

## **40 Prozent holen sich Finanzinformationen über KI**

### **Kommunikationswege. Künstliche Intelligenz als Chance für Banken zur Kundenbindung.**

23.03.2026 | Kurier

Von Robert Kleedorfer

Bereits 90 Prozent der Österreicher sind Kunden bei mindestens zwei Banken. „Die Konsumenten verteilen ihre Geschäfte über mehrere Institute. Die Loyalität gegenüber den Banken sinkt weiter“, prophezeit Ulrich Hoyer, Partner bei zeb, eine auf den Finanzdienstleistungssektor spezialisierten Beratungsagentur. Eine Möglichkeit, die Kundenbindung zu halten bzw. verbessern, sei der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI).

„Das Thema KI wird bleiben und es ist aufgrund der großen Dynamik alles andere als trivial“, so Hoyer. Banken müssten sich vermehrt intern und extern mit dem Thema auseinandersetzen. „Es geht weg von der klassischen Kundeninteraktion hin zu völlig neuer Kommunikationslogik“, sagt zeb-Senior Manager Christoph Fischer. In drei bis fünf Jahren würden Kunden ihre Aufgaben vermehrt an KI-Agenten auslagern. Diese würden in der Endstufe selbstständig im Auftrag des Kunden mit der KI der Bank kommunizieren und sogar völlig autonom agieren können. „Der Kunde wird zum Passagier“, sagt Fischer.

Auf Kundenseite sei die Nutzung von KI bereits im Alltag angekommen. 40 Prozent würden sich mittels KI Informationen zum Thema Finanzen beschaffen. „Es wird nicht mehr gegoogelt.“ Auch Social Media sei in diesem Zusammenhang „superwichtig“ geworden, aber werde von Banken noch zu wenig bespielt.

Gen Z

52 Prozent der Gen Z (geboren 1995–2010) und 45 Prozent der Gen Y (1980–1999) würden eher direkt über Social Media einen Account bei einem Finanzdienstleister anlegen. Zudem würden knapp die Hälfte (eher) direkt über Social Media einen Vertrag für ein Finanzprodukt abschließen.

Bankenseitig liege der klare Vorteil darin, dass KI-gestützte Services mit jedem Beratungsschritt und jeder Datenauswertung selbstständig weiterlernen würden und Ergebnisse sofort messbar seien. Hoyer sieht hohes Potenzial bei Konsumkrediten: Diese würden künftig fast ausschließlich durch KI bewertet. Dass KI zu einem großen Personalabbau führen werde, sieht er aber nicht. Sie werde künftig vor allem dort eingesetzt, wo es schon jetzt Personalangel gebe. „Ein Drittel der Bankmitarbeiter wird in den nächsten Jahren in Pension gehen. KI wird zum Teil die Lösung sein, um den Know-how-Verlust aufzufangen“, so Hoyer.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen der zeb-Fachleute: „Es führt kein Weg an KI vorbei, jede Organisation, jede Bank muss und wird sich damit beschäftigen. KI kommt aber nicht als Big Bang. Sie integriert sich Prozess für Prozess.“



Ulrich Hoyer, Partner bei der Beratungsagentur zeb

@Kurier

Kurier, Österreich vom 23.03.2026, Seite 17

## 40 Prozent holen sich Finanzinformationen über KI

Kommunikationswege. Künstliche Intelligenz als Chance für Banken zur Kundenbindung.

**Von Robert Kleesdorfer**

Bereits 90 Prozent der Österreicher sind Kunden bei mindestens zwei Banken. „Die Konsumenten verteilen ihre Geschäfte über mehrere Institute. Die Loyalität gegenüber den Banken sinkt weiter“, prophezeit Ulrich Hoyer, Partner bei zeb, eine auf den Finanzdienstleistungssektor spezialisierten Beratungsagentur. Eine Möglichkeit, die Kundenbindung zu halten bzw. verbessern, sei der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI). „Das Thema KI wird bleiben und es ist aufgrund der großen Dynamik alles anders als trivial“, so Hoyer. Banken müssten sich vermehrt intern und extern mit dem Thema auseinandersetzen. „Es geht weg von der klassischen Kundeninteraktion hin zu völlig neuer Kommunikationslogik“, sagt zeb-Senior Manager Christoph Fischer. In drei bis fünf Jahren würden Kunden ihre Aufgaben vermehrt an KI-Agenten auslagern. Diese würden in der Endstufe selbstständig im Auftrag des Kunden mit der KI der Bank kommunizieren und sogar völlig autonom agieren können. „Der Kunde wird zum Passagier“, sagt Fischer.

Auf Kundenebene sei die Nutzung von KI bereits im Alltag angekommen. 40 Prozent würden sich mittels KI Informationen zum Thema Finanzen beschaffen. „Es wird nicht mehr gegoogelt.“ Auch Social Media sei in diesem Zusammenhang „superwichtig“ geworden, aber werde von Banken noch zu wenig bespielt.

**Gen Z**

52 Prozent der Gen Z (geboren 1995–2010) und 45 Prozent der Gen Y (1980–1999) würden eher direkt über Social Media einen Account bei einem Finanzdienstleister anlegen. Zudem würden knapp die Hälfte (eher) direkt über Social Media einen Vertrag für ein Finanzprodukt abschließen.

**Ulrich Hoyer, Partner bei der Beratungsagentur zeb.**

Bankenweit liege der klare Vorteil darin, dass KI-gestützte Services mit jedem Beratungsschritt und jeder Datenauswertung selbstständig weiterlernen würden und Ergebnisse sofort messbar seien. Hoyer sieht hohes Potenzial bei Konsumkredit: Diese würden künftig fast ausschließlich durch KI bewertet. Dass KI zu einem großen Personalabbau führen werde, sieht er aber nicht. Sie werde künftig vor allem dort eingesetzt, wo es schon jetzt Personalmangel gebe. „Ein Drittel der Bankmitarbeiter wird in den nächsten Jahren in Pension gehen. KI wird zum Teil die Lösung sein, um den Know-how-Verlust aufzufangen“, so Hoyer.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen der zeb-Fachleute: „Es führt kein Weg an KI vorbei, jede Organisation, jede Bank muss und wird sich damit beschäftigen. KI kommt aber nicht als Big Bang. Sie integriert sich Prozess für Prozess.“

@Kurier