

LANA

EINE DIGITALE ASSISTENZ IM BANKING

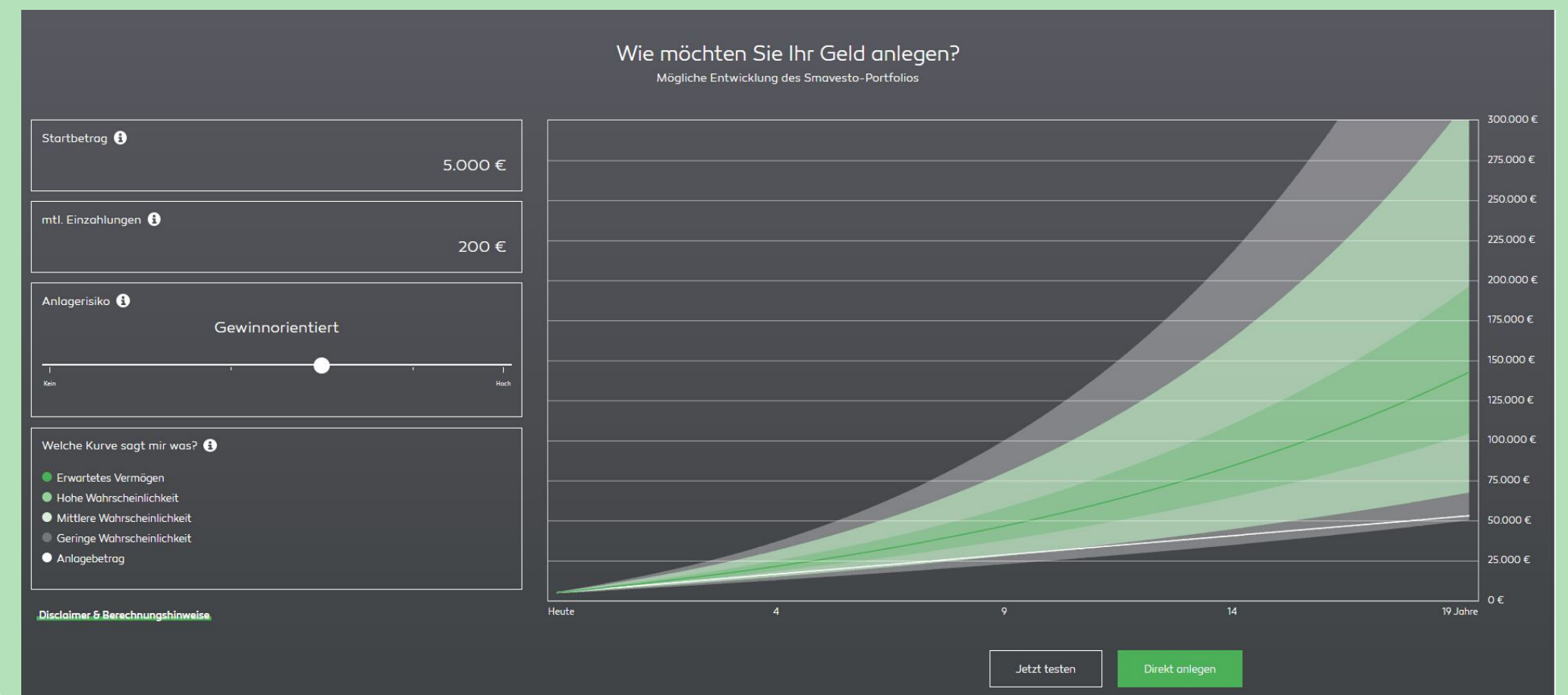
PROBLEM

Die digitale Transformation schreitet mit rasantem Tempo voran und stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. Besonders die konservative Finanzbranche ist aktuell vom digitalen Umbruch betroffen. Der Wettbewerb in der Branche ist durch Finanztechnologie-Start-Ups hart umkämpft (Gruber et al. 2017). Vor dem Hintergrund der Digitalisierung ändern sich die Erwartungen der Bankkunden dramatisch. So sehen knapp 40 Prozent der jungen Kunden ihre Bank nicht auf dem aktuellen technologischen Stand (Fuchs et al. 2018). Banken müssen sich technologisch weiterentwickeln, um den steigenden Kundenerwartungen gerecht zu werden (CREALOGIX, 2018). Gleichzeitig konnten in den vergangenen Jahren enorme Fortschritte in den Forschungsfeldern der KI und der Chatbots verzeichnet werden (Coval, 2018).

Exakt an diesem Punkt will die Sparkasse Bremen ansetzen. Den Ausgangspunkt für dieses Projekt bildet die Komplexität des neuen KI-basierten Anlagetools der Sparkasse namens "Smavesto". Da zahlreiche Kunden mit dem Finanzmarkt, KI sowie Smavesto nicht vertraut sind, werden häufig ähnliche Verständnisfragen von ihnen gestellt. Eine Herausforderung besteht darin die umfangreichen Informationen in kurzen und verständlichen Sätzen zu präsentieren. Es stellt sich die Frage, inwiefern KI in Form eines Chatbots das Verständnis und die Interaktion mit Smavesto verbessern kann.

SMAVESTO

Smavesto ist ein Finanzmarkttool, das unter Einsatz einer künstlichen Intelligenz ein Wertpapierdepot managt. Smavesto ist ein digitaler Vermögensmanager, der selbstständig individuelle Wertpapierdepots bildet, überwacht und managt. Es bietet die Möglichkeit in Zeiten der Niedrigzinsen einfach und bequem Renditen zu erwirtschaften. Privatpersonen können ab 50 Euro pro Monat einen Sparplan eröffnen und ihr Geld an den Finanzmärkten anlegen. Smavesto ist ein Tochterunternehmen der Sparkasse Bremen. In diesem Tool kommen jahrzehntelange Erfahrung und gebündeltes Expertenwissen für eine neue Form der digitalen Geldanlage zusammen (Smavesto, 2020).



ZIEL

LANA hat das Ziel gesprächsorientierte KI anzuwenden, um das Nutzererlebnis der Smavesto-Kunden zu verbessern. Der Informationsfluss zwischen potentiellen Nutzern und dem Anlagetool bietet aktuell Optimierungspotenzial. Daher soll der Chatbot über Smavesto informieren und somit eventuelle Berührungsängste der Kunden nehmen.

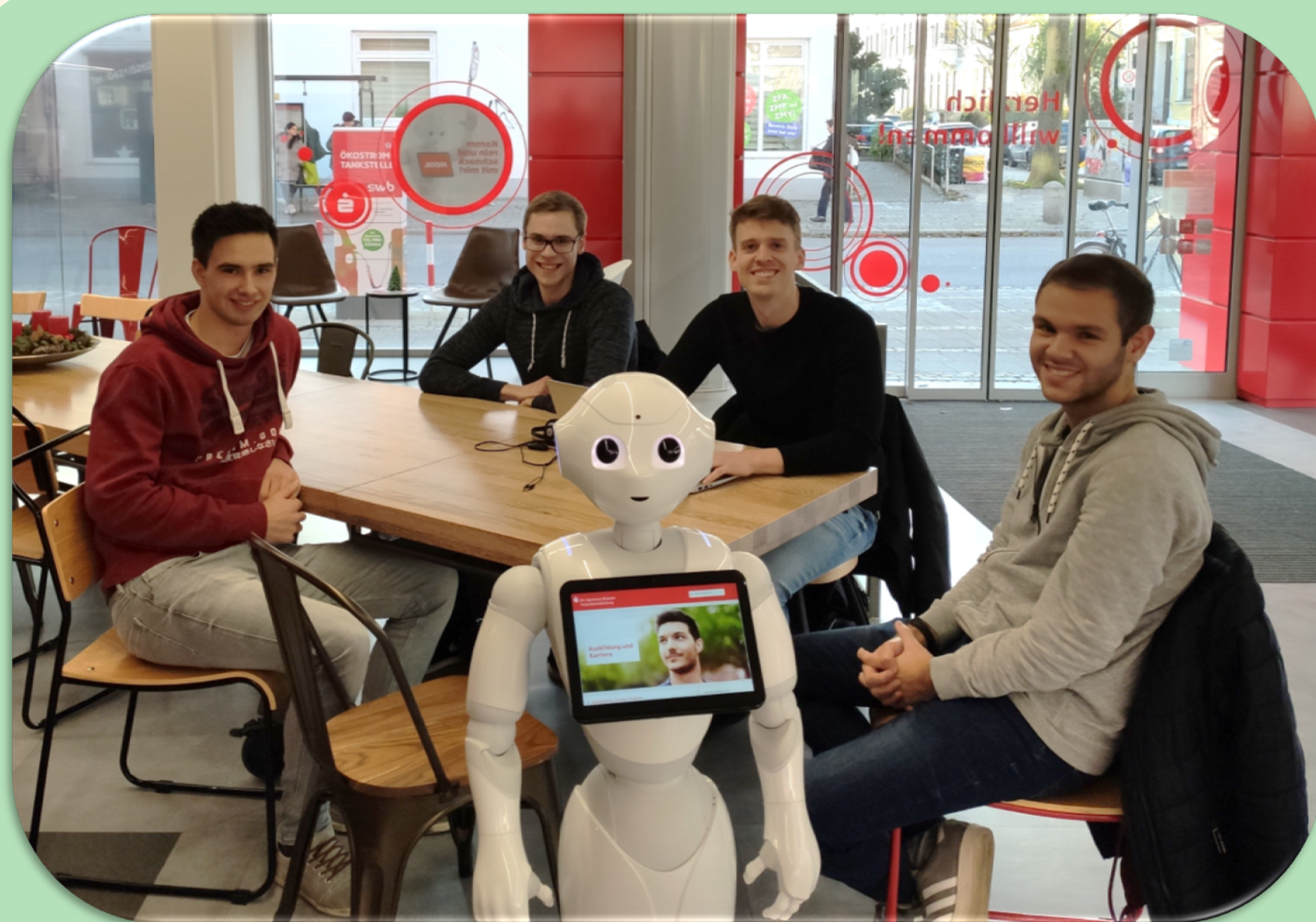
LANA soll zusätzlich Mitarbeiter der Sparkasse entlasten und häufig gestellte Fragen zu Smavesto rund um die Uhr automatisiert beantworten, um so Arbeitsabläufe zu optimieren.

BESCHREIBUNG LANA

LANA ist eine auf künstlicher Intelligenz basierende digitale Persönlichkeit (Chatbot). Chatbots sind Computerprogramme, die mit Kunden interagieren, indem sie Konversationen simulieren (Richter et al. 2019). Das Modelling von LANA basiert auf der Software btNexus. Der Projektname LANA ist in Anlehnung an die große Schwester LUNA PEPPER entstanden.

LANA bietet viele Vorteile

- Lana kann auf Basis von Text über das Anlagetool Smavesto informieren, mit dem Nutzer interagieren und ihn bei der Bedienung unterstützen.
- LANA gewährleistet eine extrem hohe Reaktionsgeschwindigkeit und ist rund um die Uhr für Kundenfragen verfügbar.
- LANA ist in der Lage individuelle Kundenanfragen zu beantworten.
- LANA ist humorvoll, Werder-Bremen Fan und sympathisch.
- LANA verringert Informationsasymmetrien zwischen Sparkasse (Smavesto) und Bankkunden.
- LANA ermöglicht eine komfortable, benutzerfreundliche und intuitive Bedienung. Kunden kommunizieren mit ihrem Finanzdienstleister wie mit Freunden oder Familie via Chat.
- LANA automatisiert den Erklärungsprozess von Standardfragen gegenüber den Kunden, sodass Mitarbeiter*innen sich anspruchsvolleren Aufgaben widmen können.
- LANA befriedigt den Wunsch der jungen Zielgruppe und hebt Banking auf ein neues technologisch neues Niveau.



Markus Wagner, Dustin Wiese, Luna Pepper, Thies Schomaker, Gabriel Gringaus
Kontakt: thies.schomaker@gmx.de

(1) Gruber, J. Bouché, G. (2017). Umdenken im Vertrieb - Die Digitalisierung des Privatkundengeschäftes. In Seidel, M. (Hrsg.), Banking & Innovation 2017 - Ideen und Erfolgskonzepte von Experten für die Praxis (S. 31-45) Wiesbaden: Springer. (2) Fuchs, A. Schacker, M. (2018). Chatbots im Kundenservice: Ein Verfahren zur Kosten-Nutzen-Analyse. Journal of Wirtschaftsinformatik & Management, Vol. 10 (6), 8-17. (3) CREALOGIX (2018). Der Markt ist reif für Open Banking - Bankkundenbefragung 2018. https://cdn2.hubspot.net/hubfs/3216137/CREALOGIX_Bankkundenbefragung2018_Der_Markt_ist_reif_Open_Banking.pdf. Zugriffen 25.01.2020. (4) Coval, T. (2018). Artificial Intelligence, Bias & Your Business: Think you have no place for the "mixed (virtual, augmented and gamification)" realities within your business offerings? Think again. Journal of Property Management, Vol. 83 (2), S. 6-9. (5) Richter, A. Gacic, T. Kölmel, B. Waidelich, L. (2019). Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019. Wiesbaden: Springer. (6) Smavesto (2020). <https://www.smavesto.de/> Abgerufen am 26.01.2020.