

Ziele sind passgenaue Produkte und mehr Transparenz

Maßgeschneiderter Finanzservice. Nähe zum Kunden. Schnellere und transparentere Kreditvergabe. All das soll nun mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) Wirklichkeit werden. Wo Finanzunternehmen die Technologie so einsetzen, dass sie dem Mittelstand hilft.

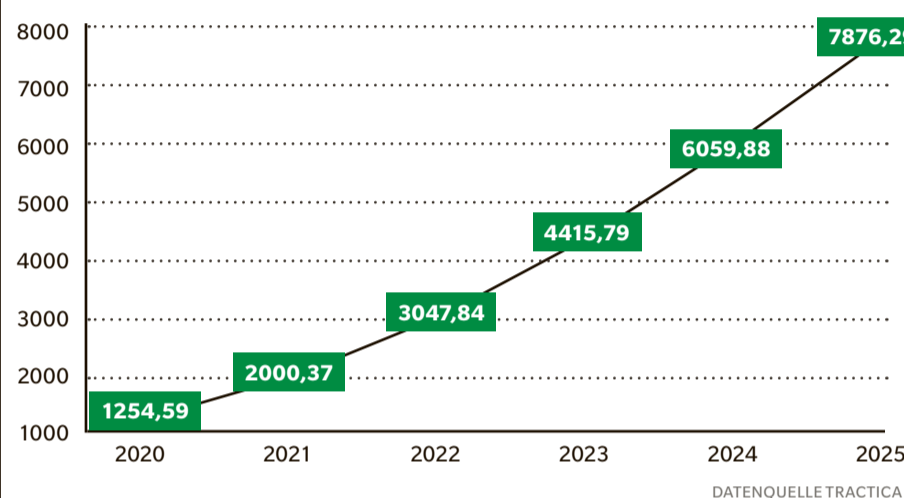
VON LEILA HAIDAR

Facebook, Google und Amazon machen es uns vor: Immer das richtige Angebot zur richtigen Zeit. Am besten noch bevor der Bedarf dem Kunden überhaupt bewusst wird“, konstatiert Thomas Heiserowski, Vorstandsmitglied der Finanzierungsplattform Europace. Er weiß genau, was mit cleverer Kundendatenanalyse möglich ist. Wer das bisherige Kaufverhalten beobachtet und mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz auswertet, kann sehr wahrscheinliche Voraussagen darüber treffen, über welche Anschaffung ein Mensch als Nächstes nachdenkt. „Das funktioniert auch in der Finanzwelt“, bestätigt der Berliner Tech-Unternehmer aus dem Mittelstand. Service und Angebot seiner Internetplattform richten sich unter anderem an Kreditvermittler, Makler und Banken. Heiserowski und sein Team aus Daten-Analysten und Programmierern feilen an der perfekten „Customer Journey“ vom ersten Angebot über passende Finanzierungskonditionen bis zur schnellen und simplen Abwicklung. Ihre Mission: Immobilien zu kaufen soll so einfach werden, wie sie zu mieten. Das bedeutet, einen Prozess zu erschaffen, bei dem sich mittelständische Berater und deren Kunden abgeholt und gut genug begleitet fühlen, um eine informierte Finanzierungsentscheidung zu treffen. Heiserowski sieht Künstliche Intelligenz als gute Möglichkeit, wieder näher an den B2B-Kunden heranzukommen.

Die Collenda GmbH, Experte im Bereich Forderungsmanagement, setzt in Zukunft ebenfalls auf intelligente Algorithmen. Die Kommunikation im Kundenservice soll beispielsweise durch Chat-Bots unterstützt werden. Außer bei besonders komplexen Anforderungen beantworten dann schlaue Computerprogramme die Fragen des Fir-

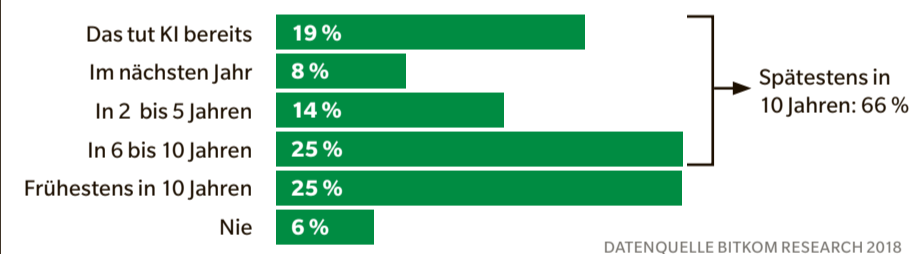
DAS POTENTIAL FÜR KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN EUROPA

Prognose zum Umsatz mit Unternehmensanwendungen im Bereich Künstliche Intelligenz in Europa bis 2025 (in Millionen US-Dollar)



ZWEI DRITTEL RECHNEN MIT KI-DURCHBRUCH BINNEN ZEHN JAHREN

Wann wird KI die Gesellschaft spürbar verändern, unabhängig davon, ob negativ oder positiv?



menkunden. Und das so kompetent, dass ein normaler Nutzer den Unterschied zum versierten Kundenberater kaum bemerkt. „Dies macht den Kontakt schneller – und rund um die Uhr verfügbar“, betont Vorstand Christian Haas. Zudem sei die Hemmschwelle, scheinbar dumme Fragen zu stellen, gegenüber einem anonymen Chatautomaten viel geringer. Bei einem Roboter spüre niemand ein Schamgefühl. Später sollen darüber hinaus neue Kanäle zum Einsatz kommen: „Eine mobile Kommunikation über WhatsApp macht die Abwicklung in Zukunft deutlich einfacher als heutzutage“, ergänzt Haas.

Intelligentes Sprachdialogsystem beantwortet Kundenfragen

KI-Technologien unterstützen auch das Wachstum von Comdirect. Ein intelligentes Sprachdialogsystem beantwortet automatisch häufig gestellte Kundenfragen am Telefon. „Wir werden diesen Bereich weiter ausbauen und entwickeln unter anderem

das Serviceportal weiter“, so IT- und Finanzvorstand Dietmar von Blücher. Denkbar sei außerdem, automatisch das Anliegen der Kunden zu prognostizieren und passende Lösungsvorschläge zu machen.

Ein typisches Beispiel für den möglichen Einsatz von KI im Firmenkundengeschäft liegt in der Auswertung der vielfältigen (Multibank-)Zahlungsverkehrsdaten. Die Bank kennt jeden Dauerauftrag und verfolgt jede Transaktion mit der EC-Karte. Mit jedem Datenpunkt lernt die KI dazu. Solche Daten ermöglichen nicht nur, die Finanzen im Unternehmen besser zu steuern, sondern auch, auf dieser Basis direkt weitere Produkte vollautomatisiert anzubieten. Das ist beispielsweise für Zins- und Währungsabsicherungen oder individualisierte und variable Betriebsmittellinien denkbar.

Selbstlernende Computerprogramme „erkennen Muster in großen Datenmengen, und die Deutsche Bank verfügt über einen großen Datenschatz aus der langjährigen Zusammenarbeit mit ihren Kunden. Zusätz-

lich ist es in der vernetzten Welt einfacher geworden, zweckbezogene externe Daten mit internen Daten zu kombinieren, um Muster noch besser zu erkennen“, erläutert Kai Kirschbaum, Leiter Plattformen & Disruptive Technologien Firmenkunden bei der Deutschen Bank.

Einen Bedarf erkennen, bevor er entsteht

KI gilt als Schlüsseltechnologie und setzt sich in immer mehr Branchen durch. Sie verhilft in Industrieunternehmen zur beschleunigten Fehlersuche, sorgt in „Smart Grids“ für Entlastung der Stromnetze und soll in nahezu allen Branchen zu Effizienz- und Ertragssteigerungen führen. Bekannt sind die Möglichkeiten schon seit Jahrzehnten, schnelle Rechenleistung, immer bessere Internetverbindungen und hohe Speicherkapazitäten machen den Hype nun möglich. Im Finanzbereich kann das so aussehen: „Unsere Berater werden künftig deutlich früher erkennen, welche Produkte der Kunde wann benötigt. Letzteres wird sich insbesondere für kleinere Firmenkunden auswirken, die heute in großen Teilen noch selbst vor der Herausforderung der Digitalisierung stehen. Weiter werden auch im Firmenkundengeschäft durch KI neue Produkte und Geschäftsmodelle entstehen, die es heute am Markt so noch nicht gibt“, sagt Kirschbaum.

Beispiel Baufinanzierung: „Interesse an einer Immobilie kann man bereits heute häufig vorhersagen. Wenn der Vermittler seinen Kunden mit Hilfe von Software ‚liest‘, kann er frühzeitig aktiv werden, statt darauf zu warten, bis er möglicherweise bei der Konkurrenz anfragt“, analysiert der 38-jährige Fintech-Unternehmer Heiserowski. Überhaupt liege die große Stärke der Künstlichen Intelligenz einerseits darin, einen Bedarf zu erkennen, bevor er entsteht, und andererseits darin, ein Angebot zu entwickeln, das genau auf die Bedürfnisse der Kunden eingeht, bringt er es auf den Punkt. Auch Europace setzt auf neuste Technologien. Wer die undurchsichtige Finanzwelt mit ihren komplexen Produkten und Verträgen zu einem angenehmen Erlebnis machen wolle, komme um Datenanalysen nicht mehr herum. Denn je passgenauer die Angebote der Finanzunternehmen, desto größer die Chance, dass Firmen- und Privatkunden sie annehmen. Comdirect-CFO von Blücher formuliert das sogar noch drastischer: „KI macht es möglich, das Geschäftsmodell zu skalieren und zu optimieren und gleichzeitig die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen. Finanzinstitute, die künstliche Intelligenz nicht beherrschen, werden nicht mehr wachsen.“