

„Alle Banken haben diese Technologie“

Geldhäuser bleiben beim Einsatz von Chatbots & Co. unter ihren Möglichkeiten – Regulierung bremst Prozesse – Capco-Partner fordert mehr Mut bei Datennutzung

Während die Digitalisierung allmählich Einzug hält in die IT-Systeme deutscher Banken, wird auf der anderen Seite eifrig „hinterherreguliert“ – zu eifrig, meint Capco-Partner Oliver Geiseler. Dass und wie die engen Grenzen der Regulierung den Instituten spätestens im Wettbewerb mit Big Techs zum Nachteil gereichen, erörtert er im Gespräch.

Von Carina Iris Kautz, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 5.2.2020
Irgendwo zwischen Digitalisierung und #Neuland sind Deutschlands Banken eifrig damit beschäftigt herauszufinden, wie sie die ein oder andere hoch gepriesene Schlüsseltechnologie in ihre nicht unbedingt für Flexibilität bekannte IT-Infrastruktur integrieren können – künstliche Intelligenz, Banking via Chatbots, Plattform-Banking lauten einige der Stichworte. All das Neue, das da kommt, will – oder vielmehr muss – aber auch reguliert werden, will man verhindern, dass Missbrauch betrieben wird – Stichwort Verbraucherschutz.

Die Klagen der Banken über die hohen Kosten der Regulierung sind dabei weithin bekannt. Mit Blick auf den internationalen Wettbewerb beim Thema neue Technologien reicht die Problematik aber noch einmal tiefer, wenn Regulierung über das Ziel hinausschießt, wie Oliver Geiseler, Partner beim Beratungsunternehmen Capco, im Gespräch mit der Börsen-Zeitung erläutert. Die Institute sieht der Banking-Experte, der bei Capco zuständig ist für den Bereich Digital Financial Services, technologisch hingegen sogar recht gut gerüstet; es mangle oftmals aber am Mut bei der Umsetzung.

Technologisch ist mehr drin

Große Hoffnungen werden beim Thema Zukunftstechnologien unter anderem mit dem Einsatz von Chatbots verbunden. „Alle Banken haben

diese Technologie und sind in der Lage, diese Technologie zu nutzen“, betont Geiseler. Bei der praktischen Nutzung blieben die Institute allerdings oftmals unter ihren Möglichkeiten, denn eingesetzt würden die Bots bislang nur in der reinen Informationsbeschaffung. „Aber wenn wir mal über den Tellerrand hinausschauen in andere Länder: Da ist viel, viel mehr möglich.“

Ein Beispiel sei der gemeinsame Restaurantbesuch: Zu zahlen bzw. die Rechnung unter Freunden zu teilen sei im Ausland via Chat bereits machbar, hingegen in Deutschland nicht möglich – „schon alleine aus regulatorischen Gründen“. China und die USA, die üblichen Verdächtigen, seien hier Vorreiter: So sind in China sogenannte P2P-Zahlungen via Chat bereits seit ein paar Jahren über den Kommunikationsdienst Wechat möglich.

In den USA ermöglicht der Megakonzern Facebook seinen Usern, im Chat ein Dollarzeichen anzuklicken und so beim Senden der Nachricht dem Empfänger einen bestimmten Betrag zu schicken. Die Daten der jeweiligen Bankkarten sind dabei im Hintergrund hinterlegt. Facebooks Messenger-Tochter Whatsapp arbeitet derzeit daran, in Indien, ihrem größten Markt, nach erfolgreicher Testphase P2P-Zahlungen einzuführen. „Facebook Pay“, das im November vorgestellt wurde, soll zwar auch in Deutschland an den Markt gehen; wann, ist jedoch unklar.

„Neben dem zusätzlichen Mehrwert, den derartige Angebote für die Kunden geben, geht es dabei ja auch um Daten, mit denen man mehr Erkenntnisse gewinnt und wiederum gezielter Produkte anbieten kann“, erklärt Geiseler. „Und so entsteht ein Geschäftsmodell. Solche neuen, innovativen Services funktionieren bei uns hingegen aktuell nicht.“ Verantwortlich hierfür zu einem Großteil: die europäische Regulatorik. „Nehmen wir als Beispiel PSD2: Sie müssen eine Zwei-Faktor-Authentifizierung haben. Wie wollen Sie das

in einem Chat machen? Da können Sie ja maximal den Absprung in eine wie auch immer geartete Online-Banking-Funktionalität haben“, kritisiert Geiseler.

Ein weiteres Problem sei die der Regulatorik geschuldete mangelnde Nutzerfreundlichkeit: „Ob nun über Gesichtserkennung, wenn Sie ein Handy haben, oder Fingerabdruck oder mit zwei Apps o.ä. – es wird bei uns ja relativ schnell kompliziert.“ Wird etwa das Smartphone gewechselt, funktioniere auf einmal das Mobile Banking nicht mehr. Beim Online-Banking nerve es, dass jede einzelne Aktion noch getrennt im Handy freigegeben werden muss. Zwar sei nachvollziehbar, dass der Regulator einem hohen Sicherheitsbedürfnis nachkomme. „Ich befürchte aber, und das ist etwas, was ich gerade in der letzten Zeit beobachte, dass wir hier etwas über das Ziel hinausschießen“, so Geiseler. Statt permanent neue Regeln aufzustellen, solle vielmehr auf konsequente Anwendung bereits bestehender Regularien gedrungen werden.

„Aufwendig und teuer“

„Tatsache ist: Wir haben im grenzüberschreitenden, über den Sepa-Raum hinausgehenden Zahlungsverkehr verbraucherunfreundliche Konditionen“, sagt Geiseler. „Die Prozesse sind nicht optimal, sind aufwendig und es ist teuer.“ Mit zunehmender Privatnutzung von Whatsapp und Konsorten erwarteten die Verbraucher eben auch, dass sie die gleichen Services problemlos auch im Online-Banking und im Kundenkontakt wahrnehmen könnten. Und wenn sie diese nicht bei der lokalen Hausbank angeboten bekommen, braucht man sich Geiseler zufolge nicht zu wundern, wenn sie zu Fintechs oder Big Techs abwanderten. „Es geht ja auch um den Wettbewerb, den wir heute noch nicht kennen“, kommentiert der Berater: also, welche Möglichkeiten es für Banken gibt, in neue Geschäfte hineinzukommen, ohne

reguliert zu werden. Denn auch wenn die Institute aktuell massenweise Geld in die Umsetzung von Regulatorik steckten, griffen Kunden letztendlich dennoch auf Dienste bei Google, Amazon und Facebook zurück, weil es dort nun einmal einfacher sei. Banken wiederum hätten

ZUR PERSON

Transformator



Oliver Geiseler

kaz – Seit 2013 ist Oliver Geiseler (46) bei der Beratungsgesellschaft Capco tätig, seit 2018 als Partner. Dort verantwortet der Fußballfan, dessen Herz für Hertha BSC schlägt, den Bereich Digital Financial Services, wo er insbesondere die Weiterentwicklung von Banken-Geschäftsmodellen und -Prozessen sowie die Umsetzung komplexer Transformationsprojekte betreut. Zu seinen beruflichen Stationen zählen knappe 10 Jahre bei der Deutschen Bank sowie in der Folge fünf Jahre bei der Volkswagen Bank, bevor Geiseler 2008 mit seinem Einstieg bei Roland Berger in die Beraterbranche wechselte. Auf zwei Jahre bei KPMG folgte schließlich der Wechsel zu Capco an den Frankfurter Opernplatz.

(Börsen-Zeitung, 5.2.2020)

– vor dem Hintergrund des anhaltenden Niedrigzinsumfelds – durch die hohen Regulierungskosten nicht das Geld, um sich in puncto Nutzerfreundlichkeit nach den Big Techs zu richten. „Wir haben vielfach Investitionsnotwendigkeiten aufgrund von Regulation, was Möglichkeiten einschränkt, zukunftsfähige Technologien, Lösungen aufzubauen“, moniert Geiseler. Der Banking-Experte vermisst in der Regulatorik vor allem ein gewisses Augenmaß: „Für Kleinstbeträge sollte man regulatorisch nicht über das Ziel hinausschießen.“ Als positives Beispiel nennt er demgegenüber Apple Pay. „Da geht es ja auch: Sie müssen nur das Handy auf das Gerät legen und bei diesen Kleinbeträgen funktioniert das einfach so, wie auch bei Zahlungen mittels NFC-Chip (Near Field Communication).“ Generell seien Banken durchaus in der Lage, Sicherheit für ihre Kunden zu liefern.

Momentan sieht der Digitalisierungsexperte eher die Tendenz, dass die Regulatorik weiter verschärft wird anstatt gelockert. Die gute Nachricht sei jedoch: Auch innerhalb der regulatorischen Grenzen haben Banken aktuell noch Luft nach oben, was den Ausbau neuer Technologien wie des Bankings via Chatbot angeht. Diese Angebote müssten dann aber auch dem Kunden gegenüber kommuniziert werden – ein zweischneidiges Schwert, findet Geiseler, denn: „Will ich dem Kunden tatsächlich erklären, dass dahinter kein Mensch ist, sondern eine Maschine, die das beantwortet?“ Zudem ginge es momentan nur um Prozesse, bei denen der Kunde nicht identifiziert wird. „Das würden Sie zwar technologisch können, dürfen Sie aber nicht.“ Und das werde voraussichtlich noch eine Weile so bleiben. Sollte allerdings eines Tages etwa eine Zwei-Faktor-Authentifizierung innerhalb eines Chats möglich werden – und damit innerhalb der Regulation – „könnte das in der Tat ein Durchbruch sein. Da muss ich aber sagen, das erwarte ich weni-

ger von unseren Banken, das erwarte ich eher von einem Fintech oder einem der GAFAs (Google, Amazon, Facebook, Apple).“

Beim Blick auf die kommenden zehn Jahre prophezeit Geiseler den neuen Technologien bzw. Banking via Chatbots dennoch, „dass sich das global insgesamt durchsetzen wird“. Rund 10% bis 20% der Kundenkommunikation dürfte dann über einen Chatbot laufen – allerdings im Ausland. In der Bundesrepublik hingegen dürfe es auch längerfristig gedacht bei einem Anteil im niedrigen einstelligen Prozentbereich bleiben, meint er. „Die Grundlagen auf Kundenseite sind einfach nicht da.“ Die Deutschen seien „eben doch ein eher konservatives Volk“.

Unterschätzter Datenschutz

Die noch immer verbreitete Unsicherheit, was den Umgang von Instituten und Unternehmen mit Kundendaten betrifft, hält Geiseler für unverhältnismäßig. Gerade deutsche Banken hielten sich im Umgang mit Daten bislang eher zurück. „Der Datenschutz wird bis heute in den Banken unterschätzt bzw. zu wenig genutzt“, findet er. „Aus meiner Sicht können Banken dies viel mehr forcieren.“ So lasse etwa die DSGVO den Geldhäusern durchaus Spielraum, „noch viel mehr mit den Kundendaten machen zu können“ – was sie laut Geiseler auch sollten, um daraus Geschäft zu generieren. Das gelte auch für andere Branchen: „Daten werden bei uns viel zu wenig genutzt.“

Derweil kommt eine Capco-Umfrage unter 100 Banken vom Herbst 2019 zum Thema Digitalisierung im Kreditgeschäft zu dem Schluss, dass nur etwa jede zweite Bank mehrmals im Jahr digitale Produktentwicklungsprozesse neu anstößt. Beispielsweise nutze bislang erst ein Drittel der befragten Banken Robotic Progress Automation – und das, obwohl zwei Drittel ausgehend von der vorhandenen IT-Architektur bereits in der Lage dazu wären.