

## Schweizer Banken und Versicherungen setzen vermehrt auf KI

**Schweizer Finanzunternehmen setzen vermehrt auf Chatbots in verschiedenen Bereichen – darunter auch im Kundenkontakt. Auch generative KI ist auf dem Vormarsch, trotz Bedenken hinsichtlich Datenschutz. Dies zeigt eine Studie der Hochschule Luzern in Zusammenarbeit mit Adnovum und Spitch.**

Spätestens seit Anfang dieses Jahres konnten sich Begriffe wie KI oder ChatGPT auch im Sprachgebrauch der breiten Öffentlichkeit verankern. Für Schweizer Finanzunternehmen sind diese Begriffe aber nicht neu. Sie verfolgen die Entwicklungen dieser Technologien schon länger und diskutieren über deren Einsatz. Bei einer Umsetzung hingegen zögern viele noch. Die Hochschule Luzern (HSLU) hat gemeinsam mit Adnovum und Spitch in einer Studie untersucht, wie Schweizer Finanzunternehmen Chatbots, Voicebots und sogenannte «generative KI», welche selbst Inhalte kreiert, nutzen. Die Studie zeigt darüber hinaus, wo die grössten Hindernisse und Herausforderungen liegen.

### Chatbots heute schon im Einsatz

Anwendung fand bisher vor allem «Conversational AI» - ein auf künstlicher Intelligenz basierendes Dialogsystem – in Form von Chat- oder Voicebots. Die Hälfte der befragten Unternehmen nutzen diese Technologie bereits, 46 Prozent davon im Kundendienst, gefolgt von Marketing (14 Prozent) und als interner IT-Helpdesk (11 Prozent). Voicebots finden dabei nur vereinzelt Anwendung, während Chatbots aufgrund der Sprachenvielfalt hierzulande dominieren. Sie dienen also vor allem der Produktberatung oder der Beantwortung häufiger Anliegen. «Finanzunternehmen verfolgen mit solchen Technologien grundsätzlich drei Ziele: bessere Kundenzufriedenheit, Kostensenkung und Effizienzsteigerung», sagt Studienautorin Sophie Hundertmark.

Meist seien die eingesetzten Bots aber noch ohne *generative* KI im Einsatz, also nur mit vorprogrammierten Antworten auf bestimmte Fragen. Die KI identifiziert die Frage und weist ihr eine entsprechende, vorformulierte Antwort zu. Die meisten Bots sind zudem noch nicht in der Lage, die Unterhaltung automatisch an einen menschlichen Mitarbeiter weiterzuleiten, wenn eine Frage nicht beantwortet werden kann. Kundinnen und Kunden sind dann gezwungen, den Kontakt eigenständig über einen anderen Kanal zu suchen.

### Beantwortet KI künftig meine E-Mail-Anfrage?

Mehr mediale Aufmerksamkeit erhält seit diesem Jahr generative KI wie ChatGPT. Auch in vielen Büros findet die Technologie auf individueller Basis schon oft Anwendung. Kommerzielle Lösungen, die über das manuelle Prompten und Generieren von Inhalten hinausgehen, gibt es aber bisher nur wenige. «Die Technologie ist noch jung», so Hundertmark. Trotzdem haben Finanzunternehmen klare Vorstellungen für die Zukunft: Fast alle Unternehmen sehen die automatische Beantwortung von E-Mail-Anfragen von Kundinnen und Kunden (81 Prozent) oder den Einsatz in Chatbots (71 Prozent) als möglichen Anwendungsbereich von generativer KI (Abbildung 1). Auch Blogbeiträge oder Social-Media-Posts könnten zukünftig von generativer KI verfasst werden. Die Finanzunternehmen erhoffen sich wie auch bei den Chat- und Voicebots dadurch primär Produktivitätssteigerungen und Kosteneinsparungen. Gemäss Hundertmark dürften diese Ziele durch den Einsatz generativer KI deutlich einfacher zu erreichen sein.

## **Sorgen macht der Datenschutz**

Ethische Bedenken spielen für die Finanzunternehmen eine untergeordnete Rolle. Vielmehr sind es Datenschutzbedenken, die eine bremsende Wirkung haben. Für 72 Prozent der befragten Unternehmen ist dies der grösste Hinderungsgrund, generative KI einzusetzen. Bei Banken sei dies im Vergleich zu Versicherungen noch stärker ausgeprägt. Es überrascht deshalb auch nicht, dass Banken beim Einsatz von generativer KI zurückhaltender sind als Versicherungen. Ein Grund dafür sind gemäss Co-Studienautor Florian Schreiber die unterschiedlichen Anliegen der Kundschaft: «Während man bei einer Versicherung eher einen Schaden meldet, erkundigt man sich bei der Bank auch nach dem Kontostand. Letzteres ist datenschutztechnisch heikler.» Erst im April hat mit Helvetia das erste Mal ein grosser Versicherer in der Schweiz den Einsatz von [ChatGPT im Kundendienst](#) verkündet. Das Projekt wird von der HSLU wissenschaftlich begleitet.

Co-Studienautor Prof. Dr. Nils Hafner ist sich sicher, dass Helvetia nicht das einzige Schweizer Finanzunternehmen bleiben wird, welches auf generative KI setzt. «Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, werden Banken und Versicherungen zukünftig im Kundenservice, im Marketing oder Verkauf auf generative KI zurückgreifen, um Kosten zu sparen und Mitarbeitende zu entlasten», so Hafner.

### **Studie: «Conversational und Generative AI in Finance»**

Für die «Conversational und Generative AI in Finance» Studie hat das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern 47 Mitarbeitende aus leitenden Positionen in Schweizer Finanzunternehmen zu aktuellen und zukünftigen Anwendungsfällen befragt. Zudem wurde gefragt, was Hinderungsgründe für den Einsatz von Chat- und Voicebots und generativer KI bzw. ChatGPT sind.

Die Studienergebnisse gibt es [hier](#).

### **Anlagen:**

- Abbildung 1: Einsatzmöglichkeiten von generativer KI in Schweizer Finanzunternehmen

### **Kontakt für Medienschaffende:**

Hochschule Luzern

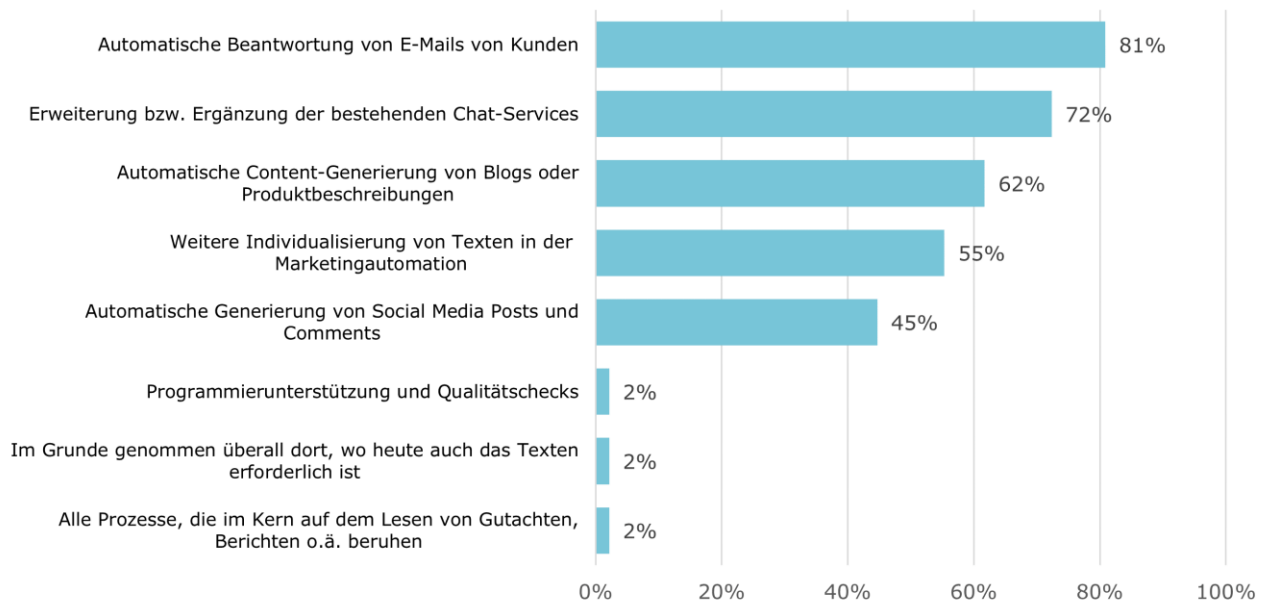
Sophie Hundertmark, Studienleiterin

T +41 41 757 67 93, E-Mail: [sophie.hundertmark@hslu.ch](mailto:sophie.hundertmark@hslu.ch)

### **Hochschule Luzern – die Fachhochschule der Zentralschweiz**

Die Hochschule Luzern ist die Fachhochschule der sechs Zentralschweizer Kantone und vereinigt die Departemente Technik & Architektur, Wirtschaft, Informatik, Soziale Arbeit, Design & Kunst sowie Musik. Mit rund 8'300 Studierenden und rund 5'000 Weiterbildungsteilnehmenden, jährlich fast 350 neuen Forschungsprojekten und 2'070 Mitarbeitenden ist sie die grösste Bildungsinstitution im Herzen der Schweiz. [hslu.ch](https://www.hslu.ch)

**Abbildung 1: Einsatzmöglichkeiten von generativer KI in Schweizer Finanzunternehmen**



Die befragten Unternehmen sehen verschiedene Einsatzmöglichkeiten für generative KI in ihren Unternehmen. Die Beantwortung von E-Mails (81 Prozent) und den Einsatz als Chatbot (72 Prozent) sind die am häufigsten genannten Fälle. Beide betreffen den Einsatz im Kundendienst. Weiteres Potential sehen die Unternehmen im Bereich Marketing, sei es bei der Content-Generierung oder Marketingautomation.