
DIGITALE TRANSFORMATION UND DIE BANK DER ZUKUNFT



The Power of Possibility

EINLEITUNG

DIE DIGITALE BANK AUF DEM VORMARSCH

Das Bankwesen sieht sich mit großen Herausforderungen konfrontiert. Die im Vergleich zu vor zehn Jahren heute deutlich komplexere Regulierung der Branche zwingt Banken, ihre Compliance- Teams zu erweitern und IT-Systeme so anzupassen, dass die von den Regulierungsbehörden gewünschten, neuen Informationen in schlüssiger Form generiert werden können. Beides lässt die Kosten steigen. Zudem hat das Zinstief in vielen Ländern bei Privatkunden- und Geschäftsbanken die Darlehensmargen schrumpfen lassen. Gleichzeitig nagen junge FinTech- Unternehmen am einstigen Bankenmonopol, indem sie zu äußerst attraktiven Konditionen typische Bankprodukte, wie Zahlungsservices, Darlehen und Vermögensverwaltung anbieten. Auch große Technologieunternehmen mit prall gefüllter Kriegskasse, wie z. B. Google, Amazon, Facebook und Apple, wagen sich zunehmend auf das Territorium der Banken vor, indem sie ähnliche Produkte auf den Markt bringen wie die FinTech-Startups.

Zu allem Überfluss steigen auch die Kundenerwartungen beständig weiter. Eine neue Generation gebildeter, gut informierter Verbraucher ist herangewachsen. Als Bankkunden erwarten sie einen hochwertigeren, personalisierteren Service – und das nicht nur schneller als bisher, sondern möglichst überall und jederzeit. Sie erwarten, dass sie auf eine breite Servicepalette nahtlos über ihren bevorzugten Kanal zugreifen können, online, übers Smartphone oder vor Ort in der Filiale. Das aber bedeutet, dass die Banken diese neuen Funktionen über bestehende Systeme bereitstellen müssen, die nicht für das digitale Business entwickelt wurden. Zudem müssen sie sich gegen FinTechs und globale Hightech-Unternehmen behaupten, deren wegweisende Systeme sich einfach und preiswert skalieren lassen.

Allerdings können Banken diesem Druck widerstehen und neue Chancen wahrnehmen, wenn sie Automatisierung und wegweisende digitale Technologien nutzen, wie Künstliche Intelligenz (KI), natürliche Sprachverarbeitung (NLP), Robotergestützte Prozessautomatisierung (RPA) und One-Touch-Verarbeitung. Unser Whitepaper betrachtet ausführlich, wie diese Technologien die Arbeitsweise von Banken transformieren. Dabei beleuchten wir die enormen Prozessoptimierungen, die sich durch die Automatisierung manueller Arbeiten erzielen lassen, zeigen, wie digitale Technologie Banken mit Blick auf regulatorische Anforderungen helfen kann und sprechen darüber, welche entscheidenden Kosteneinsparungen sich durch Digitalisierung erzielen lassen. Außerdem befassen wir uns damit, wie Automatisierung das Kundenerlebnis verbessern kann. Die Effizienz zu steigern und die Kostenbasis zu optimieren, sind gewiss wichtige Strategien, es ist aber zumindest ebenso wichtig, als Bank seine Ressourcen und das Humankapital auf einen optimalen Service und die bestmögliche Kundeninteraktion auszurichten. Bei den neuen Gegebenheiten ist das der einzige Weg, um erfolgreich zu sein.

Banken können diesem Druck widerstehen und neue Chancen wahrnehmen, wenn sie Automatisierung und wegweisende digitale Technologien nutzen.





Wesentliche Faktoren
für die Digitalisierung bei Finanzdienstleistern

Quelle: AIIM

Automatisierung: Kerntechnologien

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet die Fähigkeit von Software, zu denken und zu lernen. Sie ermöglicht, dass Computer Aufgaben mit der Zeit immer besser ausführen können, indem diese aus ihren Fehlern und von bereits erlebten Mustern lernen.

Ebenfalls zum Bereich KI zählt die natürliche Sprachverarbeitung (NLP). Dieser Begriff steht für die Fähigkeit von Software, die menschliche Sprache in ihren Nuancen zu verstehen – eine weit anspruchsvollere Aufgabe, als Zahlen zu verarbeiten oder auf simple Antworten wie Ja oder Nein zu reagieren. NLP kann unter anderem genutzt werden, um die Bedeutung von Kommunikation (z. B. eingehende E-Mails) zu erfassen, sodass diese effizienter zugeordnet und bearbeitet werden können.

Unter Robotergestützter Prozessautomatisierung (RPA) versteht man den Einsatz von Computersoftware für die Ausführung regelbasierter, auf strukturiertem Daten-Input basierender Aufgaben, die zuvor manuell erledigt wurden. Die Software lässt sich dabei durchaus als Roboter sehen, da sie die Arbeit von Menschen übernimmt. Typische Einsatzbereiche für RPA sind die

Verarbeitung von Transaktionen sowie die Veränderung

und Zusteuerung von Daten in verschiedenen digitalen Systemen.

Intelligente Automatisierung (IA) ist eine Kombination aus KI und RPA, die unstrukturierten Input in strukturierte Daten umwandelt und so deren automatisierte Bearbeitung ermöglicht.

Die menschliche Kommunikation (schriftlich sowie mündlich) besteht in ihrer natürlichen Form aus unstrukturierten Informationen. Diese werden für die Kommunikation zwischen Unternehmen und Endverbrauchern (Business-to-Consumer, B2C) über Chatbots, per E-Mail, mittels elektronischer Dokumente und in klassischer Schriftform immer wichtiger. Hier wird IA genutzt, um unstrukturiert eingehende Kommunikationsdaten zu digitalisieren, zu extrahieren, zu klassifizieren und zu verarbeiten.

Unter Omnichannel-Kommunikation versteht man die Interaktion zwischen Bank und Kunde über eine Vielzahl von Kanälen, wie Telefon, Website, Online-Chat, E-Mail, SMS und persönlichen Kontakt

AUTOMATISIERUNG MANUELLER PROZESSE

Mit zunehmender Digitalisierung entstehen im Bankenbereich immer mehr Ansatzpunkte für die Automatisierung. So könnte die Integration von RPA mit Technologien wie KI Bereiche wie die Kreditbearbeitung, die Zahlungsausführung und die Wertpapierabwicklung ebenso revolutionieren wie den Kundenservice im Allgemeinen. Schätzungen zufolge ließen sich bei Banken durch Automatisierung bis zu drei Viertel der manuellen Prozesse vermeiden.

Einer der wichtigsten Vorteile von Automatisierung ist im Bankenwesen die Eliminierung manueller Prozesse. Ein Beispiel hierfür ist die Erfassung neuer Kunden, eine sehr arbeitsintensive Aufgabe, die bei einer großen Privatkundenbank ohne weiteres bis zu 100 Vollzeitkräfte binden kann. Ein Großteil dieser Arbeiten lässt sich aber durch Software-Algorithmen ausführen, die Handlungen und Eingaben der Mitarbeiter replizieren, Daten nahtlos zwischen einzelnen Datenbanken übertragen und diese gleichzeitig validieren und verifizieren. So lassen sich nicht nur die Kosten senken, sondern auch bestehende, ältere Systeme können so wieder effizienter genutzt werden. Auch die Verarbeitungsdauer lässt sich so potenziell deutlich reduzieren. Im Bereich der Geschäftsbanken schätzt man, dass der Zeitbedarf für die Aufnahme eines neuen Kunden in diesem Jahr im Schnitt auf 40 Tage ansteigen wird. Bei manchen Privatkundenbanken brechen bis zu 90 % der Interessenten die Anmeldung für ein neues Konto vor der Fertigstellung ab.²

Ein weiterer idealer Bereich für die Prozessautomatisierung ist die Stammdatenverwaltung. Hier lassen sich zeitintensive Prozesse automatisieren, wie z. B. die Änderung von Adressen. Bei einer großen Privatkundenbank können pro Jahr ohne weiteres um die 750.000 Adressänderungen anstehen. Das aber wird schnell zu einer sehr komplexen Aufgabe, wenn für jede Adresse über 20 Verarbeitungsoptionen und Validierungsregeln greifen.³ Lässt sich dieser Prozess automatisieren, kann man enorme Effizienzvorteile erzielen.

 **75%**
aller manuellen Prozesse im Bankenbereich lassen sich potenziell automatisieren.

 **80%**
der bei Banken eingehenden Daten sind unstrukturiert.

Quelle: SPS, Gartner



Fallstudie Dokumentenverarbeitung

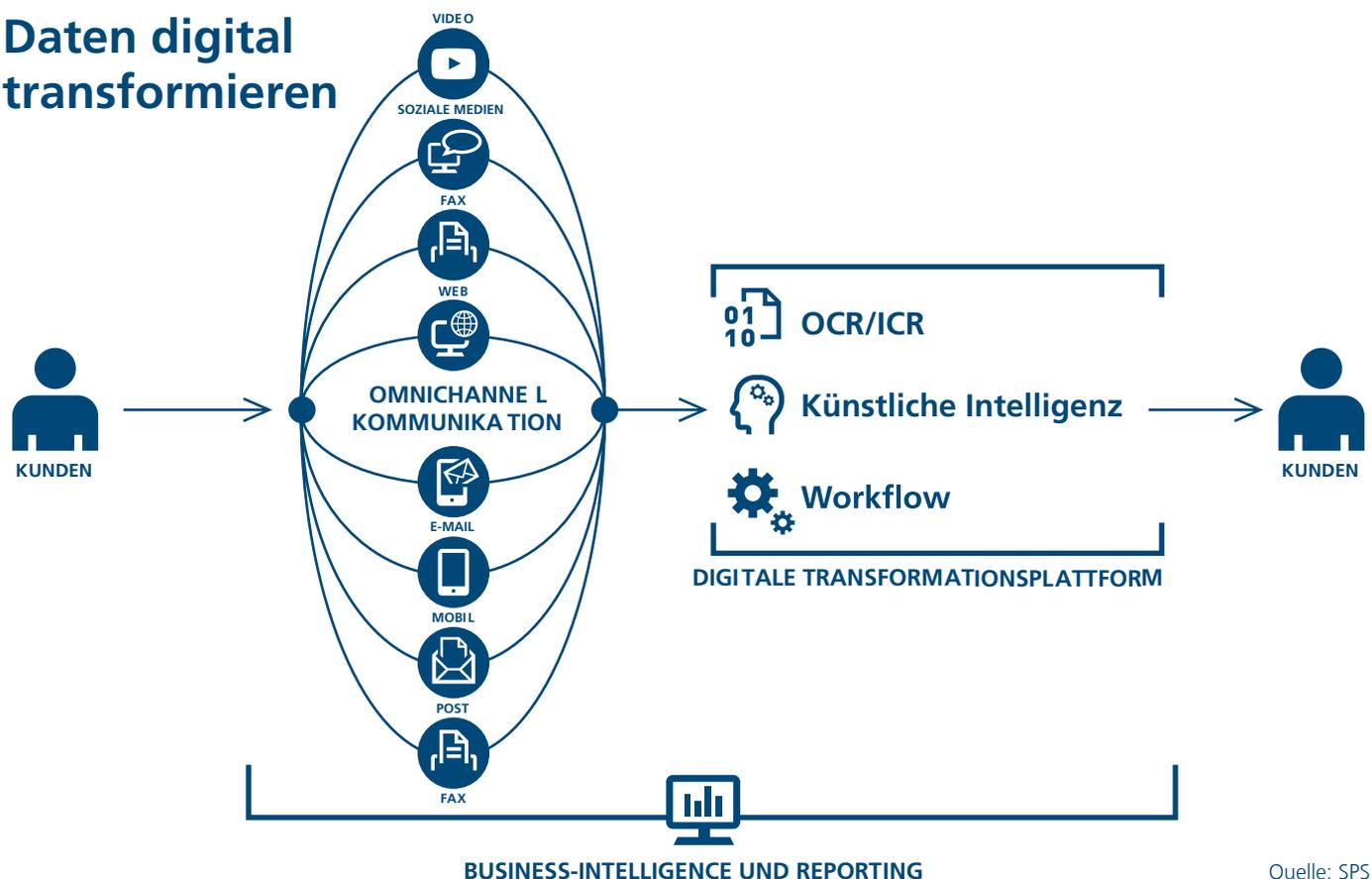
Eine in über 50 Ländern aktive Schweizer Bank mit mehr als 50.000 Mitarbeitern beauftragte SPS damit, verschiedene Prozesse zu optimieren. Dabei ging es vor allem um kontrollintensive Abläufe, bei denen z. B. Unterschriften- oder Bonitätsprüfungen erforderlich sind, wie die Ausführung von Zahlungen, die Neukundenerfassung sowie die Bearbeitung von Darlehens- und Kreditkartenanträgen. Bisher hatte die Bank die entsprechenden Dokumente erst am Ende des Prozesses gescannt und archivi-

ert, was es den Mitarbeitern unmöglich machte, sofort auf Kundenanfragen zu reagieren. Die von SPS implementierte Lösung revolutionierte die Abläufe der Bank. Alle eingehenden Dokumente werden nun gleich zu Beginn des Prozesses gescannt und sind dann sofort unternehmensweit verfügbar. Auf diese Weise konnte die Bank die Bearbeitungsdauer beträchtlich reduzieren, da man nicht mehr auf Akten zugreifen muss, sondern digitale Daten nutzen kann.

Der Weg von unstrukturierten zu strukturierten Daten

Das Kernstück der Intelligenten Automatisierung ist ihre Fähigkeit, unstrukturierte Informationen in strukturierte Daten umzuwandeln. Dabei werden Daten aus den verschiedensten Quellen (z. B. Papier, E-Mail, soziale Medien und SMS) in ein standardisiertes digitales Format überführt, das von Software-Algorithmen verstanden und bearbeitet werden kann. Derzeit sind 80 % der bei Banken eingehenden Informationen unstrukturiert. Zum Glück lassen sich mittlerweile optische Zeichenerkennung (OCR), Intelligente Zeichenerkennung (ICR) und KI nutzen, um diese Informationen, unabhängig vom Ursprungs kanal, schnell und präzise zu verarbeiten. „Solche unstrukturierten Daten erfassen zu können, ist eine Grundvoraussetzung für die weitere Automation und setzt in der Bank enormes Potenzial frei“, so Michael Neuberg, Direktor Global Solution Design Banking bei SPS.

Daten digital transformieren



Quelle: SPS

Kapazitäten freisetzen – Performance und Servicelevel steigern

Allerdings ist Automatisierung für Banken nicht nur ein Instrument zur Kostensenkung. Sie bietet auch die Chance, Prozesse zu optimieren und die Servicequalität zu steigern. Da Mitarbeiter dank Automatisierung weniger Zeit für Routineaufgaben verwenden müssen, sind wieder mehr Ressourcen für Bereiche verfügbar, in denen menschliches Eingreifen wünschenswert ist. „Nehmen Sie zum Beispiel Darlehen“, erläutert Neuberg. „Automatisierung bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, sich wieder mehr um wichtige Kunden zu kümmern, komplexere Darlehensanträge zu bearbeiten oder in kritischen Fällen manuell zu prüfen, ob die Bonität des Kunden eine Darlehensvergabe rechtfertigt.“

AUTOMATING MANUAL PROCESSES

Über die letzten zehn Jahre ist die Belastung durch regulatorische Vorgaben und Compliance-Anforderungen im Bankensektor auf ein beispielloses Maß angestiegen. Diese immer strengeren Standards einzuhalten, die fürs Reporting geforderten Daten zu erfassen und zu verarbeiten und sie anschließend in das von der Regulierungsbehörde gewünschte Format zu bringen, stellt die gesamte Finanzdienstleistungsbranche vor enorme Herausforderungen. Das reflektiert die Auswirkungen neuer Vorgaben, wie die Regelung zu Kapitalrücklagen durch Basel III, die Legitimationsprüfung neuer Kunden nach dem Know-Your-Customer-Verfahren, die Anti-Geldwäsche-Richtlinie und das generell etwas hemdsärmeligere Vorgehen der Bankenaufsicht nach der Kreditkrise von 2008.

Reporting und Compliance

Allerdings kann der als RegTech bekannte Unterbereich der digitalen Technologie Banken helfen, effizienter zu arbeiten und den regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden. So lässt sich RPA für das Reporting der Kapitaladäquanz, der Risikoexposition und der Asset-Qualität nutzen. Für das Reporting müssen große Datenmengen aus verschiedenen Quellen gesammelt werden. Nehmen Sie MiFID II, die EU-Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente und ein Kernmodul der Regulierung im europäischen Bankensektor. Um nur eine Anforderung für das Transaktions-Reporting zu erfüllen, müssen bei jedem Trade zahlreiche Felder ausgefüllt werden, bis hin zum Namen und Geburtsdatum des ausführenden Händlers. RPA eignet sich hervorragend für Aufgaben, bei denen Daten aus verschiedenen Quellen und Spreadsheets erfasst und validiert werden müssen. Zudem kann Automatisierung in Bezug auf die verarbeiteten Daten für mehr Transparenz sorgen. Das erleichtert interne Audits und vermittelt Regulierungsbehörden den Eindruck, dass die Bank ihrer Compliance-Pflicht zuverlässig nachkommt.



Automatisierung kann im Bezug auf die verarbeiteten Daten für mehr Transparenz sorgen. Das erleichtert interne Audits und vermittelt Regulierungsbehörden den Eindruck, dass die Bank ihrer Compliance-Pflicht zuverlässig nachkommt.



Kombiniert man NLP mit anderen Techniken, lässt sich auch im Handel durch Analyse der Trader-Telefonate Compliance sicherstellen.

Digitale Technologie lässt sich von Banken auch nutzen, um mittels Kontrolle die Beachtung interner Richtlinien und damit auch die Compliance zu verbessern. So kann man beispielsweise NLP mit anderen Techniken koppeln und durch die Analyse der Trader-Telefonate auch in diesem Bereich Compliance sicherstellen.

Kombiniert man KI mit RPA, lassen sich Prozesse auf potenzielle, von Kunden oder Mitarbeitern begangene Betrugsdelikte prüfen. Mithilfe von KI können Softwaresysteme die Daten und Texte früherer Betrugsfälle analysieren – und zwar strukturierte Daten ebenso wie unstrukturierte E-Mail-Daten – und anhand vergleichbarer Muster Parallelen zu aktuellen Vorgängen ziehen.

Das Ziel im Auge behalten

Natürlich besteht das Risiko, dass Banken sich hier zu sehr auf das Thema Compliance beschränken. Sicher lassen sich diese Technologien nutzen, um Banken im operativen Geschäft zu entlasten. Mindestens ebenso wichtig ist aber, dass die so freiwerdenden Ressourcen genutzt werden können, um wichtige Geschäftsbereiche voranzutreiben und den Kundenservice zu verbessern. So lässt sich eine Situation schaffen, in der man die Kosten reduziert und gleichzeitig die Business Performance und den Ertrag steigert.

 **US \$ 500 Mio.**
– die jährlichen Kosten der Implementierung von KYC-Standards bei einer größeren Bank

 **10 bis 15 %**
der Bankmitarbeiter sind mittlerweile mit den Themen Regulierung und Compliance befasst.

Quelle: Thomson Reuters, Financial Times

SKALIERBARKEIT UND KOSTEN

Wie bereits erwähnt, stehen Banken unter enormem Kostendruck, da sie sich einerseits mit aggressiv agierenden Digitalbanking-Start-ups konfrontiert sehen, während andererseits Margen und Gebühren schrumpfen. Zudem steigt bei vielen Banken die Kostenbasis weiter. Das liegt zum einen an den immer höheren Compliance-Aufwendungen, und zum anderen daran, dass sie bestehende Systeme aktualisieren müssen, um mit der technologischen Innovation der Branche Schritt zu halten.

Großbanken wie HSBC, Deutsche Bank und JPMorgan wenden pro Jahr deutlich mehr als US \$ 1 Mrd. für Kontrolle und Compliance auf. Die spanische Bank BBVA geht davon aus, dass in Finanzinstituten im Schnitt 10 bis 15% der Mitarbeiter mit diesen Themen befasst sind.⁴

Robotik kann extrem hilfreich sein. So kann Software mithilfe von RPA-Techniken enorme Datenmengen deutlich günstiger verarbeiten als die üblicherweise hierfür erforderliche Armee von Vollzeitkräften. RPA ist dabei 35 bis 65% günstiger als der Einsatz von Onshore-Mitarbeitern und 10 bis 30% günstiger als die Nutzung von Offshore-Kräften. Zudem arbeitet eine Robotiklösung ermüdungsfrei rund um die Uhr, macht weniger Fehler und lässt sich in Sachen Kapazität beliebig nach unten oder oben skalieren, zum Beispiel bei Nachfragespitzen aufgrund von Launches neuer Produkte.

Ein weiterer Vorteil einer Robotiklösung ist ihre schnelle Verfügbarkeit, die zwischen einem Monat (bei relativ einfachen Prozessen) und drei Monaten (bei hochkomplexen Prozessen) liegt. Zudem lassen sich Tausende von Robotern parallel schulen. Allerdings ist bei vielen dieser Aufgaben nach wie vor manuelles Eingreifen erforderlich, vor allem bei der Bearbeitung von Ausnahmen und in komplexeren Informationsbereichen. Banken können intelligente Automatisierungsservices nutzen, um Backoffice und Contact-Center zu entlasten und bei mehr Effizienz und Skalierbarkeit das Kosten-Qualitäts-Verhältnis zwischen maschineller und manueller Arbeit zu verbessern.

RPA in Zahlen:

 **35 bis 65 %**
günstiger als Onshore-Mitarbeiter

 **10 bis 30 %**
günstiger als Offshore-Mitarbeiter

 **24/7**
Arbeitet rund um die Uhr völlig fehlerfrei

 **10 %**
aller Prozessfehler gehen auf Unachtsamkeit der Anwender zurück.

Quelle: National Association of Software and Services Companies (NASSCOM), Institute for Robotic Process Automation

Sicherheit

Sicherheit ist für alle Banken von essenzieller Bedeutung. Dabei dürfte die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) dem Thema in den letzten Monaten noch mehr Dringlichkeit verschafft haben. Die neue EU-Verordnung, die im Mai 2018 in Kraft tritt, sieht deutlich strengere Regeln für die Verarbeitung und Speicherung persönlicher Daten sowie für die Einholung der Zustimmung vom Verbraucher vor. Aber auch nationale Regelungen sind wichtig: So untersagt die Schweiz, dass Daten von Bankkunden außer Landes gehen. Das heißt, sie müssen lokal gespeichert werden. Aber auch in vielen anderen Regionen achten Banken mittlerweile zunehmend darauf,

wo ihre Daten verarbeitet und gespeichert werden, um sich und ihre Kunden bestmöglich zu schützen.

Als regierungseigenes Schweizer Unternehmen ist SPS mit allen relevanten Regulierungen bestens vertraut und arbeitet bei der Implementierung von Datenschutz und Sicherheit nach den höchsten Standards. Strenge Überprüfungen von Mitarbeitern, Gebäudezutritt und Datensicherheit sowie unmissverständliche Governance-Standards sorgen bei SPS weltweit für absolut sichere, zuverlässige Abläufe.

VERBESSERTES KUNDENERLEBNIS

Die Banken wissen sehr wohl, dass die Qualität des Kundenerlebnisses immer wettbewerbsentscheidender wird. „Die Zeiten haben sich geändert“, sagt Marc Leberherz, globaler Leiter Go-To-Market-Strategie bei SPS. „Noch vor ein paar Jahren schauten die Banken vor allem auf die Kosten. Heute hat das Kundenerlebnis den Kosten den Rang abgelaufen, da die Banken erkannt haben, dass sie sich so vom Wettbewerb differenzieren können.“ Und in der Tat: Untersuchungen haben ergeben, dass eine Verbesserung des Kundenerlebnisses die Chance, dass ein Kunde seinen Vertrag verlängert oder weitere Produkte kauft, um 30 bis 50% steigert.^{6,7}

Automatisierung kann bei der Differenzierung eine wichtige Rolle spielen. Sie kann die Effizienz steigern und die Verarbeitung von Daten und Dokumenten beschleunigen. Das sorgt im kundengerichteten Business für nahtlosere Abläufe und reduziert den Kunden betreffende Fehler. Mithilfe intelligenter Automatisierung können Banken auch deutlich schneller auf Kundenanfragen reagieren und so beispielsweise über einen Kreditkartenantrag statt in mehreren Wochen in wenigen Sekunden entscheiden. Bei Prozessen, die mehr Zeit in Anspruch nehmen, sorgt Automatisierung für mehr Transparenz: Der Kunde kann den Fortschritt einer Anfrage verfolgen, während diese von der Bearbeitungssoftware durchs System geleitet wird. Diese Effizienz ist von größter Wichtigkeit, um gegen die neuen FinTechs bestehen zu können. Ein neues Start-up kann über ein Kleinunternehmerdarlehen mittlerweile in nur sieben Minuten entscheiden. Das ist 5.000 Mal schneller als die 20 Tage, die das im Schnitt bei einer traditionellen Bank dauert.⁷

Digitale Disruptoren

Der Wettbewerb unter den Banken selbst ist schon hart genug, aber das ist längst nicht das einzige Problem. So dringen zunehmend auch digitale Disruptoren aus anderen Branchen in den Bankensektor vor, wie E-Commerce-, Telekom- und Internetservice-Anbieter.

Ein besonders ernst zu nehmender Angreifer ist hier Amazon. So vergibt das Unternehmen inzwischen Darlehen an seine Handelspartner. Amazon hat dabei zwei Riesenvorteile: Aufgrund der zentralen Rolle des Unternehmens im Geschäftsmodell der Anbieter liegen Informationen zum Cashflow jederzeit vor, und die nötigen Sicherheiten für ein Darlehen stehen in Form von Ware bereits bei Amazon im Lager. Das vereinfacht die Abwicklung im Falle von Zahlungsunfähigkeit des Darlehensnehmers.

Apple Pay bietet Personen mit Apple Smartphone oder Smartwatch die Möglichkeit, durch Berühren ihrer Apple Geräte an kontaktlosen Zahlungspunkten Waren zu kaufen. Das Geld wird dann von einem vorab bestimmten Konto abgebucht.

Auch Google experimentiert mit verschiedenen Finanzdienstleistungen wie Google Pay Send. Diese Lösung bietet Personen die Möglichkeit, Geld über ein mobiles Gerät oder einen Desktop-Computer zu senden oder zu empfangen, und zwar kostenfrei für Sender und Empfänger.

Auch im Kernbereich der Kreditvergabe sehen sich die Banken mit neuen Wettbewerbern konfrontiert: Peer-to-Peer-Anbieter wie z. B. Funding Circle nutzen Crowdfunding-Techniken, um Haushalten sowie kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) die Möglichkeit zu bieten, Banken zu umgehen.

Die Blockchain-Technologie stellt eine weitere Herausforderung für die Banken dar. Dieses transparente Transaktionsverzeichnis, das nicht manipuliert werden kann, ohne dass dies in der Verzeichnishistorie auftaucht, bietet Kunden die Möglichkeit, auf sichere Weise für Produkte zu bezahlen, während der Verkäufer sofort sehen kann, dass die Zahlung erfolgt ist. Aufgrund der inhärenten Sicherheit der Technologie sind Banken nicht mehr erforderlich, um als Dritter die Ausführung der Transaktion zu gewährleisten.

Doch obwohl die Banken sich mit den verschiedensten technologischen Innovationen konfrontiert sehen, können sie diese Technologien auch zu ihrem Vorteil nutzen, wenn sie geschickt vorgehen. So könnten Banken z. B. Blockchain nutzen, um Zahlungen einfacher, schneller und sicherer auszuführen.

Den Kundenservice optimieren

Die Automatisierungstechnologie bietet aber auch reichlich Potenzial, um den Kundenservice zu verbessern. Da zum Beispiel NLP mittlerweile auch unstrukturierte Daten lesen kann, sind Chatbots in der Lage, die meisten in natürlicher Sprache vorgebrachten Fragen sofort zu verstehen und zu beantworten. So muss der Anrufer nicht mehr darauf warten, mit einem Mitarbeiter verbunden zu werden.

Wo menschliches Eingreifen erforderlich ist, lassen sich KI-Systeme nutzen, um die Kundenkommunikation zu klassifizieren und an die entsprechenden Mitarbeiter weiterzuleiten. „Ein Chatbot kann heute Sprache analysieren und spüren, wenn ein Anrufer über eine bestimmte Sache erbost ist. So kann er eine verständnisvolle Antwort geben oder das Gespräch zwecks Deeskalation an einen Mitarbeiter weiterleiten“, erläutert Neuberg. „KI kann zudem Kunden-E-Mails analysieren, bestimmen, an wen diese weiterzuleiten sind und dabei die Gefühlslage des Kunden einschätzen.“ Je mehr sich diese Systeme weiterentwickeln, desto besser werden sie in der Lage sein, auch komplexere Datenquellen zu verstehen, wie z. B. handgeschriebene Dokumente sowie Video- und Sprachaufzeichnungen.

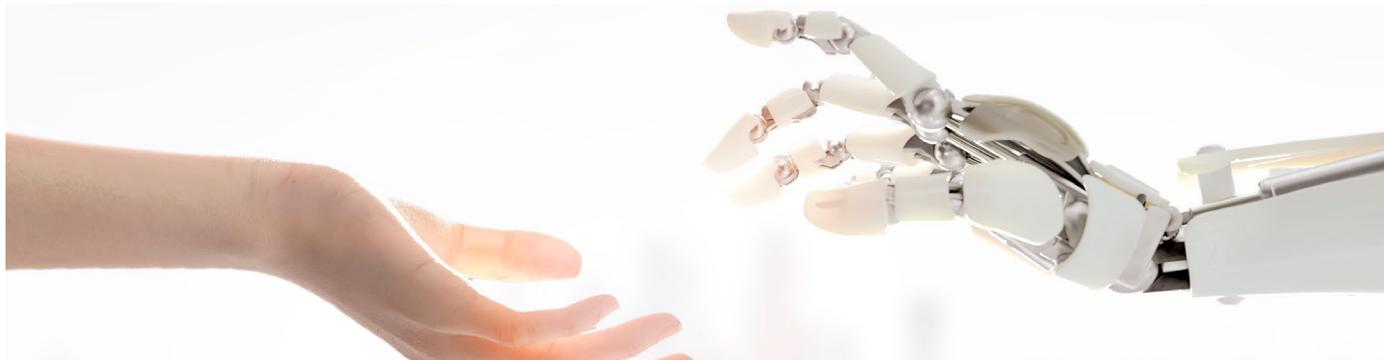
Vor allem kann der Kunde für die Interaktion mit der Bank seinen bevorzugten Kanal wählen. Ob er mit der Bank über deren Website kommuniziert (und dabei auf intelligente Suchfunktionen zugreifen kann), den Dialog per E-Mail führt oder eine Kombination aus Chatbot- Antwort und anschließendem telefonischen oder persönlichen Kontakt bevorzugt, um verbliebene Punkte zu klären, der Kunde hat die Wahl. Da die Verbraucher von heute sich zunehmend mit der privaten Nutzung von Chatbots wie Alexa und Google Home anfreunden, werden sie einen vergleichbaren Service über kurz oder lang auch von ihrer Bank erwarten. Kurz gesagt: Robotik und KI sind der Schlüssel zur Bereitstellung eines echten Omnichannel-Kundenservice.

Die Robo-Berater kommen

Robotik ist aber auch in der Lage, auf komplexere Anfragen jenseits der Routineabläufe qualifizierte Antworten zu finden. Nehmen wir zum Beispiel die Fortschritte der Robotik bei der Vermögensverwaltung. Mithilfe von KI-Techniken können entsprechende Softwarelösungen enorme Mengen von Markt- und Analysedaten zu einer Vielzahl von Themen erfassen – weit mehr als das menschliche Gehirn verarbeiten könnte. Würde zum Beispiel ein Kunde einen Chatbot nach den Perspektiven des chinesischen Aktienmarktes befragen, könnte dieser aufgrund seiner Informationsbasis zu dem Thema antworten, dass die Analysten übereinstimmend von einem Kurszuwachs ausgehen. Und tatsächlich geraten Anlageberater durch den digitalen Wettbewerb oder sogenannte Robo-Berater zunehmend unter Druck.



„Ein Chatbot kann heute Sprache analysieren und spüren, wenn ein Anrufer über eine bestimmte Sache erbost ist. So kann er eine verständnisvolle Antwort geben oder das Gespräch zwecks Deeskalation an einen Mitarbeiter weiterleiten“



FAZIT

DIE DIGITALE BANK REALISIEREN

Die Vorteile der digitalen Transformation im Bankwesen sind vielfältig. Sie kann die Kosten senken, Kundenservice und Kundenzufriedenheit steigern und Wettbewerbsvorteile schaffen. Da zudem die Entwicklung bei KI und anderen digitalen Techniken immer weiter voranschreitet, wird sich die Investition in die digitale Zukunft noch weit mehr auszahlen als heute abzusehen ist.

Aber wie können Banken dieses Ziel erreichen? Eine Option ist es, sich auf interne Mitarbeiter zu verlassen. Natürlich verfügen Banken über hochqualifizierte Mitarbeiter, die mit den Systemen des Hauses bestens vertraut sind. Allerdings dürften die wenigsten von ihnen über direkte Erfahrung mit der Umsetzung eines komplexen digitalen Transformationsprojekts verfügen. Als Alternative zu einer internen Lösung könnte die Bank die Aufgaben scheinbar auf verschiedene Technologie-Provider oder Systemintegratoren verteilen. Teilt man die Verantwortlichkeiten unter mehreren Anbietern auf, ist es aber nicht ganz einfach, eine wirklich nahtlose Interaktion der einzelnen Banking-Funktionen sicherzustellen. Die aber ist essenziell wichtig, um alle Vorteile der Intelligenten Automatisierung nutzen zu können. Aber es gibt noch eine dritte Alternative. So wenden sich Banken mittlerweile verstärkt an erfahrene End-to-End-Anbieter, die wissen, wie die verschiedenen technologischen Lösungen zusammenpassen müssen, und wie die Schnittstelle zwischen Menschen, Prozessen und Technologie funktionieren sollte.

Intelligente Automatisierung kann auch dazu beitragen, Lücken zwischen Front- und Backoffice-Systemen zu schließen, da sich mit ihrer Hilfe unstrukturierte Informationen aus zahlreichen Quellen in strukturierte Daten umwandeln lassen, die dann auch von Frontoffice-Systemen genutzt werden können. Betrachten wir in dem Zusammenhang eine durch den Kunden eingegebene Adressänderung: Ohne Robotik müssten diese Angaben von einem Mitarbeiter geprüft werden, bevor sie dann manuell ins bestehende Backoffice-System eingegeben würden. Im Gegensatz dazu ist Robotik in der Lage, die Informationen automatisch einzugeben und mithilfe von KI kritische Fälle an einen Mitarbeiter weiterzuleiten. So kann Intelligente Automatisierung zwischen Front- und Backoffice für nahtlosere Prozesse sorgen. Das verbessert durch kürzere Reaktionszeiten und eine höhere Servicequalität zudem das Kundenerlebnis.

Banken wenden sich mittlerweile verstärkt an erfahrene End-to-End-Anbieter, die wissen, wie die verschiedenen technologischen Lösungen zusammenpassen müssen.



Eine Roadmap erstellen

Will eine Bank die digitale Transformation vorantreiben, sollte man die Verantwortlichen im ersten Schritt nicht etwa fragen, was sie jetzt erreichen wollen, sondern wo sie in den nächsten Jahren stehen möchten. Um diese Frage beantworten zu können, muss die Bank aber zunächst all ihre Prozesse unter die Lupe nehmen. Oder wie Neuberg es ausdrückt: „Sie brauchen eine visionäre Roadmap, die zeigt, wo Sie in fünf Jahren sein wollen. Dabei sollte man nie versuchen, das Rad neu zu erfinden. Schließlich wollen die meisten Banken ihre bestehenden Systeme weiternutzen. Deshalb sollte man stets das Gesamtbild vor Augen haben und sich in der Startphase mit einigen kleineren Erfolgen zufrieden geben.“ Eine solide Roadmap sollte immer auf einer sorgfältigen Prüfung der aktuellen Systeme und Prozesse der Bank basieren. Liegen diese Informationen vor, kann SPS der Bank aufzeigen, welche Vorteile sich durch Intelligente Automatisierung in den einzelnen Bereichen erzielen lassen. So kann die Bank eine qualifizierte Entscheidung zur weiteren Vorgehensweise treffen. Zudem ist Digitalisierung ein sich entwickelnder Prozess, der in einzelne Module gefasst werden kann, die sich eines nach dem anderen fertigstellen lassen.

Abschließend noch ein Punkt, den man bedenken sollte. Aufgrund der rasanten, fortlaufenden Ausweitung der Möglichkeiten und weil auch der Wettbewerb mit aller Macht danach strebt, ähnliche digitale Veränderungen zu implementieren, sollten Banken sich immer wieder aufs Neue die Frage stellen, wo sie in fünf Jahren sein möchten und nicht nur einmal zum Projektbeginn. Zwar verschiebt sich die Grenze des Machbaren ständig, sodass man seine ursprünglich anvisierten Ziele vermutlich immer weiter stecken wird, aber diese klare Ausrichtung auf bestehende und neue Ziele hat zur Folge, dass man auch seine digitale Angebotspalette immer wieder auf den neuesten Stand bringt.

Will eine Bank die digitale Transformation vorantreiben, sollte man die Verantwortlichen im ersten Schritt nicht etwa fragen, was sie jetzt erreichen wollen, sondern wo sie in den nächsten Jahren stehen möchten.

Quellenangaben

1. **‘Thomson Reuters 2017 Global KYC Surveys Attest to Even Greater Compliance Pain Points.’** Thomson Reuters, Verfügbar auf: <https://www.thomsonreuters.com/en/press-releases/2017/october/thomson-reuters-2017-global-kyc-surveys-attest-to-even-greater-compliance-pain-points.html>. Abgerufen März 2017
2. **‘7 Steps to Improve Customer Onboarding.’** The Financial Brand, Verfügbar auf: <https://thefinancialbrand.com/66143/7-steps-to-improved-customer-onboarding>. Abgerufen März 2018.
3. SPS data
4. **‘Market grows for ‘regtech’, or AI for regulation.’** Financial Times, Verfügbar auf: <https://www.ft.com/content/fd80ac50-7383-11e6-bf48-b372cdb1043a>. Abgerufen März 2018.
5. **‘The cost of RPA in numbers.’** UiPath, Verfügbar auf: <https://www.uipath.com/blog/rpa-by-the-numbers>. Abgerufen März 2018.
6. **‘Best of both worlds: Customer experience for more revenues and lower costs.’** McKinsey, Verfügbar auf: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/best-of-both-worlds-customer-experience-for-more-revenues-and-lower-costs>. Abgerufen März 2018.
7. **‘Customers Demand More as Digital Changes the Customer Experience.’** Atlas Digital Partners, Verfügbar auf: <http://atlas-digitalpartners.com/2017/05/26/customers-demand-more-as-digital-changes-the-customer-experience/>. Abgerufen März 2018.