

DIE DIGITALE BANK

Herausgeber: Prof. Dr. Dr. Oskar Betsch, Prof. Dr. Jörg-E. Cramer,
Dr. Peter Hanker, Dr. Ewald Judt, Prof. Dr. Klaus Juncker,
Carsten Maschmeyer, Klaus-Friedrich Otto, Ben Tellings,
Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Wüerst

LEITARTIKEL

Getrieben, aber nicht chancenlos

Von Swantje Benkelberg

2

BLICKPUNKTE

Zielgruppen: Paradigmenwechsel beim Vermögensaufbau?

4

Regulierung: AGB-Änderungen – Gesetzgeber am Zug

5

Digitalisierung: Auf dem Weg zur KI-Kultur

6

Verbundstrategie: PSD Banken – der Exodus geht weiter

6

AUS DER FINANZWERBUNG

Etats und Kampagnen

8

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten

9

Aus der Marken- und Werbeforschung

10

Werbebarometer

11

IM GESPRÄCH

„2025 war für uns ein Übergangsjahr“

Interview mit Peter Berger, Sparda-Bank München eG

12

TECHNOLOGIE

Digitaler Kitt für persönliche Kundenbeziehungen

Von Christian Dechert, BSI Software AG

16

Agentic Customers verändern den Wettbewerb

Von Rachael Hadaway, FICO Inc.

20

Vertrauen in Bewegung – wie Technologie Banking menschlich hält

Von Kai Pochmann, Riverty Services GmbH

24

Legacy-Ablösung – generative KI mischt die Karten neu

Von Michael Baldauf, Pegasystems GmbH

26

Abschied von den Legacy-Systemen – mit KI gegen den Expertenmangel

Von Jan-Peter Gordon, Arvato Systems GmbH

28

Finanzwelt im Umbruch – auf dem Weg zum Finternet

Von Rav Hayer und Christian Raab, beide Thoughtworks Deutschland GmbH

31

Cloud-Strategie – europäische Souveränität statt US-Abhängigkeit

Von Björn Berg, Cofinpro AG

34

NOTIERT

Daten und Fakten zu Technologie im Banking

3

Die Zahl

4

Die Sparneigung im GfK-Konsumklima

5

Der Ypos-Inflationscheck

7

Fintech-News

37

Personalien

40

Bankassurance + Allfinanz: Nachhaltigkeit im

Versicherungsvertrieb – ein unterschätztes Potenzial?

42

Einblick: Kräfte bündeln in Marketing und Vertrieb

43

Impressum + Fotonachweise für diese Ausgabe

44