragten nutzen KI mindestens einmal pro Monat, davon nutzen 32% monatlich, 25% wöchentlich und 14% täglich. Rund 15% der Befragten nutzen KI selten, 13% nie und 1% gibt weiss nicht / keine Angabe an.

Einordnung

Mit der wachsenden Nutzung von KI steigen die Erwartungen an Servicequalität spürbar. Kundinnen und Kunden erwarten zunehmend einfache, schnelle und jederzeit verfügbare Leistungen.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Welche drei Kundenerlebnisse wollen wir in den nächsten zwölf Monaten spürbar vereinfachen?
- 2) Welche Zielwerte definieren wir für zentrale Kundenprozesse – und wie messen wir den Fortschritt?
- 3) Wer trägt die End-to-End-Verantwortung für zentrale Kundenerlebnisse – einschliesslich Steuerung, Budget und Erfolgskriterien?

KI-Kompetenz wächst – Sicherheit und Souveränität noch nicht überall



Umfrageergebnis

35% der Befragten schätzen ihr Verständnis von KI als eher gut bis sehr gut ein. 41% bewerten ihre Kenntnisse neutral, während sich 21% im Umgang mit KI unsicher fühlen. 3% machen keine Angabe.

Einordnung

Mit der zunehmenden Verbreitung von KI wird Verständlichkeit zum Erfolgsfaktor. Was klar, nachvollziehbar und vertrauenswürdig erklärt ist, wird eher akzeptiert, häufiger genutzt und kann effizienter im Self-Service erbracht werden.

Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Wie gestalten wir KI-gestützte Antworten so, dass sie klar, hilfreich und für Kundinnen und Kunden unmittelbar verständlich sind?
- 2) Wie verankern wir klare Verantwortung dafür, dass Verständlichkeit, Konsistenz und Compliance gemeinsam sichergestellt werden?
- 3) Wie schaffen wir Transparenz, die nicht nur formal korrekt ist, sondern Kundinnen und Kunden echte Orientierung gibt?

Versicherungskommunikation bleibt vorerst stark von klassischen Kanälen geprägt



Umfrageergebnis

E-Mail und Telefon bleiben die wichtigsten Kontaktkanäle zur Versicherung: 49% der Befragten nutzen E-Mail, 46% das Telefon. Jeweils 25% greifen auf Website oder Kundenportal beziehungsweise auf persönliche Beratung zurück. 16% greifen auf eine App zurück, 10% auf Briefpost, 4% auf Chat und 1% auf Video-Beratung. (Mehrfachantworten möglich)

Einordnung

Klassische Kanäle bleiben für viele Kundinnen und Kunden zentral. Digitale Self-Service- und Chat-Angebote bieten jedoch erhebliches Potenzial, um Serviceerlebnisse gezielt weiterzuentwickeln.

▶ Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Wie verbinden wir die Stärke klassischer Kanäle mit den Möglichkeiten von KI und digitalen Services?
- 2) Wo schaffen digitale Self-Service- und KI-gestützte Angebote echten Mehrwert für Kundinnen und Kunden?
- 3) Welche Fähigkeiten, Prozesse und Verantwortlichkeiten brauchen wir, um hybride Kommunikation wirksam zu steuern?

Viele Kundinnen und Kunden setzen KI bei Versicherern bereits voraus

4



Umfrageergebnis

85% der Befragten gehen davon aus, dass Versicherer in der Schweiz bereits heute KI einsetzen. 7% vermuten einen Einsatz in geringem Mass, 38% in mittlerem Mass, 34% in hohem Mass und 6% in sehr hohem Mass. 1% vermutet gar keinen Einsatz und 14% geben weiss nicht / keine Angabe an.



Einordnung

Mit der Erwartung an den KI-Einsatz wächst auch der Anspruch an Transparenz. Gerade in daten- und entscheidungsnahen Prozessen ist nachvollziehbare Kommunikation ein zentraler Hebel für Vertrauen und Akzeptanz.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Wo braucht der Einsatz von KI aus Sicht der Kundinnen und Kunden sichtbare Transparenz und klare Orientierung?
- 2) Wie gestalten wir Hinweise zum KI-Einsatz so, dass sie verständlich, vertrauensbildend und im richtigen Moment wirksam sind?
- 3) Welche Governance braucht es, um Transparenz, Verantwortung und Kontrolle über alle KI-Anwendungen hinweg konsistent sicherzustellen?

KI bei Versicherern braucht vor allem eines: Vertrauen



Umfrageergebnis

Die Haltung gegenüber KI im Versicherungskontext ist differenziert: 18% der Befragten sind positiv eingestellt, 38% neutral und 36% kritisch. 8% der Befragten geben weiss nicht / keine Angabe an.

Einordnung

Die Offenheit gegenüber KI ist vorhanden, aber an Bedingungen geknüpft: Vertrauen entsteht dann, wenn Anwendungen verlässlich, fair und erkennbar nützlich sind. Für Versicherer kommt es deshalb auf Qualität in der Umsetzung und klare Leitplanken an.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Welche klaren Leitplanken definieren wir für einen verantwortungsvollen KI-Einsatz?
- 2) Welche Standards schaffen im Alltag spürbar Vertrauen bei Kundinnen und Kunden?
- 3) Wie machen wir Vertrauen zu einer messbaren Führungsgrösse in Steuerung und Reporting?

KI kann Service verbessern – Vertrauen entsteht durch Transparenz und menschliche Kontrolle

6



Umfrageergebnis

Die Erwartungen sind klar: 86% wollen, dass wichtige Entscheidungen beim Menschen bleiben, 85% erwarten Transparenz beim KI-Einsatz, und 51% sehen das Risiko unfaire Entscheidungen (Ergebnisse aus drei Fragen; jeweils Summe aus «stimme eher zu» und «stimme voll zu»).



Einordnung

Das Potenzial von KI wird anerkannt. Gleichzeitig zeigt sich: Bei entscheidungsnahen Prozessen braucht es klare Transparenz, nachvollziehbare Begründungen und sichtbare menschliche Verantwortung.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Wie schaffen wir Transparenz darüber, wo KI unterstützt und wo der Mensch die Verantwortung trägt?
- 2) Wie stellen wir sicher, dass wichtige Entscheidungen nachvollziehbar, fair und menschlich verantwortet bleiben?
- 3) Welche Kontrollen und Governance-Mechanismen stärken Vertrauen in KI-gestützte Prozesse?

Versicherer geniessen beim verantwortungsvollen KI-Einsatz einen Vertrauensvorsprung



Umfrageergebnis

Beim verantwortungsvollen KI-Einsatz schneiden Versicherer im Vertrauensvergleich besser ab als Broker: 17% der Befragten äussern hohes Vertrauen, 48% mittleres und 35% geringes Vertrauen.

Bei Brokern liegen die entsprechenden Werte bei 12% (hoch), 45% (mittel) und 43% (gering).

Einordnung

Der Vertrauensvorsprung der Versicherer ist eine Chance. Er bleibt jedoch nur bestehen, wenn KI-Anwendungen Service und Qualität sichtbar verbessern und dabei fair, nachvollziehbar und verantwortungsvoll eingesetzt werden.

Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Welche verbindlichen Prinzipien definieren wir für einen verantwortungsvollen und vertrauenswürdigen KI-Einsatz?
- 2) An welchen Kundenschnittstellen müssen wir Vertrauen heute am dringendsten stärken?
- 3) Wie messen und steuern wir Fairness, Konsistenz und Qualität über alle KI-gestützten Prozesse hinweg?

KI wird je nach Anwendungsfall unterschiedlich akzeptiert (I/II): KI überzeugt vor allem dort, wo sie unterstützt statt selbst zu entscheiden

8



Umfrageergebnis

Besonders hoch ist die Akzeptanz bei unterstützenden KI-Anwendungen: 62% befürworten KI zur Übersetzung von Policen in einfache Sprache, 58% sehen Mehrwert in KI-gestützten Tipps zur Schadenvermeidung, 57% unterstützen KI bei Betrugsprüfung (Ergebnisse aus drei Fragen; jeweils Summe aus «eher akzeptabel» und «völlig akzeptabel»).



Einordnung

Nicht jede KI-Anwendung wird gleich bewertet. Hohe Zustimmung findet KI vor allem dort, wo sie Service verbessert, Orientierung schafft und den Menschen unterstützt, ohne ihn zu ersetzen.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Mit welcher unterstützenden KI-Anwendungen schaffen wir zuerst sichtbaren Mehrwert für Kundinnen und Kunden?
- 2) In welchen Prozessen kann KI Verständlichkeit, Prävention und Servicequalität konkret verbessern?
- 3) Welche Leitplanken stellen sicher, dass unterstützende KI vertrauenswürdig, nachvollziehbar und konsistent eingesetzt wird?

KI wird je nach Anwendungsfall unterschiedlich akzeptiert (II/II): Je sensibler die Entscheidung, desto kritischer wird KI beurteilt

8



Umfrageergebnis

Besonders zurückhaltend ist die Bevölkerung dort, wo KI in sensible Weichenstellungen eingreift: 61% lehnen KI bei Annahme oder Ablehnung von Anträgen ab, 41% bei Risikoeinstufung und Prämien, 37% bei Fahrdaten für die Prämiengestaltung (Ergebnisse aus drei Fragen; jeweils Summe aus «eher inakzeptabel» und «völlig inakzeptabel»).



Einordnung

Gerade bei Annahme, Risikoeinstufung oder Prämiengestaltung erwarten Kundinnen und Kunden klare Regeln, nachvollziehbare Prozesse und sichtbare menschliche Verantwortung.

► Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Für welche sensiblen Entscheidungen wollen wir KI bewusst nur unterstützend und nicht autonom einsetzen?
- 2) Wie stellen wir sicher, dass bei kritischen Entscheidungen die finale Verantwortung klar beim Menschen bleibt?
- 3) Welche Kontrollen, Transparenzmechanismen und Eskalationswege brauchen wir für hochsensible KI-Anwendungen?

Daten werden geteilt, wenn der Nutzen klar erkennbar ist



Umfrageergebnis

Am höchsten ist die Bereitschaft zur Datenteilung dort, wo der Nutzen unmittelbar einleuchtet: 56% befürworten das Teilen von Fotos, Scans oder Belegen im Rahmen einer Schadenmeldung. Deutlich tiefer ist die Zustimmung bei Wearable- und Fitnessdaten mit 20%. (Mehrfachantworten möglich)

Einordnung

Die Bereitschaft zur Datenteilung ist vorhanden, aber klar nutzenorientiert. Je unmittelbarer der Mehrwert, desto höher die Zustimmung; je sensibler die Daten, desto höher die Erwartungen an Transparenz, Kontrolle und Freiwilligkeit.

Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Bei welchen Datenangeboten schaffen wir für Kundinnen und Kunden einen klaren und unmittelbar erkennbaren Mehrwert?
- 2) Wie machen wir Nutzen, Zweck und Gegenleistung der Datenteilung einfach und verständlich sichtbar?
- 3) Wie stellen wir sicher, dass Datenteilung freiwillig, kontrollierbar und vertrauenswürdig bleibt?

KI-Akzeptanz entsteht durch Transparenz, menschliche Kontrolle und klare Verantwortung



Umfrageergebnis

Die Erwartungen an einen akzeptierten KI-Einsatz sind klar: 73% wünschen eine menschliche Prüfung in kritischen Fällen, 67% Transparenz über den KI-Einsatz, 59% einfache Einspruchsprozesse und 56% klare Haftung bei Fehlern. (Mehrfachantworten möglich)

Einordnung

Die Ergebnisse zeigen: Akzeptanz für KI entsteht dort, wo Transparenz, menschliche Kontrolle und klare Verantwortung sichtbar zusammenwirken.

Drei Führungsfragen für Schweizer Versicherer

- 1) Wie machen wir Transparenz, menschliche Kontrolle und klare Verantwortung zu einem sichtbaren Vertrauensversprechen?
- 2) Wie verankern wir menschliche Prüfung und einfache Einspruchswege dort, wo Entscheidungen für Kundinnen und Kunden besonders relevant sind?
- 3) Welche Zuständigkeiten, Prozesse und Governance-Mechanismen sichern Verantwortung und Fehlerbehandlung über alle KI-Anwendungen hinweg?

Das Deloitte Versicherungsteam begleitet Sie gerne bei der Vertiefung der Erkenntnisse. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Ihre Experten für KI bei Versicherungen



Marcel THOM

Partner, Insurance Lead

mthom@deloitte.ch



Madan Sathe

Partner, AI Insurance Lead

msathe@deloitte.ch



Rebecca Roj

Senior Consultant

rroj@deloitte.ch



Finn Wagner

Senior Consultant

fwagner@deloitte.ch



Norbert Grimm

Senior Consultant

ngrimm@deloitte.ch

Deloitte.

Vielen Dank!

Dr. Marcel THOM

Verantwortlicher Partner Deloitte
Leiter Versicherungen

Deloitte AG
Pfungstweidstrasse 11
CH-8005 Zürich
Schweiz

mthom@deloitte.ch
[linkedin.com/in/marcel-thom/](https://www.linkedin.com/in/marcel-thom/)

Diese Publikation ist allgemein abgefasst und wir empfehlen Ihnen, sich professionell beraten zu lassen, bevor Sie gestützt auf den Inhalt dieser Publikation Handlungen vornehmen oder unterlassen. Deloitte Consulting AG übernimmt keine Verantwortung und lehnt jegliche Haftung für Verluste ab, die sich ergeben, wenn eine Person aufgrund der Informationen in dieser Publikation eine Handlung vornimmt oder unterlässt.

Deloitte Consulting AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NSE LLP, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL»), eine «UK private company limited by guarantee» (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht). DTTL und ihre Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbständige und unabhängige Unternehmen. DTTL und Deloitte NSE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie unter www.deloitte.com/ch/about.

© Deloitte Consulting AG 2026. Alle Rechte vorbehalten.

