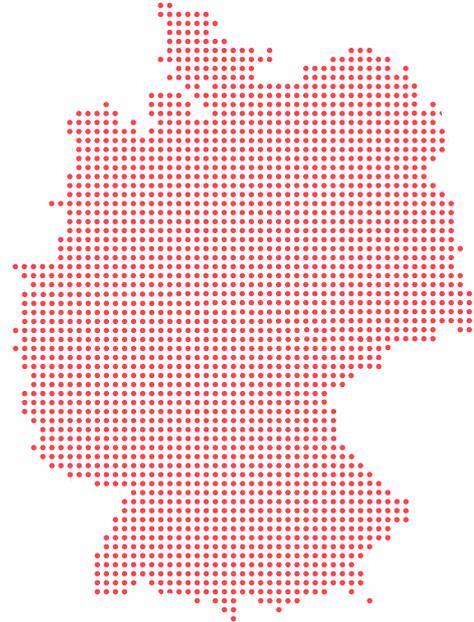


# Digitale Transformation: Wo stehen die deutschen Banken?



## Insights von 70 deutschen Bankmanagern

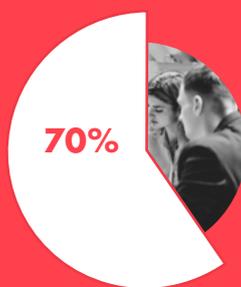
Um den Stand der digitalen Transformation im deutschen Bankensektor zu beleuchten, hat das Beratungshaus Publicis Sapient 70 Führungskräfte befragt. Die Studie untersucht den Reifegrad der digitalen Transformation in der Branche und zeigt die größten Herausforderungen und Prioritäten auf.

**Hier ist eine Momentaufnahme.**

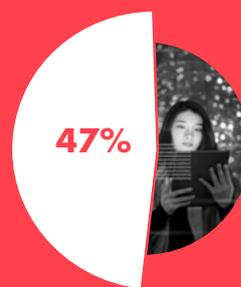
### DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK



Mehr als drei Viertel der Befragten räumen ein, dass die steigenden Kundenerwartungen die Schwächen des derzeitigen Kundenerlebnisses ihrer Organisation aufgedeckt haben.



Sieben von zehn Befragten sind der Ansicht, dass die veralteten Systeme und Infrastrukturen ihres Unternehmens sie daran hindern, die digitalen Erfahrungen zu bieten, die ihre Kunden erwarten.

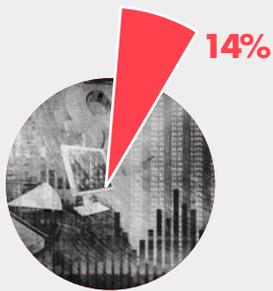


Fast die Hälfte der Befragten nennt KI und neue Technologien als oberste Priorität für ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren.

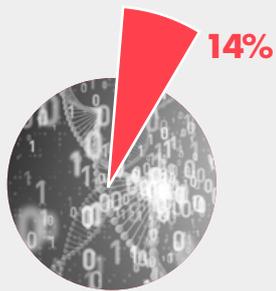


Knapp ein Drittel der deutschen Banken verfügt über ein agiles Betriebsmodell.

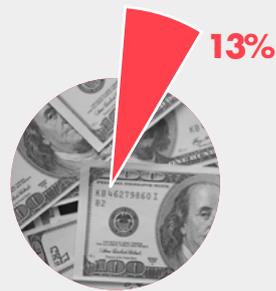
## Die wichtigsten Prioritäten deutscher Banken für die digitale Business Transformation sind:



Verbesserung der Cybersicherheit



Umsatzsteigerung mit bestehenden Produkten



Umsatzsteigerung durch neue Produkte und/oder Services



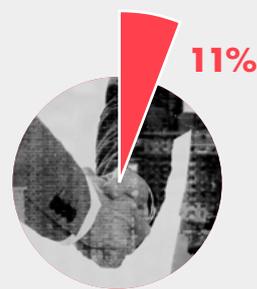
Steigerung der Agilität



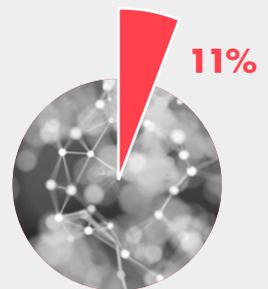
Verbesserung der Customer Experience



Kostensenkung durch Effizienzsteigerung



Gewinnung neuer Kunden



Umgang mit der Bedrohung durch neue Marktteilnehmer (z.B. Google, Apple, Amazon)

Die drei größten Hindernisse für die digitale Transformation sind:

### FEHLENDES BUDGET

37%

geben an, dass mangelndes Budget das größte Hindernis für ihre Bemühungen um digitale Transformation war.

### QUALIFIKATIONSLÜCKE

34%

geben an, dass die mangelnde Qualifikation der Arbeitskräfte oder die mangelnde Bereitschaft, Veränderungen zu akzeptieren, ihre Fähigkeit zur digitalen Transformation behindern.

### MANGELNDER ZUGANG ZU DATEN

34%

geben an, dass der Zugang zu Daten ihr größtes Transformationshindernis ist.

## Die Personalisierung der Customer Journeys hat für deutsche Banken Priorität.

Banken setzen auf die Nutzung von Daten, um neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die eine personalisierte Omnichannel-Erfahrung bieten.



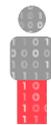
**50%**

stellen gemeinnütziges Engagement in den Mittelpunkt ihrer CX-Transformation (z. B. Bildungsmaterialien und Spiele zur Verbesserung der Finanzkompetenz von Kindern, Fernzugriff für Kunden ohne digitale Kenntnisse).



**44%**

führen Kundendaten systemübergreifend zusammen, um ihre Kundenbeziehungen besser zu verstehen.



**37%**

geben an, dass die Schaffung personalisierter Customer Journeys (z.B. maßgeschneidertes Marketing, personalisierte Spartipps auf Basis des individuellen Ausgabeverhaltens) ihr Hauptziel ist.

## Deutsche Banken wollen agiler werden.

Banken transformieren sich, um im kundenorientierten digitalen Zeitalter bestehen zu können. Der Zugang zu Daten, den richtigen Technologien und Plattformen bleibt jedoch eine Herausforderung.



### AGILE FÄHIGKEITEN

**43%** ●●●●●●●●

geben an, dass ihre oberste Priorität für die betriebliche Transformation darin besteht, ihr Unternehmen agiler zu machen (z. B. durch funktionsübergreifende Zusammenarbeit, dezentrale Strukturen).



### MODERNE CLOUD

**34%** ●●●●●●●●

nennen moderne Cloud-basierte Kernbankensysteme als eine der wichtigsten Prioritäten für die betriebliche Transformation.



### INTELLIGENTE TECHNOLOGIEN

**30%** ●●●●●●●●

priorisieren andere intelligente Technologien (z. B. andere KI/ML/RPA).

## Wie schätzen sich die deutschen Banken selbst ein?



**76%**

glauben, dass sie ihren Mitbewerbern voraus sind, wenn es um die Fähigkeit geht, Kundenerlebnisse zu transformieren.



**98%**

sehen sich in wichtigen Entwicklungsbereichen wie Produkt- und Service-Innovation an der Spitze.

Jetzt kommt die künstliche Intelligenz ins Spiel.

Banken in Deutschland sehen das Potenzial von KI-Technologien, um die digitale Transformation voranzutreiben.

### GESCHWINDIGKEIT

76% 

glauben, dass das größte Potenzial von KI darin liegt, Prozesse effizienter, profitabler und schneller zu machen, anstatt sie besser oder genauer zu machen..

### INVESTITIONEN

24% 

der Ausgaben der Banken für die digitale Transformation des Kundenerlebnisses fließen vorrangig in maschinelles Lernen, KI und GenAI.

### FÄHIGKEITEN

80% 

sagen, dass sie in den nächsten drei Jahren nicht-kundenseitige generative KI priorisieren werden, um ihre Fähigkeiten zu verbessern.

Der interne Einsatz der generativen KI steht im Mittelpunkt - vorerst.

**Die Hälfte (50%) der Banken verfolgt transaktionale Anwendungsfälle für generative KI wie Kreditanalysen, Portfoliomanagement, Risikobewertung, rechtliche Verträge, Angebote, Ausschreibungen, Pitch-Dokumente und vieles mehr.**



#### PROF. DR. ALEXANDER SCHROFF

Financial Services Lead, DACH

[alexander.schroff@publicissapient.com](mailto:alexander.schroff@publicissapient.com)

**Fanden Sie diese Daten nützlich? Dann holen Sie sich die globale Perspektive.**

Die Global Banking Benchmark Study 2024 von Publicis Sapient bietet tiefe Einblicke in die digitale Transformation des Bankensektors. Befragt wurden mehr als 1.000 Führungskräfte weltweit.

[Studie herunterladen](#)

publicis  
sapient