

Künstliche Intelligenz, Spracherkennung, Augmented Reality & Co.: Ein Technologieschub für kundenorientiertes Banking

Ein Überblick über die Trends und Highlights der größten FinTech-Konferenz Europas



Autorin: Birte Quitt, Leiterin von Group Retail Strategy der Erste Group Bank AG

Die technologischen Neuerungen und sozialen Veränderungen, die unser Arbeits- und Privatleben verändern, beeinflussen auch, wie Menschen ihr Geld ausgeben, überweisen, sparen und investieren. Anlässlich der Money 20/20 Europe-Konferenz, die Ende Juni in Kopenhagen stattfand, tauschten an die 4.000 Fachleute von Banken, Bezahldiensten und jungen FinTechs Erkenntnisse über aktuelle Trends und Technologien aus, die die Art und Weise, wie Kunden ihre Bankgeschäfte erledigen, verändern werden. Themen wie die zunehmende Nutzung Künstlicher Intelligenz (Artificial Intelligence), das wachsende Angebot sprachbasierter digitaler Dienste für den Dialog mit Kunden und die immer größere Bedeutung, die offene Plattformen für die Zukunft des (digitalen) Banking haben werden, rangierten in Kopenhagen an ganz prominenter Stelle der Tagesordnung. Diese – und andere – Trends tragen dazu bei, das Banking noch individueller, aber auch flexibler, transparenter und sicherer zu gestalten.

New Tech: Notwendig, aber nicht genug

Neue Technologien alleine werden aus der Beziehung zwischen der Bank und ihren Kunden noch keine Liebesgeschichte machen – schließlich kaufen Kunden nicht Programmierschnittstellen für Anwendungen, sondern ein Erlebnis, wie es die Digitalagentur R/GA ausdrückt. Allerdings ermöglichen Technologien und die innovative Nutzung von Informationen, die Banken über Kunden und deren Banking-Gewohnheiten besitzen, „Dialoge“ zwischen einer Bank und ihren Kunden, die sowohl individuell gestaltbar als auch besonders relevant für den einzelnen Kunden sind und ein Gefühl der Unmittelbarkeit und des Engagements vermitteln. Pro Tag werden über Whatsapp und Facebook an die 60 Milliarden Nachrichten verschickt – daher müssen auch die Banken dafür sorgen, dass sie entsprechend positioniert sind, um die Kunden dort zu erreichen und anzusprechen, wo sie sich tatsächlich aufhalten.

Erschwert wird die Bewältigung dieser Herausforderung dadurch, dass viele Banken durch ihre altherwürdigen IT-Systeme behindert werden. In der Gesprächsrunde zum Thema Bank (R)evolution, betonte Nick Ogden, CEO von Clearbank, die Branche müsse zur Kenntnis nehmen, dass junge Leute im Alter von 14 bis 16 Jahren Erwartungen haben werden, die von den alten Kernsystemen, die viele Banken haben, einfach nicht erfüllt werden können. Selbst im US-Bankensektor ist Feuer auf dem Dach, da 43% der Core Banking Systems (Kernbanksysteme) in COBOL, einer in den 1950er Jahren entwickelten Programmiersprache, geschrieben wurden. Banken werden wohl Milliarden aufwenden müssen, um ihre Altsysteme Schritt für Schritt zu verbessern, was sie, wie Huy Nguyen Trieu, CEO Disruptive Group meint, vor schwierige Entscheidungen stellt.

Das kommende Luftzeitalter

Eine klare Botschaft aus Kopenhagen: Künstliche Intelligenz (KI) wird in Zukunft im Banken- und Zahlungsdienstsektor eine entscheidende Rolle spielen. Pedro Bizzaro von Feedzai, einem Unternehmen, das sich mit Betrugsprävention beschäftigt, fasste dies prägnant so zusammen: „KI ist Elektrizität, nicht Öl. Sie wird im

Hintergrund wirken und wir werden gar nicht an sie denken.“ Danny Lange, bei Amazon und Uber einst Pionier des Maschinenlernens, vertrat eine ähnliche Position und meinte, dass „KI offensichtlich die Welt verschlingt“ und dass Maschinenlernen es Firmen ermöglicht, anhand der von einem Kunden gewählten oder zurückgewiesenen Vorschläge diesen Kunden besser zu verstehen und mit ihm effektiver zu interagieren. KI leistet auch einen Beitrag zur Erfüllung regulatorischer Anforderungen und erhöht die Sicherheit im Banking, wobei Mark Barnett von MasterCard auf die Möglichkeit verwies, mit KI zum Beispiel Cybercrime-Aktivitäten wie Money-Muling zu erkennen und dagegen vorzugehen.

Referenten und Teilnehmer an der Money 20/20 Europe waren sich auch weitgehend darüber einig, dass das „Luftzeitalter“ (gekennzeichnet durch sprachgesteuerte Interaktionen ohne manuelle Eingaben) bald das derzeitige „Glaszeitalter“ mit seiner Fixierung auf den Bildschirm – auf Desktops, Laptops oder sonstigen tragbaren Geräten – ablösen werde. Die Spracheingabe soll in Zukunft für Online-Käufe der entscheidendste "Form-Faktor" werden. Bis 2020 sollen schon 30% aller Transaktionen so abgewickelt werden. Die Kunden sammeln dank wegweisender Angebote wie Alexa von Amazon, Siri von Apple und Bixby von Samsung bereits Erfahrungen mit sprachbasierter KI für Musik- und Video-Empfehlungen, selbstfahrende Autos und Haushaltstechnik. In Zukunft wird die Sprachtechnologie immer intelligenter werden und dadurch in der Lage sein, sich auf spezifische Kontexte und einzelne Nutzer einzustellen und dabei auch noch den emotionalen Zustand des Sprechenden zu berücksichtigen („künstliche emotionale Intelligenz“). Das bevorstehende Luftzeitalter wird vermutlich auch die zentrale Rolle, die mobilbasierte Produkte und Dienstleistungen im Bankensektor bereits spielen, weiter stärken.

Ich schau dir in die Augen...

Ein weiterer Trend, der sich in Kopenhagen zeigte: Biometrie ist die Grundlage einer zuverlässigen („strong“) Authentifizierung. Während in diesem Bereich derzeit digitale Fingerscanner die Speerspitze der Entwicklung darstellen, befinden sich bereits zahlreiche Lösungen mit Gesichts- und Spracherkennung oder Iris-Scans in der Pipeline. Solche biometrischen Lösungen bilden die Grundlage einer zuverlässigen Authentifizierung, wie sie für den raschen und reibungslosen Ablauf von Transaktionen erforderlich ist. Die Zahlungsdienstleister drängen generell darauf, den Authentifizierungsprozess noch unsichtbarer zu gestalten. Letzen Endes sollte es möglich werden „allein durch Präsenz zu zahlen“ („check-out just by showing up“), wie es Philippe Vallée, CEO von Gemalto, in seinem Einführungsreferat formulierte.

Auch Augmented Reality (AR) war bei der Money 20/20 Europe ein viel beachtetes Thema, wobei insbesondere die Branchenführer begeistert von der Möglichkeit sprachen, Kunden auf einfache Weise nützliche Informationen zukommen zu lassen. Auch Virtual Reality (VR) wurde als Möglichkeit angepriesen, mit der Kunden ein zusätzliches Erlebnis geboten werden kann, dass sie außerordentlich tief in die Materie eintauchen lässt. Allerdings müssen sogar deren eifrigste Befürworter zugeben, dass VR im Finanzbereich noch in den Kinderschuhen steckt und durch das Fehlen klarer Normen und standardisierter Hardware in der Entwicklung behindert wird.

Skeptisch äußerten sich die Referenten in Kopenhagen auch hinsichtlich der Anwendbarkeit von Blockchain im Einzelhandel. Barnett von MasterCard meinte, er habe Schwierigkeiten, sich vorzustellen, welches Problem Blockchain aus Kundensicht denn lösen könnte. Da weltweit 85% aller Geschäfte nach wie vor bar abgewickelt werden, ist schwer vorstellbar, dass der Zahlungsform Blockchain ein besonderer Stellenwert zukommen sollte, so Barnett weiter. Won Pyo Hong von Samsung SDS wies in seinem Grundsatzreferat darauf hin, dass Blockchain derzeit noch zu langsam sei – eine Freigabe könne oft Minuten, nicht Millisekunden in Anspruch nehmen – und dass jene Branchen, die davon am ehesten negativ betroffen sein könnten, gerade jene seien, die

streng reguliert sind. Dr. Hong betonte jedoch auch, dass Blockchain noch Entwicklungspotenzial habe und sich für die Prozessautomation in Bereichen mit hohen Dokumentationsanforderungen wie dem Gesundheitswesen oder der digitalen Logistik eignen würde.

Zwei Gegebenheiten: Regulierungen und Demografie

Aufgrund ihres Potenzial, die Bedingungen für die Zahlungsdienstleister in Europa tiefgreifend zu verändern, war die Zahlungsdiensterichtlinie (Payment Services Directive, PSD2) in Kopenhagen selbstverständlich ein zentrales Thema von Vorträgen und Diskussionen. Bei einer Umfrage unter den Zuhörern einer Podiumsdiskussion zum Thema PSD2 meinten nahezu 9 von 10 Teilnehmern, die Richtlinie habe mehr Fragen aufgeworfen denn beantwortet. Diese Einschätzung ist drauf zurückzuführen, dass die Bedingungen für die Umsetzung von PSD2 immer noch sehr vage sind, wobei Banken und FinTechs zu Themen wie „Screen Scraping“ häufig noch sehr unterschiedliche Positionen vertreten. Bedeutend mehr Übereinstimmung herrschte in Kopenhagen hinsichtlich der generellen Bedeutung offener Plattformen und ihres Potenzials, die Bankenbranche zu verändern. Dieser Punkt wurde sowohl von Jack Dorsey, CEO von Square (und Mitbegründer von Twitter) und Carlos Torres Vila, CEO von BBVA in Impulsreferaten angesprochen.

Neben den regulatorischen Veränderungen werden aber auch allgemeine demografische Entwicklungen das Umfeld für Zahlungsdienste und Banken weiterhin beeinflussen. Mehrere Referenten beschrieben bei der Money 20/20 Europe insbesondere, wie der globale Trend, Eigentum durch Erfahrung zu ersetzen, die Konzeption, die Entwicklung und das Angebot an Produkten und Dienstleistungen beeinflusst. Die Vortragenden waren sich auch darin einig, dass es sich bei der Sharing Economy um einen langfristigen Trend und nicht einfach nur ein Steckenpferd der Millennials handle. Dass 71% der Millennials tatsächlich noch lieber zum Zahnarzt als zu ihrer Bank gehen, war der bei der Konferenz vielleicht am häufigsten wiederholte Befund. Kombiniert mit dem ähnlich oft zitierten Sager von Sam Walton „Es gibt nur einen Chef – den Kunden“ unterstrich diese Erkenntnis die unter den Konferenzteilnehmern weit verbreitete Einschätzung, dass der Finanzdienstleistungssektor noch mehr tun müsse, um dem Kunden das zu bieten, was dieser will: Mehr Bequemlichkeit, Klarheit, Transparenz und Flexibilität beim Browsen, der Auswahl und der Nutzung von Finanzprodukten und -dienstleistungen, um seine ganz individuellen Banking-Wünsche zu erfüllen. Money 20/20 Europe hat eindeutig gezeigt, dass die Banken und die FinTechs auf dem richtigen Weg sind, diesen Erwartungen gerecht zu werden.

Was bedeutet dies für uns bei der Erste Group?

Wie in der ganzen Bankenbranche erleben auch wir bei der Erste Group die Veränderungen im Kundenverhalten und die Auswirkungen, die neue Technologien mit sich führen. Aus diesem Grund haben wir die Kundenerfahrungen in den Mittelpunkt unserer Konzern-Retail-Strategie gelegt, um sicherzustellen, dass wir für Kunden sowohl jetzt als auch in der Zukunft relevant sind. Ein zentraler Faktor für positive Kundenerfahrungen liegt in der Fokussierung auf den individuellen Kunden sowie deren spezifischen Interessen und Bedürfnissen, indem Kundendaten in maßgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen umwandelt werden. Das ist ein Grund, warum wir uns auch auf die weitere Verbesserung unserer CRM-Fähigkeiten konzentrieren. Um Innovationen voranzutreiben, hat die Erste Group auch einen klaren Überblick darüber, wann und wie sie mit FinTechs und anderen Tech-Unternehmen zusammenarbeiten möchte. Künstliche Intelligenz ist eine Innovation, die einen besonders markanten Platz in unserer Agenda für 2017 einnimmt. Einige der Banken unserer Gruppe führen bereits erste KI-Piloten zusammen mit IBMs Watson durch. Dank George sind wir auch für die fortgesetzte "Plattformierung", die die PSD2-Implementierung fördern wird, gut positioniert. Unter Berücksichtigung all dieser Aspekte macht die Erste Group eine gute Arbeit bei der Vorbereitung, um auf die Zukunft des Bankenwesens optimal vorbereitet zu sein.