

## Aktueller Kommentar

### Das digitale Credo traditioneller Banken: Datenschutz & Datensicherheit (Fintech #4)

19. Oktober 2015

**Entgegen kritischen Stimmen sind traditionelle Banken gut beraten, jetzt digitale und algorithmenbasierte Datenanalyse-Instrumente einzusetzen. Nur so können sie ihren Kunden künftig personalisierte Finanzdienste und Empfehlungen anbieten und ihre internen Prozesse permanent optimieren. Sollten sie dagegen zögern, werden die neu in den Markt eintretenden technologiegetriebenen Nicht-Banken ihren Informationsvorsprung weiter ausbauen und mittelfristig auch außerhalb des Retailbankings mehr leicht zu standardisierende sowie automatisierende Finanzdienste anbieten. Letzteres würde den Verdrängungswettbewerb in der Finanzbranche weiter verstärken und könnte traditionelle Banken bei einigen ihrer Finanzdienste zu einem reinen Infrastrukturprovider mit sinkendem Kundenkontakt reduzieren. Die Einführung von sogenannten Empfehlungsalgorithmen sollte einhergehen mit der zwingend erforderlichen Einwilligung des Kunden und einer transparenten Kommunikation zur Funktionsweise.**

Seitdem viele digitale Transaktionen sowie der Datenzugriff vom stationären PC in den Haushalten und Unternehmen mehr und mehr in die Cloud gewandert sind und der Zugriff verstärkt über leistungsstarke mobile Endgeräte erfolgt, bekommt die IT-Sicherheit in allen Lebensbereichen eine dominantere Bedeutung. Zweifelsohne sorgte die Diskussion von IT-Sicherheitslücken durch die Veröffentlichung der Snowden-Dokumente im Juni 2013 als zusätzlicher Treiber für die stärker werdende Verunsicherung und das Gefühl, „nicht mehr alleine zu sein“ im Netz. Dies ist ein wichtiges Signal für traditionelle Banken, denn gerade bei sensiblen Finanzdaten reagieren Kunden zu Recht besorgt auf die Ausspähpraktiken und die Datenmissbrauchsfälle einiger technologiegetriebener Akteure. Hier halten traditionelle Banken jetzt (noch) eine wertvolle Trumpfkarte in Händen, die sie bei Diskussionen um strategische Allianzen mit an den Verhandlungstisch nehmen sollten.

Es geht darum, den Umgang mit (Kunden-)Daten innerhalb geltender Datenschutzregelungen neu zu begreifen, um algorithmenbasierte Analysemethoden einzusetzen, die zusätzliche, wertvolle Informationen aus vorhandenen, aber auch aus neu hinzukommenden Daten filtern. Tatsächlich kommt der Aspekt, dass Banken im Besitz immens vieler wertvoller Datenbestände sind, die Potenzial für neue Kundenansprachen bergen, bei der Digitalisierungsdiskussion im Finanzsektor oft zu kurz. Banken kennen die Verhaltensmuster (Zahlungsverhalten, Konsumverhalten, Spar- und Investitionsneigung, Risikoaversion, Reisevorlieben, etc.) ihrer Kunden. Daher bietet es sich an, dass etablierte Banken dieselben Datenauswertungs-Strategien anwenden, wie die großen Internetplattformen, um ihren Kunden ebenfalls bequem und aus einer Hand möglichst viele wertvolle Zusatzdienste rund um ihre Finanzen anzubieten. Denn nur mit intelligenten Datenanalysen wird es dauerhaft möglich sein, a) den Kundennutzen zu maximieren und b) interne Infrastrukturen effizienter und schlanker zu gestalten.

#### **Konsumenten haben ein Recht auf Datenhoheit**

Neben den für die Banken zu stummenden, nicht zu unterschätzenden technischen Herausforderungen, wie z.B. der Umwandlung unstrukturierter Daten in maschinenlesbare Daten, hat der Kunde auch ein Recht auf seine Datenhoheit. Traditionelle Banken sollten jetzt moderne Analysetechniken einsetzen, aber mit der zwingend erforderlichen Einwilligung des Kunden und einer zusätzlichen transparenten Kommunikation. Diese Maßnahmen stärken das Vertrauen der Kunden und minimieren Datenschutzverletzungen. Die Transparenz sollte sämtliche Analyseschritte umfassen, d.h. von der Erhebung der Daten über deren Verschmelzung mit weiteren Datensätzen bis hin zu der eigentlichen Analyse und anschließenden Ergebnisverwendung(en). Dabei muss die Kommunikation einfach und verständlich sein, damit der Kunde die einzelnen Schritte nachvollziehen und frei wählen kann.

Seitenlange „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ (AGBs) in komplizierter Juristensprache und kleiner Schriftgröße sind ein schlechtes Vorbild. Der Kunde hat das Recht, zu erfahren, was mit seinen gesammelten

Daten passiert und er hat ein Recht, über seine Datenhoheit jederzeit selbst zu bestimmen. Banken sollten den Kunden daher vorbildhaft auf einer einfachen (digitalen) kurzen Anwendungsliste frei wählen lassen, was mit seinen personenbezogenen Daten passiert und welche Algorithmen zum Einsatz kommen. Eine vom Kunden gewünschte Änderung seiner Einwilligung muss jederzeit gewährleistet werden. Für die Aufklärung und Sensibilisierung eignet sich auch ein persönliches Kundengespräch. Derart vertrauensbildende Maßnahmen zur Transparenz bei AGBs oder Vertragsunterzeichnungen sollten im Übrigen auch außerhalb des Bankensektors gelten.

Natürlich sind Banken durch einen strengen regulativen Rahmen gezwungen, bestimmte Datenschutzaspekte ex ante einzuhalten, aber darüber hinaus könnten sie hier eine Vorreiterrolle einnehmen. Durch zusätzliche selbstauferlegte, also freiwillige Maßnahmen, wie z.B. die Kommunikation hinsichtlich der Funktionsweise der dahinterliegenden Algorithmen, könnten die Banken im Gegensatz zu vielen Internetplattformen ihre Analysepraktiken noch transparenter gestalten. Durch diese vertrauensschaffenden Maßnahmen erhält der Kunde die Möglichkeit, informiert und selbstbestimmt über die Weitergabe seiner (personenbezogenen) Daten zu verfügen bzw. einer Analyse zuzustimmen, die seine Entscheidungen bei der Wahl von Finanzdiensten erleichtert. Dadurch wird auch dem „Black Box“-Charakter von Big Data entgegengewirkt.

### **Ein „level playing field“ für alle Beteiligten ist zwingend erforderlich**

An dieser Stelle darf nicht vergessen werden, dass es etablierten Banken aus regulatorischen Gründen nicht erlaubt ist, persönliche Kundendaten des einen Geschäftsbereichs mit Daten aus anderen Geschäftsbereichen zu korrelieren, um aus den gewonnenen Datensätzen neue Erkenntnisse zu gewinnen. Banken haben Compliance-Richtlinien einzuhalten, die dafür Sorge tragen, dass es zwischen einzelnen Geschäftsbereichen, die von unterschiedlichen Aufgabenbereichen geleitet werden, nicht zu einem Informationsaustausch und somit zu einem Interessenskonflikt kommen kann. Diese strengen regulatorischen Vorschriften gelten natürlich auch für die dahinterliegenden IT-Systeme und (Kunden-)Datensätze. Für die neuen Wettbewerber insbesondere aus dem Nicht-Bankensektor spielt dieser Aspekt hingegen eine untergeordnete Rolle. Das bedeutet, dass es hier derzeit noch Informationsvorsprünge seitens digitaler Ökosysteme gibt. Traditionelle Banken hinken folglich regulierungsinduziert im Aufholprozess permanent einen Schritt hinterher.

### **Das Credo traditioneller Banken im digitalen Zeitalter**

Am Ende wird also auch eine Regulierung notwendig, die einen fairen und ausbalancierten Regelrahmen erlaubt. Nur so kann gewährleistet werden, dass einzelne Marktakteure nicht zum Nachteil traditioneller Banken begünstigt werden. Grünes Licht also für die traditionellen Banken beim Einsatz moderner Analysetechniken, sofern sie ihren Kunden dauerhaft garantieren, dass sie personenbezogene Daten weder an Dritte monetarisieren noch für andere unternehmensfremde Projekte zweckentfremden. So muss das neue, zu vermarktende Credo traditioneller Banken im digitalen Zeitalter lauten. Dann kommen die modernen Analysemethoden, wie sie in der Big-Data-Diskussion vielerorts beschrieben werden, auch bei traditionellen Banken zu ihrer viel gepriesenen Entfaltung.

Hier finden Sie weitere Kommentare aus der Fintech-Reihe:

Fintech #5  
Fintech #3  
Fintech #2  
Fintech #1

Zu den Chancen und Risiken von „Big Data“ geht's hier.  
Lesen Sie hier, was hinter der Fintech-Bewegung steckt.  
Fintech reloaded beschreibt eine Strategie, wie sich traditionelle Banken zu einer digitalen Plattform wandeln sollten



Autor: Thomas-Frank Dapp (+49) 69 910-31752

mehr zum Research-Bereich **Technologie, Innovation, Bildung**  
Aktuelle Kommentare - Archiv

© Copyright 2016. Deutsche Bank AG, Deutsche Bank Research, 60262 Frankfurt am Main, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die vorstehenden Angaben stellen keine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung dar. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers wieder, die nicht notwendigerweise der Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen entspricht. Alle Meinungen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die Meinungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen von der Deutsche Bank veröffentlichten Dokumenten, einschließlich Research-Veröffentlichungen, vertreten werden. Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

In Deutschland wird dieser Bericht von Deutsche Bank AG Frankfurt genehmigt und/oder verbreitet, die über eine Erlaubnis zur Erbringung von Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen verfügt und unter der Aufsicht der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) steht. Im Vereinigten Königreich wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Filiale London, Mitglied der London Stock Exchange, genehmigt und/oder verbreitet, die von der UK Prudential Regulation Authority (PRA) zugelassen wurde und der eingeschränkten Aufsicht der Financial Conduct Authority (FCA) (unter der Nummer 150018) sowie der PRA unterliegt. In Hongkong wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Hong Kong Branch, in Korea durch Deutsche Securities Korea Co. und in Singapur durch Deutsche Bank AG, Singapore Branch, verbreitet. In Japan wird dieser Bericht durch Deutsche Securities Inc. genehmigt und/oder verbreitet. In Australien sollten Privatkunden eine Kopie der betreffenden Produktinformation (Product Disclosure Statement oder PDS) zu jeglichem in diesem Bericht erwähnten Finanzinstrument beziehen und dieses PDS berücksichtigen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.