

Künstliche Intelligenz für die Sparkassen-Finanzgruppe

# Lösungen für das Banking von morgen

## Potentiale Künstlicher Intelligenz in der Finanzindustrie

Ergebnisse einer Umfrage in der S-Finanzgruppe

DSGVO und KIXpertS, September 2020

# Agenda

1

Grundlagen und Einführung

2

Privatkundenbereich

3

Geschäftskundenbereich

4

KI-Potentiale

5

Zusammenfassung und Ausblick

6

Ansprechpartner und Impressum

# 1

---

## Grundlagen und Einführung

*„Mit KI eröffnen wir der Sparkassen-Finanzgruppe neue Wege, es den Kunden einfach zu machen.“*

Franz-Theo Brockhoff

Vorsitzender der Geschäftsführung der Finanz Informatik

# Künstliche Intelligenz

Unter **Künstlicher Intelligenz (KI)** verstehen wir Methoden und Verfahren der Mathematik, Informatik aber auch der Neurowissenschaften, um intelligentes Verhalten nachzubilden. Dabei spielt das Thema „Lernen“ auf Basis von verfügbaren Daten, ableiten von Schlussfolgerungen und Selbstverbesserung eine sehr große Rolle. Die praktischen Einsatzmöglichkeiten bewegen sich aktuell hauptsächlich im Bereich der Automatisierung – prominentes Beispiel hierfür ist das selbststeuernde Auto.

Auch im Bereich von Banken und Versicherungen, also auch für die Sparkassen-Finanzgruppe, gibt es vielfältige Anwendungsgebiete, wie die intelligente Dokumentenerkennung und automatisierte Verarbeitung.



# Hintergrund der Umfrage

Anfang März 2020 sollte der dritte KI-Gipfel des DSGVO zum Thema Künstliche Intelligenz mit Vertretern von Sparkassen, Verbundpartnern und weiteren Gesellschaften aus der S-Finanzgruppe stattfinden. Im Programm des Gipfels war auch ein Workshop vorgesehen, in dem die Teilnehmer aus der Gruppe gemeinsam mit den KIXpertS Ideen und Priorisierungen von KI-Anwendungsfällen erarbeiten sollten. Wie viele andere Veranstaltungen musste allerdings auch der Gipfel kurzfristig aufgrund der sich abzeichnenden Corona-Pandemie abgesagt werden.

Auf das wertvolle Know-how und Feedback der Teilnehmer und Experten des KI-Gipfels sollte nicht verzichtet werden, so dass DSGVO und KIXpertS entschieden haben, eine gemeinsame Umfrage ins Leben zu rufen. Die webbasierte Umfrage wurde im Juni 2020 zunächst nur an die Teilnehmer und Interessenten des KI-Gipfels gesandt. In einer zweiten Umfrage wurden die Nutzer der Evidenzstelle eingeladen, sich an der Umfrage zu beteiligen. Durch dieses zweistufige Vorgehen sollte zusätzlich untersucht werden, ob sich das Meinungsbild und die Einschätzungen der KI-Experten von denen der digital interessierten Nutzer der Evidenzstelle unterscheidet.

Aufgrund der gewählten Zielgruppen erhebt die Umfrage nicht den Anspruch repräsentativ zu sein – vielmehr stellt sie ein Stimmungsbild interessierter und fachkundiger Vertreter aus der Sparkassen-Finanzgruppe dar.



# Durchführung und Beteiligung

Die Umfrage wurde zweimal in den Monaten Juni und Juli 2020 durchgeführt. Erster Teilnehmerkreis war der Einladungsverteiler des dritten KI-Gipfels\*, der zweite Kreis die Nutzer der Evidenzstelle\*\*. Zwischen beiden Teilnehmergruppen wurden keine signifikanten Unterschiede in den Antworten festgestellt, so dass die Auswertung summarisch über alle 224 Teilnehmer erfolgte.

Insgesamt wurde die Umfrage von 87 Teilnehmern komplett beantwortet. Weitere 137 Teilnehmer haben die Umfrage zumindest teilweise durchlaufen. Wir gehen davon aus, dass aufgrund der Heterogenität des Teilnehmerkreises nicht alle Fragen für die jeweiligen Unternehmen gepasst haben und damit eine Beantwortung nicht sinnvoll möglich war.

147 Teilnehmer und damit 65 % waren Vertreter der Sparkassen. Weitere Teilnehmer stammten aus Landesbanken und DekaBank (18), Bausparkassen (7), Versicherungen (5), Verbänden (17), DSV-Gruppe (11), Servicegesellschaften (9), FI-Gruppe (5) sowie weiteren Gesellschaften (5).

\* Der KI-Gipfel ist ein Konferenzformat des DSGVO in dem sich Spezialisten der S-Finanzgruppe über die Potentiale des Einsatzes Künstlicher Intelligenz austauschen.

\*\*Die Evidenzstelle ist ein Instrument der Digitalen Agenda des DSGVO. Sie ist zentraler Produktkatalog für digitale Lösungen und Services der S-Finanzgruppe mit direkter oder indirekter Endkundenrelevanz. Gleichzeitig ist sie zentrale Plattform für den Austausch von Ideen für digitale Lösungen und Services innerhalb der Gruppe.

**Frage 5**  
Welche **Geschäftsfelder** sind für die zuvor genannten Ziele besonders relevant?

	Privatkunden	Geschäftskunden
Zahlungsverkehr (z.B. Konten, Debit- und Kreditkarten, Electronic Banking)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzierung (z.B. Leasing, Konsumentenkredit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geld- und Kapitalanlagen (z.B. Festgeld, Festverzinsl., Wertpapiere, Aktien)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Versicherungen (z.B. Absurde, priv./beruf., Haftpflicht, Unfall und Berufsunfähigkeit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Altersvorsorge (z.B. Riesten, Rürup, bAV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviceprozesse (z.B. Umzug, Abwicklung Immobilienkauf)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risikomanagement (z.B. Währungs- und Zinsmanagement über Derivate)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auslandsgeschäft (z.B. Devisenhandel, Auslandsgarantien)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corporate Finance (z.B. Schuldscheindarlehen, Borsengänge)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# 2

---

## Privatkundenbereich

*„Wir wollen Kunden zu Fans machen“*

Zitat eines Umfrageteilnehmers

# Ein Spagat: Die Kundenbeziehung soll intensiviert und ausgebaut werden – unter Reduzierung der Kosten

## Privatkunden



## Welche Ziele werden im Privatkundensektor hauptsächlich verfolgt?

Die wichtigsten zu erreichenden Ziele sind maßgeblich **kundenbezogen**. So steht bei den Befragten die Steigerung der Kundenbindung klar im Fokus.

Der **Fortbestand** und die **Verbesserung** bereits bestehender Kundenbeziehungen wird als besonders wichtig bewertet. Die Erschließung neuer Geschäftsfelder oder neuer Zielgruppen hat demgegenüber nur eine unterdurchschnittliche Bedeutung.

Die gewünschte Reduzierung der kundenbezogenen Prozesskosten kann sich durch durchdachte KI-basierte Automatisierung positiv auf die Steigerung der Kundenbindung auswirken.

**Anzahl Nennungen:** Kundenbindung 75; Kundenbezogene Prozesskosten 75; Bestandskundengeschäft ausweiten 67; Neukunden 62; Neue Geschäftsfelder 33; In bestehenden Geschäftsfeldern neue Zielgruppen erschließen 33



# Klassische Bankdienstleistungen bilden die TOP 4 Geschäftsfelder ab

## TOP 4 – Privatkunden



### Geld- und Kapitalanlage

*z.B.: Festgeld, festverzinsl. Wertpapiere, Aktien*



### Finanzierung

*z.B.: Kredite, Leasing*



### Zahlungsverkehr

*z.B.: Konten, Debit- und Kreditkarten, Electronic Banking*



### Versicherungen

*z.B.: Hausrat, Haftpflicht, Unfall, Berufsunfähigkeit*

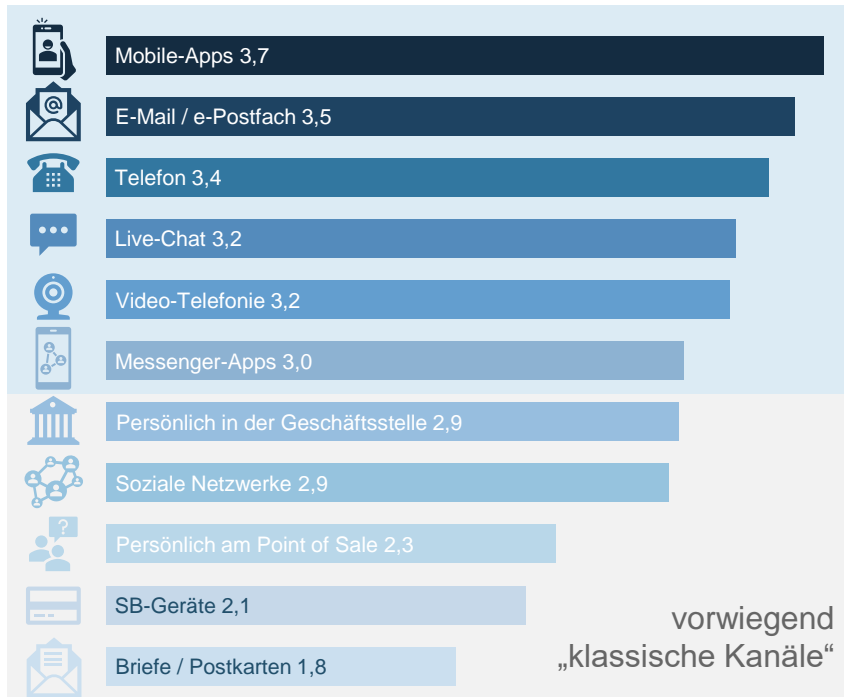
## Welche Geschäftsfelder sind für die zuvor genannten Ziele besonders relevant?

Die Befragten sehen Kapitalanlagen als eine wichtige Säule zur Erreichung der Ziele an. Dies ist aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase nicht überraschend. Finanzierungen sowie der klassische Zahlungsverkehr folgen vor Versicherungen.

Während **Altersvorsorge** und **Serviceprozesse** nur durchschnittlich abschneiden, sind die meisten Befragten der Ansicht, dass **Auslandsgeschäfte** und **Corporate Finance** eine nachrangige Bedeutung im Privatkundengeschäft haben.

**Anzahl Nennungen:** Geld- und Kapitalanlage 66, Finanzierung 62, Zahlungsverkehr 62, Versicherungen 61, Altersvorsorge 53; Serviceprozesse 40, Risikomanagement 6, Auslandsgeschäft 1, Corporate Finance 1

# Der Trend zur digitalen Kommunikation zwischen Kunde und Institut setzt sich in den kommenden Jahren fort



## Welche Kanäle werden konkret in den nächsten ein bis drei Jahren besonders wichtig?

Der Trend im Privatkundensektor geht klar in Richtung **digitale Kundenkommunikation**. Dies zeigt sich an dem hohen Zustimmungswerten von Video-Telefonie und Live Chats. Der Spitzenreiter sind die **Mobile-Apps**.

Erwartungsgemäß halten die meisten Teilnehmer **E-Mail** für ein essentielles Medium in der Kommunikation mit ihren Kunden. Klassische Kanäle wie **Briefe** und **Postkarten**, schneiden in dieser Umfrage unterdurchschnittlich ab und verlieren langfristig an Bedeutung.

Bemerkenswert ist, dass die Institute eine Vielzahl von Kanälen für wichtig halten und vor der Herausforderung stehen, die Möglichkeiten auszuschöpfen.

**Relevanz:** 4 (sehr wichtig), 3 (wichtig), 2 (weniger wichtig), 1 (gar nicht wichtig), 0 (keine Angabe)

# 3

---

## Geschäftskundenbereich

*„Bei aller KI darf die persönliche  
Kundenkommunikation nicht vergessen werden“*

Zitat eines Umfrageteilnehmers

# Im Bereich der Geschäftskunden liegt der Fokus auf der Entwicklung der Bestandskunden

## Geschäftskunden



## Welche Ziele werden im Geschäftskundensektor hauptsächlich verfolgt?

Im Bereich der Geschäftskunden liegt der Fokus auf der Entwicklung der Bestandskunden auf Basis bestehender Produkte und Dienstleistungen sowie der Steigerung der Kundenbindung. Weiterhin von hoher Priorität ist die Gewinnung von Neukunden. Damit einher geht der Wunsch, ungeliebte administrative Prozesskosten bzw. -aufwände in Bezug auf den Kunden zu reduzieren.

Nachrangig genannte Ziele sind die Erschließung neuer Geschäftsfelder oder Zielgruppen.

**Anzahl Nennungen:** Bestandskundengeschäft ausweiten 63; Kundenbindung 61; Kundenbezogene Prozesskosten 61; Neukunden 55; Neue Geschäftsfelder 40; In best. Geschäftsfeldern neue Zielgruppen ersch. 27

# Im Vordergrund stehen drei ertragsstarke Geschäftsfelder

## TOP 3 – Geschäftskunden



### Finanzierung

z.B.: Kredite, Leasing



### Zahlungsverkehr

z.B.: Konten, Debit- und Kreditkarten,  
Electronic Banking



### Versicherungen

z.B.: Haftpflicht, Gebäude, KfZ

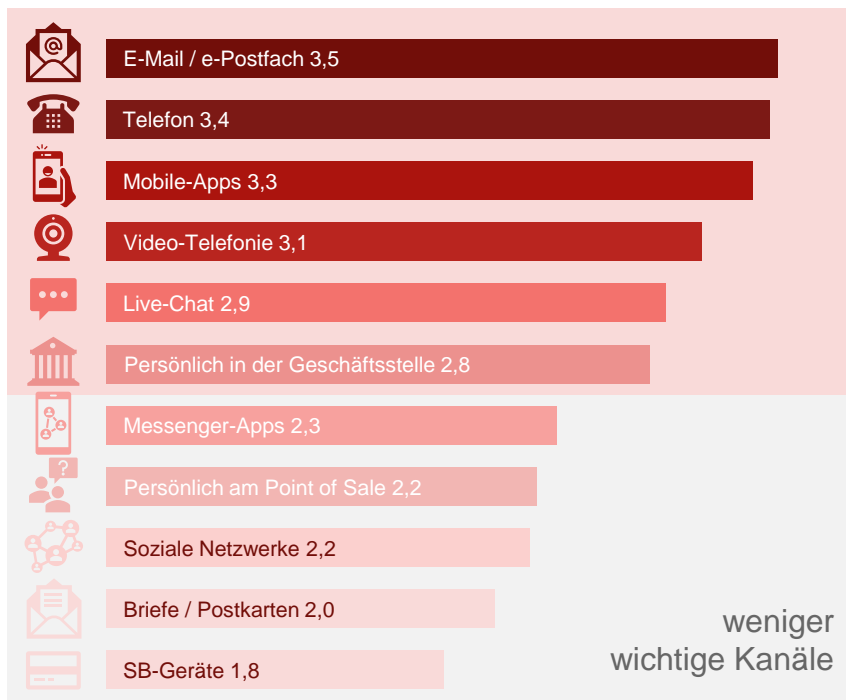
## Welche Geschäftsfelder sind für die zuvor genannten Ziele besonders relevant?

Im Bereich der **Geschäftskunden** sind die Befragten vor allem an den Geschäftsbereichen **Finanzierung** und **Zahlungsverkehr** interessiert. Mit etwas Abstand folgen **Versicherungen** zur Entwicklung der Bestandskunden. Auch die Bereiche **Corporate Finance** sowie **Geld- und Kapitalanlage** sind für die Mehrheit der Befragten von einer gewissen Bedeutung.

Deutlich wird, dass für jedes Geschäftsfeld eine hohe **Relevanz** besteht. Im Unterschied zum Privatkundenbereich, liegen die Nennungen enger zusammen und die genannten Ziele spiegeln somit die Bandbreite im modernen **Geschäftskundenbanking** wider.

**Anzahl Nennungen:** Finanzierung 73; Zahlungsverkehr 67; Versicherungen 39; Risikomanagement 31; Auslandsgeschäft 29; Geld- und Kapitalanlage 24; Altersvorsorge 22; Serviceprozesse 23; Corporate Finance 21

# In der Kommunikation mit Geschäftskunden stehen weiterhin die klassischen Kanäle wie Mail und Telefon im Fokus



## Welche Kanäle werden konkret in den nächsten ein bis drei Jahren besonders wichtig?

Ähnlich wie im Privatkundensektor schneiden auch im Geschäftskundensektor Briefe und SB-Geräte am schlechtesten ab. Platz eins und zwei belegen hier jedoch **E-Mail** und **Telefon**. Dies spricht dafür, dass auch in Zukunft der enge Kontakt zu den Kunden im Fokus der Häuser stehen wird.

**Video-Telefonie** schneidet im Unterschied zum **persönlichen** Kontakt sehr gut ab. Dies deutet einen Trend an, den wir in den letzten Monaten verfolgen konnten. Die Arbeit „**Remote**“ über Video Chats scheint zumindest in Teilbereichen den persönlichen Kontakt vor Ort zu ersetzen. **Soziale Netzwerke**, wie LinkedIn, XING oder Facebook, sind aus Sicht der Befragten in der Kommunikation zwischen Geschäftskunde und Institut eher zweitrangige Kanäle.

**Relevanz:** 4 (sehr wichtig), 3 (wichtig), 2 (weniger wichtig), 1 (gar nicht wichtig), 0 (keine Angabe)

# 4

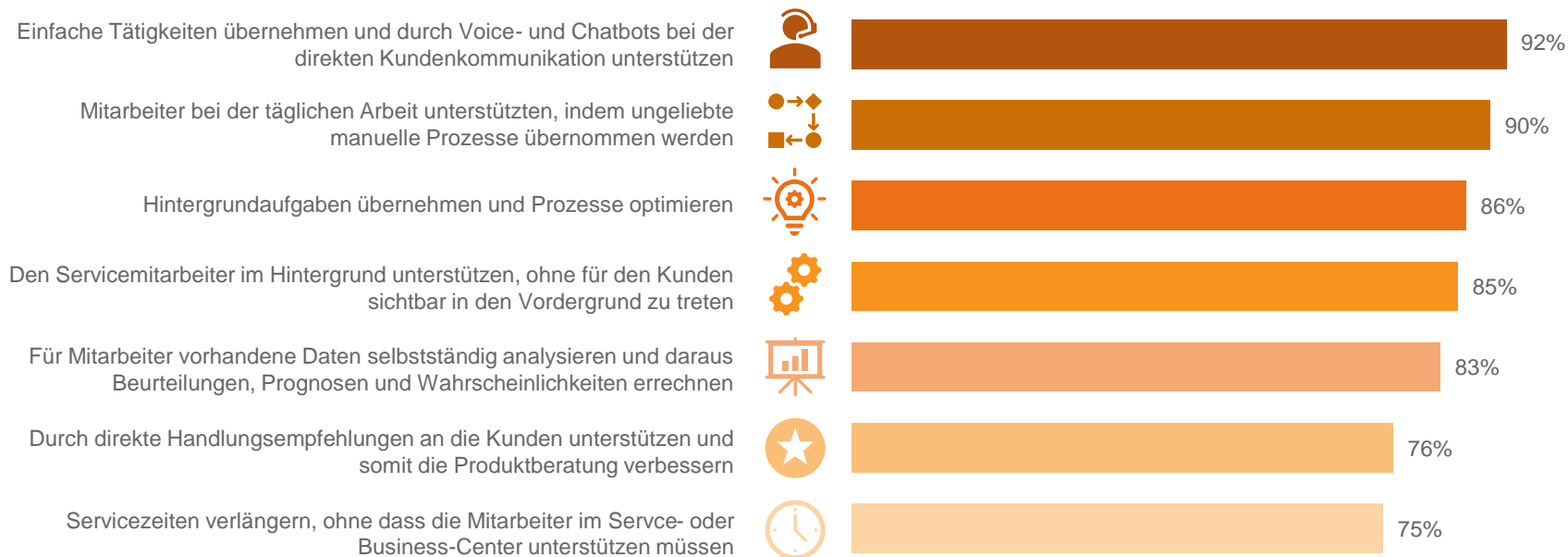
## KI-Potentiale

*„Die Sparkassen müssen mit Hilfe von KI in die Lage versetzt werden,... sich auf die Kundenschnittstelle zu konzentrieren“*

Zitat eines Umfrageteilnehmers

# In allen genannten Bereichen wird ein hohes bis sehr hohes Einsatzpotential für KI gesehen

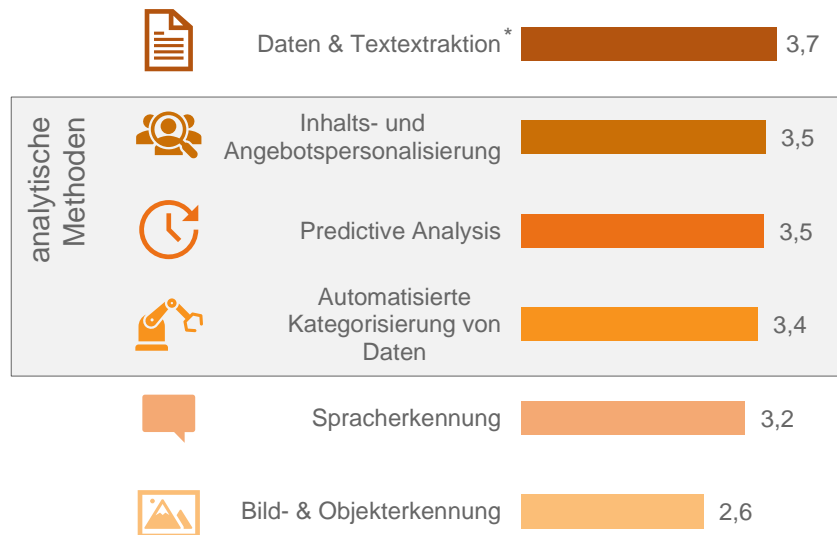
## In welchen Bereichen ist der Einsatz von KI vorstellbar



Zustimmungsquote zur Aussage in %



# Der Inhaltserkennung wird in den kommenden drei Jahren die höchste Relevanz zugesprochen



\*Unter diesem Thema wird hier sowohl die Umwandlung der Daten in ein digital auswertbares Format (Syntax) als auch die automatisierte Erkennung der Dateninhalte (Semantik) verstanden

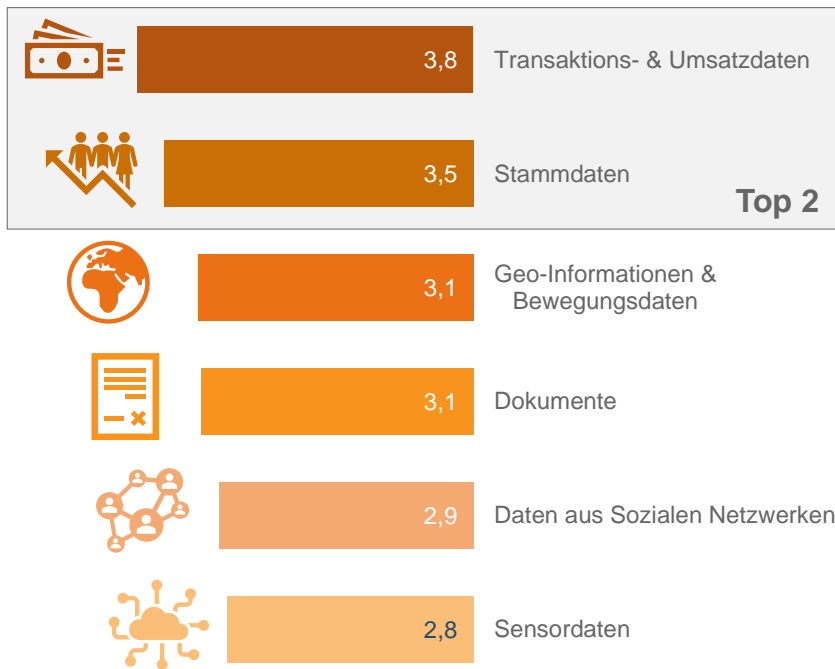
## Wie wichtig ist der Einsatz von KI-Technologien in den Instituten in den nächsten ein bis drei Jahren?

Allen KI-Technologien wird eine hohe Relevanz beigemessen. Die Befragten formulieren insbesondere den Anspruch, die meist bereits vorhandenen Daten grundsätzlich nutzbar (maschinenlesbar) bzw. besser verfügbar zu machen. Weiterhin wurde analytischen Technologien ein sehr hoher Stellenwert gegeben. Damit spiegeln die Top-4-Themen den Bedarf wider, die meist bereits vorliegenden (Massen-) Daten umfassend mit Hilfe von KI zu nutzen.

In der Bewertung folgt die KI-basierte Spracherkennung, die bereits zunehmend in der Kundenkommunikation eingesetzt wird. Für den Einsatz der Bild- und Objekterkennung fehlen bislang scheinbar noch geschäftsbezogene Anwendungsfälle in Banken- und Versicherungsprozessen.

**Relevanz:** 4 (sehr wichtig), 3 (wichtig), 2 (weniger wichtig), 1 (gar nicht wichtig), 0 (keine Angabe)

# Klassischen Datenquellen wird weiterhin die größte Relevanz beigemessen



## Welche Datenquellen sind in den nächsten ein bis drei Jahren die wichtigsten?

Klassische – in den Instituten vorhandene – Datenquellen wie **Transaktions- & Umsatzdaten** sowie **Stammdaten** sind für die Befragten in Bezug auf Digitalisierung und KI-Anwendungen erstrangig und bilden die Top 2. Diese Einschätzung korrespondiert auch mit den Bewertungen der Top-4-Technologien, die einen Schwerpunkt in der Datenanalyse setzen.

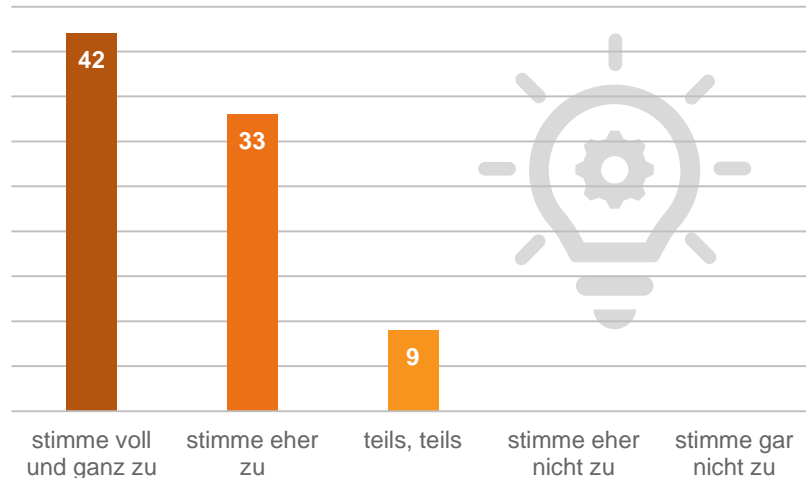
Die Auswertung mobiler Vernetzungsdaten, wie jüngst durch die Corona-App oder Standort- und Bewegungsdaten, wie aus Google Maps halten viele Befragte für wichtig.

Weitere Datenquellen, wie Daten aus **Sozialen Netzwerken** und **Sensordaten** erhalten eine eher niedrigere Priorität.

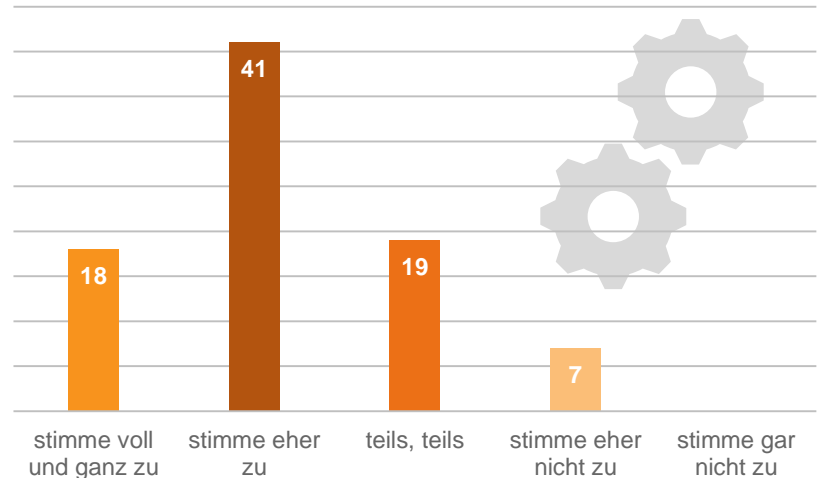
**Relevanz:** 4 (sehr wichtig), 3 (wichtig), 2 (weniger wichtig), 1 (gar nicht wichtig), 0 (keine Angabe)

# Der KI-Einsatz wird als große Chance für Banken und Versicherungen gesehen...

1. Die Digitalisierung mithilfe von KI-Anwendungen eröffnet uns komplett neue Möglichkeiten und bietet uns neue Chancen und Geschäftsmodelle in der Zukunft



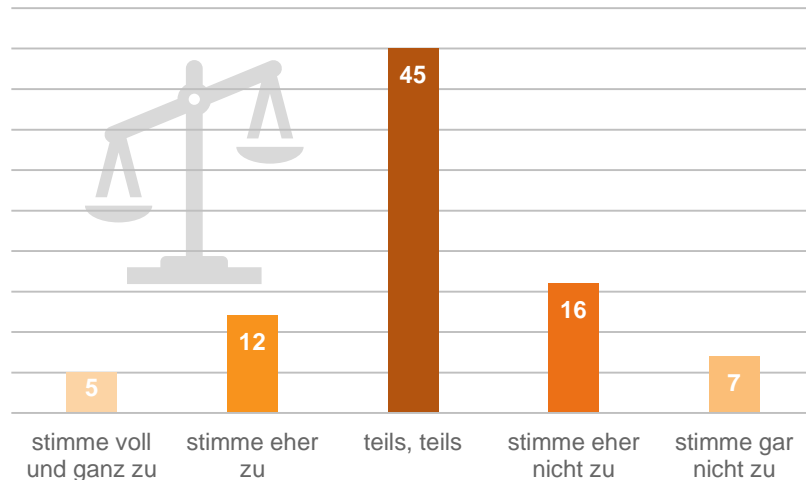
2. KI-Anwendungen spielen eine zunehmende Rolle, sind aber nicht Haupttreiber der Digitalisierung



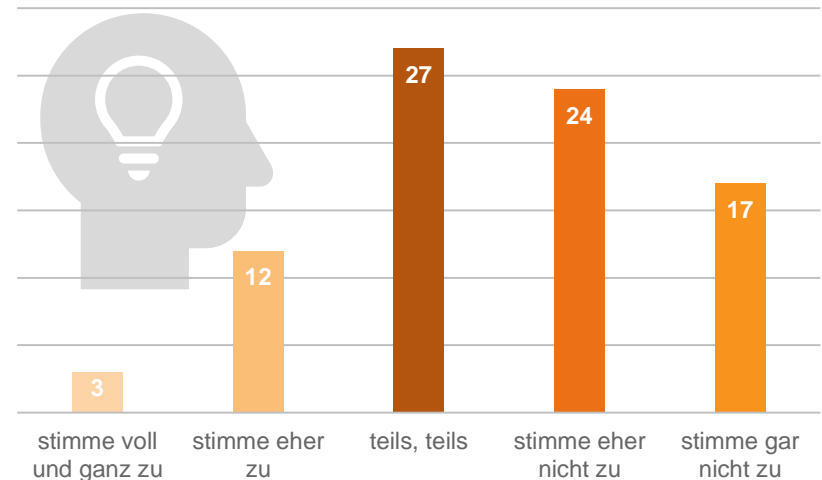
Anzahl Nennungen

# ... allerdings werden im Einsatz von KI auch Risiken wahrgenommen

3. Die Digitalisierung mithilfe von KI-Anwendungen bietet auch hohe Risiken uns sollte daher mit Vorsicht betrachtet werden



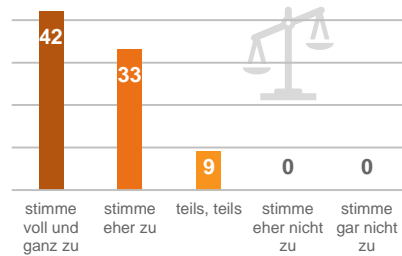
4. Ich kann die Chancen und Risiken, die mit KI-Anwendungen möglich sind, nicht einschätzen



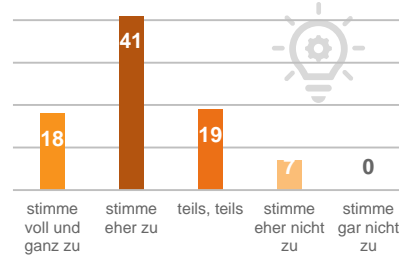
Anzahl Nennungen

# Chancen- und Risikobetrachtung im Gesamtüberblick

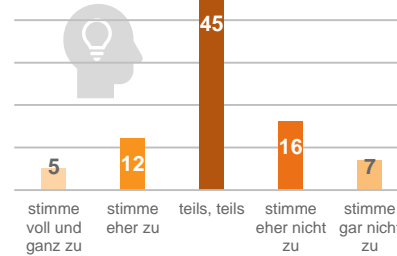
1. Die Digitalisierung mithilfe von KI-Anwendungen eröffnet uns komplett neue Möglichkeiten und bietet uns neue Chancen und Geschäftsmodelle in der Zukunft



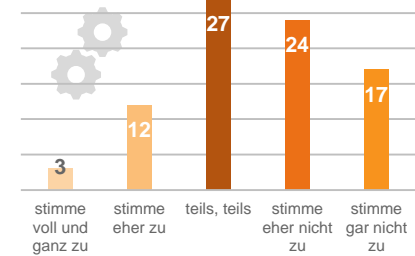
2. KI-Anwendungen spielen eine zunehmende Rolle, sind aber nicht Haupttreiber der Digitalisierung



3. Die Digitalisierung mithilfe von KI-Anwendungen bietet auch hohe Risiken uns sollte daher mit Vorsicht betrachtet werden



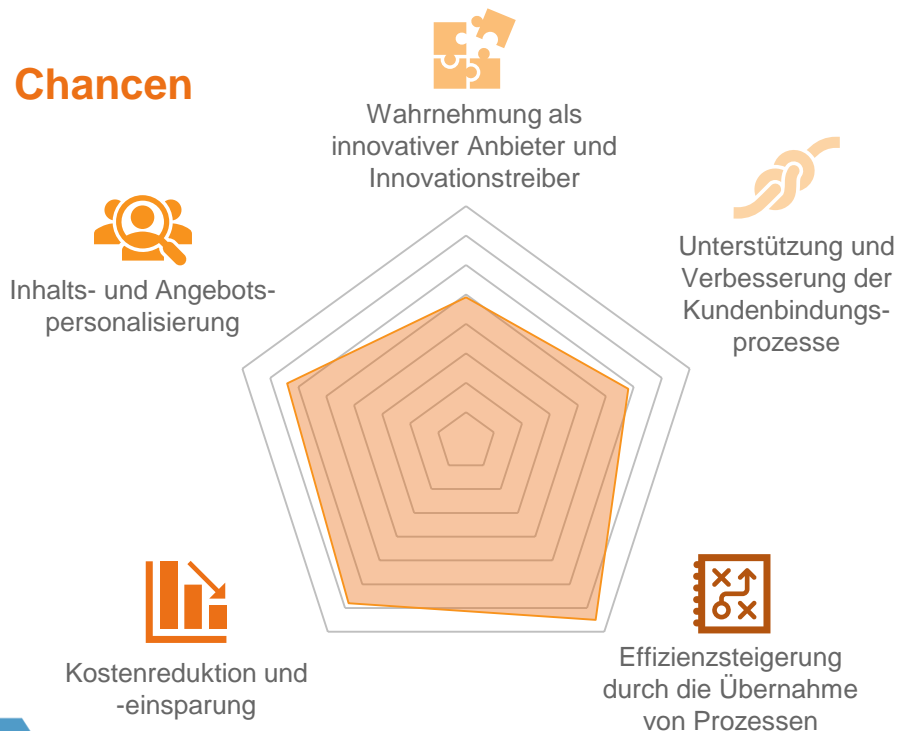
4. Ich kann die Chancen und Risiken, die mit KI-Anwendungen möglich sind, nicht einschätzen



1. KI wird von der Mehrheit der Befragten als große Chance für die S-Finanzgruppe angesehen.
2. Dennoch wird KI nicht als einziger Treiber der Digitalisierung eingeschätzt.
3. Die Risiken der neuen Technologie sollten abgewogen werden und auch mögliche Nachteile betrachtet werden.
4. Die Mehrzahl der Umfrageteilnehmer traut sich zu, die mit dem KI-Einsatz verbundenen Chancen und Risiken einzuschätzen.

# Die Chancen von KI adressieren die Ziele der Häuser

## Chancen



## Welche Chancen werden im Einsatz von KI gesehen?

Die Einschätzung des Potenzials von KI-Anwendungen deckt sich mit den wichtigsten Zielen für Privat- und Geschäftskunden:

- Neukunden gewinnen
- Kundenbindung steigern
- Bestandskundengeschäft ausweiten
- Kundenbezogene Prozesskosten reduzieren

Dabei stehen die Verbesserungen der Services der Kundenbeziehung sowie Effizienzsteigerungen und Kostenreduzierungen im Vordergrund. Der Einsatz von KI wird insgesamt als große Chance wahrgenommen.

**Anzahl Nennungen:** Effizienzsteigerung durch die Übernahme von Prozessen 75; Kostenreduktion und -einsparung 68; Inhalts- und Angebotspersonalisierung 64; Unterstützung und Verbesserung der Kundenbindungsprogramme 58; Wahrnehmung als innovativer Anbieter und Innovationstreiber 49

# Eine Sorge, die ernst genommen werden muss

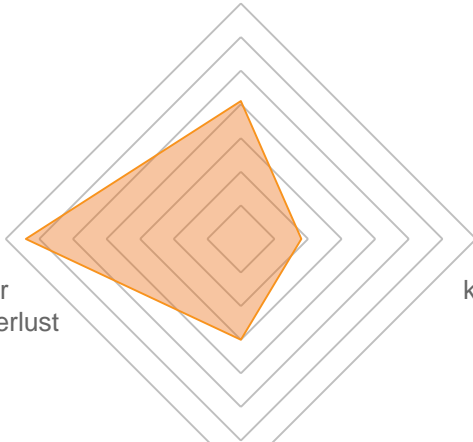
## Risiken



Kritische  
Kundenwahrnehmung



Sorge vor  
Arbeitsplatzverlust



Diskrepanz zu den  
klassischen Attributen  
der Sparkassen-  
Organisation



Negative Mitarbeiter-  
Motivation

## Welche Risiken werden im Einsatz von KI gesehen?

Bei den Sorgen dominiert die Angst um den Verlust von Arbeitsplätzen alle anderen Aspekte.

Hier besteht dringender Handlungs- und Aufklärungsbedarf. Ziel muss es sein, Akzeptanz für den Einsatz neuer Technologien zu schaffen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf diesem Weg mitzunehmen. Auch bei zunehmender Digitalisierung müssen Ihnen Perspektiven aufgezeigt werden, um sie dadurch als Verbündete für den Einsatz und die Weiterentwicklung von KI-Technologien zu gewinnen.

**Anzahl Nennungen:** Sorge vor Arbeitsplatzverlust 64; kritische Kundenwahrnehmung 41; Negative Mitarbeiter-Motivation 30; Diskrepanz zu den klassischen Attributen der Sparkassen-Organisation: Sicherheit, Vertrauen und Bodenständigkeit 18

# 5

## Zusammenfassung und Ausblick

*„Innovative Trends erkennen und nutzbar machen – und dabei Sparkasse bleiben.“*

Dr. Joachim Schmalzl  
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGVO



Die Institute und Unternehmen der Sparkasse-Finanzgruppe beschäftigen sich intensiv mit der Digitalisierung und dem damit einhergehenden Technologieeinsatz. Die Corona-Pandemie im Jahr 2020 verstärkt diese Entwicklung in allen Branchen. Digitalisierung wirkt als großer Hebel, um stärker auf den Kunden einzugehen und um Raum für neue Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. Sich bereits zuvor abzeichnende Entwicklungen werden erheblich beschleunigt.

Der Einsatz von Methoden der Künstlichen Intelligenz ist eine von mehreren Facetten der Digitalisierung und wirkt sowohl auf die Beziehung zum Kunden als auch auf die internen Prozesse, wie die Ergebnisse der Umfrage deutlich zeigen. Die höchsten Potentiale für KI werden in Übernahme einfacher Tätigkeiten in der Kundenkommunikation sowie in der Automatisierung von ungeliebten manuellen Prozessen gesehen. Damit einher geht die Zielsetzung, sich im Privatkundenbereich auf Geld- und Kapitalanlagen, Finanzierungen oder Versicherungsvermittlung fokussieren zu können. Im Geschäftskundenbereich gilt dies analog für Finanzierungs- oder Versicherungsfragen.

Das höchste Potential von KI-Methoden wird in den kommenden Jahren von der automatisierten Erkennung und Auswertung von Dateninhalten erwartet. Praktische Beispiele sind die automatische Analyse von Dokumenten oder E-Mails, die in einfachen Fällen möglicherweise sogar fallabschließen im Hintergrund verarbeitet werden können. Mehrere der wichtig bewerteten Methoden lassen sich dem Themenbereich Data Analytics zuordnen und auch sehr gut mit klassischen mathematischen Verfahren abbilden. Insofern muss auch nicht immer gleich das maschinelle Lernen\* zum Einsatz gebracht werden.

\*Unter maschinellem Lernen wird eine KI-Methode zum automatisierten Aufbau von statistischen Modellen verstanden.

Die Teilnehmer der Umfrage haben zwar hohe Erwartungen an den Einsatz von KI in Banken- und Versicherungsprozessen, verschließen die Augen aber nicht vor Risiken und möglichen Nachteilen. So wird die Sorge um den Arbeitsplatzverlust als größtes Risiko bewertet. Dieser Sorge müssen und werden sich die Institute und Unternehmen der S-Finanzgruppe mit der notwendigen Aufmerksamkeit annehmen. Insbesondere die Sparkassen können hier auf langjährige Erfahrungen durch Veränderungen aufgrund technologischer Entwicklungen zurückgreifen. So sei die Einführung des Geldautomaten hier nur als frühes Beispiel genannt. Sowohl Kunden als auch Mitarbeiter in Banken und Versicherungen haben sich jeweils diesen Entwicklungen angepasst bzw. haben diese teilweise sogar aufgrund ihres geänderten Verhaltens verursacht. Kunden und Mitarbeiter müssen auf diesem Weg mitgenommen werden.

Ein Thema, das den Einsatz von KI-Methoden speziell im Bankensektor anspruchsvoll macht, sind aufsichtsrechtliche Vorgaben. So sind Ergebnisse von durch maschinelles Lernen erzeugten neuronalen Netzen in der Regel nicht eindeutig nachvollziehbar (Blackbox-Prinzip). Gerade für kundenbezogene Entscheidungen im Bankprozess ist die Nachvollziehbarkeit allerdings eine grundlegende Voraussetzung. Wichtige Entscheidungen dürfen ohnehin nur vom Menschen getroffen werden. Eine weitere Herausforderung, die alle Branchen gleichermaßen trifft, sind die strengen Vorgaben der DSGVO, die für die Verwendung personenbezogener Daten enge Grenzen setzt bzw. die umfangreiche Einwilligung der betroffenen Personen vorsieht. Gerade für das maschinelle Lernen ist die Verfügbarkeit umfangreicher Trainingsdaten aber eine grundlegende Voraussetzung – schnell ist dabei die Grenze zum Personenbezug erreicht. Für beide Themen werden aktuell Lösungsansätze gesucht und erarbeitet, um den rechtskonformen Einsatz von KI zu ermöglichen.

Der deutsche Finanzsektor hat nach aktuellen Studien noch einen starken Entwicklungsbedarf für den Einsatz von KI. Untersuchungen von unterschiedlichen Analysten ergeben, dass Banken und Versicherungen im Einsatzpotential zurzeit hinter produzierenden Unternehmen, dem Handel oder Transport und Logistik liegen. In einigen Bereichen der Finanzwirtschaft wie beispielsweise im Kapitalmarktgeschäft werden KI-Methoden zwar schon seit längerer Zeit intensiv eingesetzt. An vielen anderen Stellen wird der KI-Einsatz zurzeit zwar untersucht aber noch nicht implementiert. Hier wird in den kommenden Jahren ein deutlicher Schub erwartet. Nicht absehbar ist allerdings, wie umfassend die Veränderungen aufgrund von KI in der Finanzbranche ausfallen werden. Andere technologische Ansätze wie digitale Zahlungsmittel werden das klassische Geschäftsmodell der Banken möglicherweise noch viel stärker beeinflussen.

Der Einsatz von Methoden der KI wird aktuell stark in den Medien diskutiert und ist auch in der S-Finanzgruppe ein sehr präsent Thema. Das KIXpertS-Team aus der Finanz-Informatik-Gruppe hat in den vergangenen eineinhalb Jahren anhand unterschiedlicher Use Cases bewiesen, dass der Einsatz von KI-Methoden sowohl einen Mehrwert für den Kunden als auch für die Mitarbeiter in den Sparkassen, Versicherungen und Unternehmen der S-Finanzgruppe bringt. Dennoch ist KI kein Allheilmittel, sondern sollte selektiv eingesetzt werden. Vor allem sollten sowohl die genannten rechtlichen als auch die hier nicht behandelten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen beachtet werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass wir noch am Anfang einer spannenden Entwicklung stehen und in den kommenden Jahren noch deutliche Fortschritte in der Technologie und der fachlichen Anwendung von KI erwarten können.

# 6

---

## Ansprechpartner und Impressum

Wir bedanken uns bei folgenden Personen, die an der Erstellung, Durchführung und Auswertung der Umfrage mit Rat und Tat unterstützt haben: Daniela Wintoch, Johannes Koch, Niklas Wolff von der Sahl, Evelyn Anhalt, Stefan Holick, Stephan Pawlitzeck

# Wir stehen Ihnen für Rückfragen zur Verfügung



KI-Expertise für die  
S-Finanzgruppe



**Dr. Andreas Totok**  
Programmleiter KIXpertS  
Finanz Informatik  
Solutions Plus GmbH  
Theodor-Heuss-Allee 90  
60486 Frankfurt am Main  
+49 69 829749-399  
info@kixperts.de  
<https://www.kixperts.de/>



**Daniel Draenkow**  
Referent Digitalisierung,  
Innovation Management und  
digitale Transformation  
Deutscher Sparkassen- und  
Giroverband e.V.  
Charlottenstraße 47  
10117 Berlin  
+49 30 20225 4861  
digitalisierung@dsgv.de  
<https://digitale-agenda20.de/>

Auszüge/Ergebnisse dieser Umfrage können unter folgender Quellenangabe genutzt werden:  
Potentiale Künstlicher Intelligenz, Umfrage von DSGVO und KIXpertS, Berlin/Frankfurt 2020

# Informationen zu den Organisationen hinter dieser Umfrage

## KIXpertS

Als Competence Center für Künstliche Intelligenz der FI-Gruppe unterstützen die KIXpertS mit ihrer Expertise die Sparkassen-Finanzgruppe dabei, die Chancen der Künstliche Intelligenz frühzeitig zu nutzen. Die Initiative wurde 2019 von der Finanz Informatik ins Leben gerufen und bietet eine Plattform für den Wissensaustausch zum Thema. Übergreifende Ziele sind, es mit Hilfe von KI für den Kunden einfach zu machen sowie ungeliebte Prozesse innerhalb der S-Finanzgruppe besser zu unterstützen bzw. überflüssig zu machen.

Das KIXpertS-Team besteht aus Experten für Künstliche Intelligenz und Softwareentwicklung mit einem umfassenden bankfachlichen Know-how sowie ausgewiesenen Kenntnissen und Erfahrungen der OSPlus-Integration.

## DSGV – Referat Digitalisierung

Die Abteilung Digitalisierung und Payment konzipiert und unterstützt die Einführung digitaler Lösungen in der Sparkassen-Finanzgruppe. Neben konkreter Projektarbeit z.B. in der Digitalen Agenda 2.0 oder der Finanzplattform werden aktuelle technologische Entwicklungen, wie Künstliche Intelligenz oder auch programmierbares Geld für die Gruppe bewertet und deren Einsatzmöglichkeiten geprüft.

Die Abteilung gestaltet digitale Produkte und Services mit Experten aus der Sparkassen-Finanzgruppe oder in Kooperationen mit BigTechs und FinTechs.

# What's Next?

