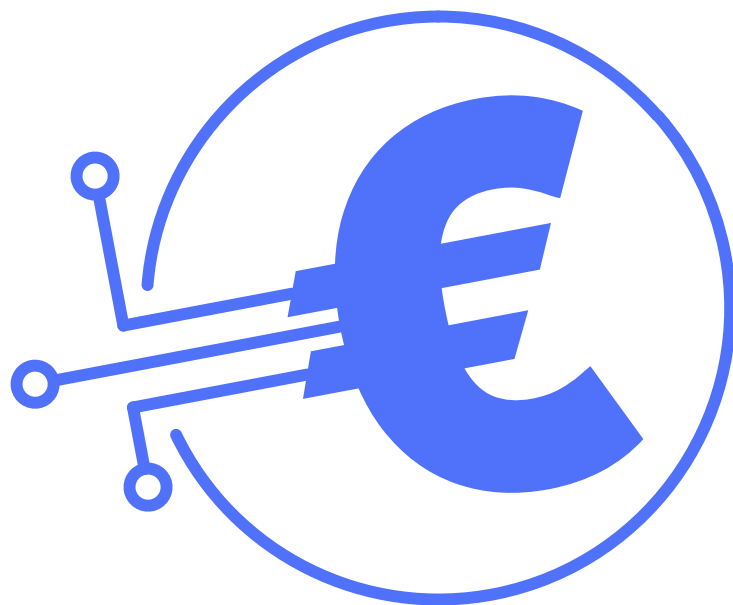


KI im Kreditgeschäft

JETZT DIE POTENZIALE HEBEN

STUDIE



COFINPRO

Inhalt

Editorial

**KI im Kreditgeschäft:
Potenzial und Praxis** 4

Management Summary

**Ohne KI wird es
nicht mehr gehen** 7

Kapitel 1

**KI im Kreditgeschäft:
Dabei sein ist alles** 10

Kapitel 2

**Ein strategisches Thema
für die Banken** 13

Kapitel 3

**Potenziale in vielen
Bereichen** 17

Kapitel 4

**Woran KI-Projekte
scheitern** 23

Kapitel 5

**Wie Banken bei ihren
Kunden punkten** 26

Studiendesign

Über diese Studie 30



Editorial

KI im Kreditgeschäft: Potenzial und Praxis

KI im Kreditgeschäft: Potenzial und Praxis



Sven Dost
Senior Manager, Cofinpro AG

Künstliche Intelligenz (KI) gilt als Schlüsseltechnologie, auch für die Bankenwelt. Doch wie wirkt sich KI konkret auf das Kreditgeschäft der Finanzinstitute aus? Wie intensiv und in welchen Bereichen wird die neue Technik bereits genutzt? Macht KI Prozesse schneller, effizienter, individueller? Wie kommt das Ganze bei den Kunden an? Um diese Fragen zu beantworten und Einblicke sowohl in das operative Geschäft als auch in die strategischen Planungen der Institute zu gewinnen, haben wir für diese Studie über 100 Abteilungs-, Bereichs- und Projektleiter aus dem Kreditgeschäft deutscher Finanzdienstleister befragt.

Die Ergebnisse offenbaren eine bemerkenswerte Diskrepanz: Während 84 Prozent der befragten Branchenexperten der KI-Technologie insgesamt ein hohes oder eher hohes Potenzial zuschreiben, räumen ihr nur 23 Prozent tatsächlich höchste Priorität im Kreditgeschäft ein – eine überraschende Kluft zwischen wahrgenommenem Potenzial und tatsächlicher Umsetzung.

Effizienzgewinn dank KI

Für die Institute sollte KI kein Neuland mehr sein, sondern nach dem Hype der vergangenen Jahre eine etablierte Technologie. Sie ersetzt menschliche Expertise nicht, sondern ergänzt sie ge-

zielt und eröffnet neue Möglichkeiten. Die neue Arbeitsteilung: Algorithmen erkennen schnell und effizient Muster und Auffälligkeiten in großen Datenmengen, Kreditexperten gewinnen wertvolle Zeit.

Strategie: Der Schlüssel zum Erfolg?

Der Weg zur Bank der Zukunft erfordert mehr als nur Technologie. Die Herausforderung besteht darin, datengetriebene Erkenntnisse in kundenzentrierte Lösungen zu übersetzen und regulatorische Vorgaben als Leitplanken für Innovationen zu nutzen. Viele Institute scheitern jedoch bereits

am Anfang: Ihnen fehlt das Know-how sowohl in den relevanten Technologien als auch im Projektmanagement, um von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung zu gelangen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der systematischen Erschließung vorhandener Datenschätze und der kontinuierlichen Verbesserung bewährter Prozesse – mit klarem Fokus auf eine schnelle, praxisorientierte Umsetzung.

Der Wille zur Veränderung ist da, das belegen die Studienergebnisse eindeutig. Aber der Weg ist steinig: Es mangelt nicht nur an verwertbaren Daten und deren Qualität, es fehlen auch klare Strategien und gelegentlich fehlt die Entschlossenheit zur Umsetzung. Gleichzeitig sehen wir erste Erfolge und eine wachsende Zahl umgesetzter Anwendungsfälle.

Die Studie widmet sich dem Status quo, den Chancen und den Herausforderungen von KI in der Kreditwirtschaft. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern wertvolle Impulse für die strategische Ausrichtung, identifizieren aber auch typische Stolpersteine auf dem Weg zur Umsetzung. Banken werden in die Lage versetzt, diese Hürden frühzeitig zu erkennen und gezielt zu überwinden. Darüber hinaus ermutigen die Ergebnisse dazu, einen strukturierten Weg zur konsequenten Umsetzung innovativer Anwendungen einzuschlagen. Denn die Potenziale für Effizienzsteigerungen, verbesserte Kundenbeziehungen und innovative Geschäftsmodelle sind erheblich und werden zukünftig Wettbewerbsvorteile sichern.



Management Summary

**Ohne KI wird es
nicht mehr gehen**

Ohne KI wird es nicht mehr gehen

Der Einsatz von KI im Kreditgeschäft wird zunehmend wettbewerbsentscheidend. Die Hälfte der Studienteilnehmer ist überzeugt: »Wenn wir nichts tun, verlieren wir den Anschluss«. Welche konkreten Maßnahmen die Institute bereits umsetzen und wo noch Herausforderungen bestehen, zeigt unsere Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.

1

KI im Kreditgeschäft: Dabei sein ist alles

KI wird mehrheitlich als strategisch wichtig eingeschätzt, die Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit werden jedoch unterschiedlich bewertet: Während Privatbanken hier klare Wettbewerbsvorteile sehen, befürchten insbesondere Genossenschaftsbanken, ohne entsprechende KI-Initiativen ins Hintertreffen zu geraten.

- **84 Prozent** sehen ein »hohes« oder »eher hohes« Potenzial von KI für ihr Institut.
- **59 Prozent** sagen: »KI bringt uns Wettbewerbsvorteile«

2

Ein strategisches Thema für die Banken

Etwas mehr als die Hälfte der befragten Institute verfügt über eine übergreifende KI-Strategie – bemerkenswert ist jedoch, dass dort, wo eine solche Strategie existiert, diese auch mit hoher Konsequenz umgesetzt wird, wie über 80 Prozent dieser Banken bestätigen.

- **57 Prozent** verfolgen eine übergreifende KI-Strategie für ihr Kreditgeschäft.
- **23 Prozent** geben an, dass das Thema KI im Kreditgeschäft uneingeschränkt hohe Priorität genießt.

3 Potenziale in vielen Bereichen

Die Einsatzmöglichkeiten von KI im Kreditgeschäft sind vielfältig: von der Antragstellung über die Dokumentenprüfung bis hin zur Cashflow-Analyse. Allerdings befinden sich viele Projekte noch in der Planungs- oder Testphase. Wenn Projekte umgesetzt werden, sind die Erfahrungen allerdings sehr positiv.

4 Woran KI-Projekte scheitern

Das größte Hindernis für KI-Projekte sind nicht verfügbare Daten und eine schlechte Datenqualität. Aber auch fehlendes Know-how, unklare Zuständigkeiten und fehlende Budgets bremsen Projekte aus. Der Erfolg von KI-Projekten hängt also wesentlich davon ab, wie gut die Organisation, die Datenlage und die Mitarbeiter vorbereitet sind.

5 Wie Banken bei ihren Kunden punkten

Schnellere Kreditvergabe, weniger Bürokratie, passgenauere Angebote – für Kunden bietet KI im Kreditgeschäft handfeste Vorteile. Dennoch sind direkte KI-Interaktionen mit Endkunden bislang eher die Ausnahme. Doch wer KI intelligent einsetzt, kann nicht nur interne Prozesse optimieren, sondern auch beim Kunden punkten.

- **31 Prozent** haben bereits KI-Anwendungen für das Kreditgeschäft im operativen Einsatz.
- **53 Prozent** der Privatbanken nutzen bereits KI-Anwendungen im operativen Kreditgeschäft – deutlich mehr als Genossenschaftsbanken (21 Prozent) und Sparkassen (13 Prozent).

- **39 Prozent** sehen in fehlendem Know-how und einer schlechten Datengrundlage die häufigsten Gründe für den Abbruch von KI-Projekten.
- **30 Prozent** der KI-Projekte im Kreditbereich wurden vorzeitig abgebrochen.

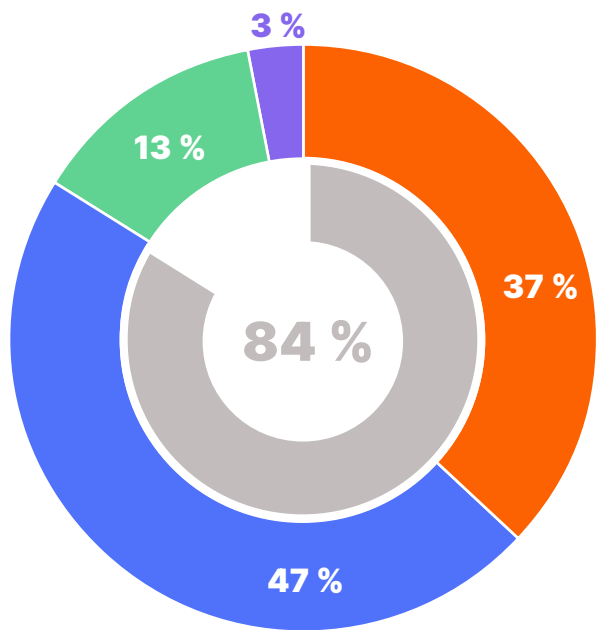
- **45 Prozent** haben bereits Use Cases mit direkter KI-Interaktion im Kreditgeschäft.
- **94 Prozent** der Kunden, die KI-Anwendungen nutzen, geben gutes Feedback.



Kapitel 1

KI im Kreditgeschäft: Dabei sein ist alles

Welches Potenzial hat das Thema Künstliche Intelligenz insgesamt für Ihr Institut?

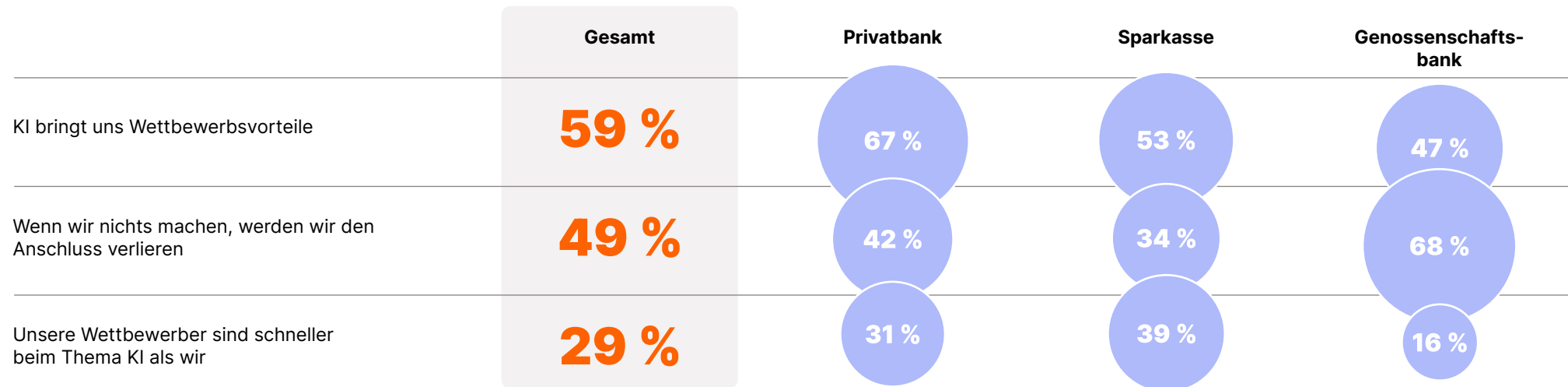


Über alle Institute hinweg sieht die große Mehrheit erwartungsgemäß ein hohes Potenzial in der Anwendung von KI-Technologien für ihr Institut.

● Hohes ● Eher hohes ● Eher geringes ● Kein Potenzial

Ergebnisse für alle Bereiche einer Bank.

Wie wichtig ist der Einsatz von KI für die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Instituts?



Während nahezu alle Kreditinstitute grundsätzliches Potenzial im Einsatz von KI sehen, gehen die Meinungen über den Einfluss auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit deutlich auseinander. Insbesondere private Institute erhoffen sich Wettbewerbsvorteile durch den Einsatz von KI. Bei Genossenschaftsbanken ist die Befürchtung, durch fehlende KI-Aktivitäten den Anschluss zu verlieren, besonders hoch, während sie sich weniger Sorgen um die Geschwindigkeit ihrer Institutsgruppe machen.

Mehrfachantworten waren möglich.
Ausgewählte Einzelergebnisse.

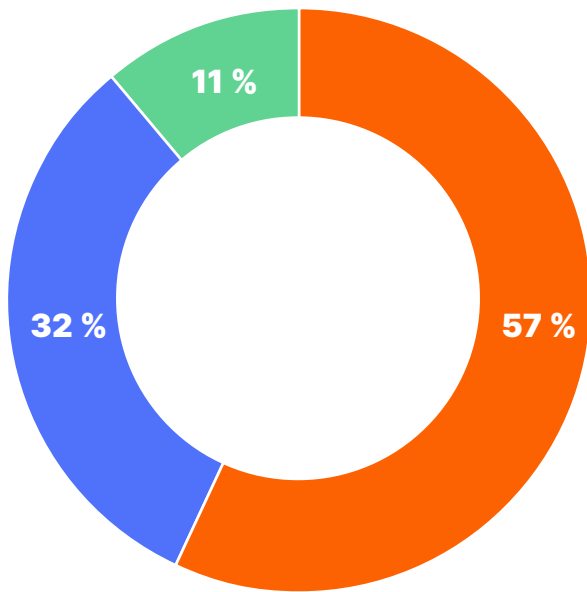


Kapitel 2

Ein strategisches Thema für die Banken

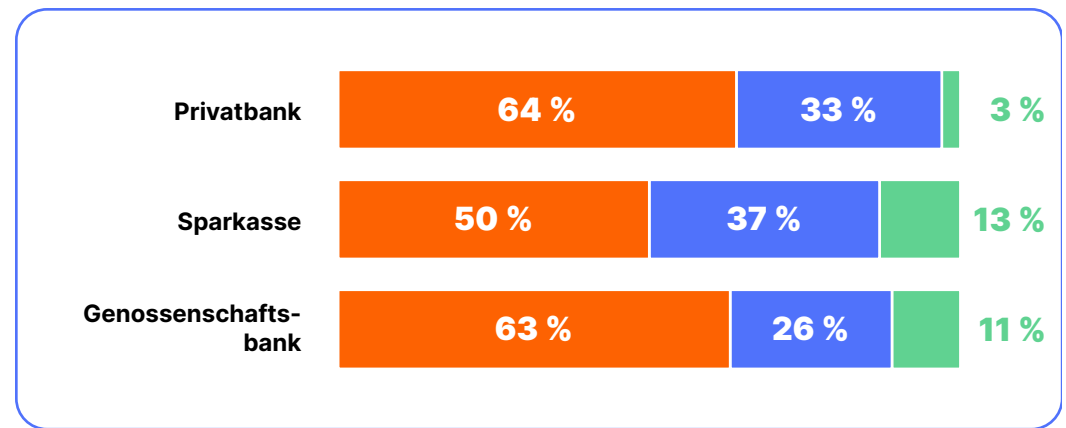
Gibt es für Ihr Kreditgeschäft eine übergeordnete KI-Strategie?

Gesamtbewertung



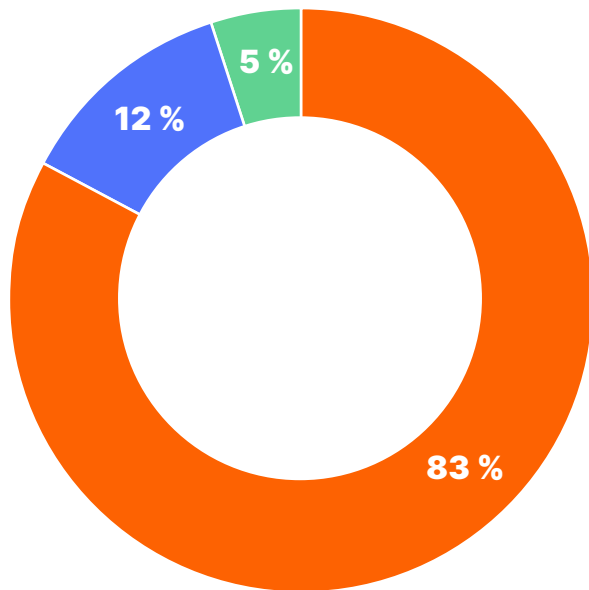
● Ja ● Nein ● Kann ich nicht beantworten

Ausgewählte Einzelergebnisse.



Mehr als die Hälfte der befragten Institute gibt an, eine übergeordnete KI-Strategie für ihr Kreditgeschäft zu verfolgen. Etwa ein Drittel sagt allerdings, dass es keine derartige KI-Strategie gibt.

Wird diese Strategie konsequent umgesetzt?

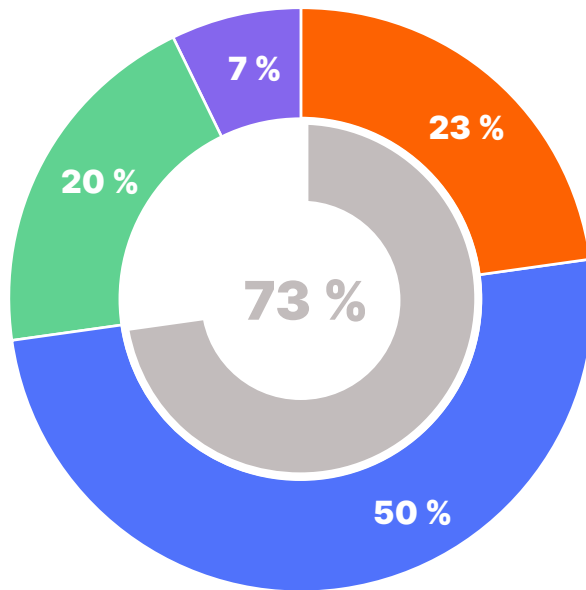


Existiert eine übergeordnete KI-Strategie, wird diese überraschend häufig konsequent umgesetzt, wie über 80 Prozent der befragten Institute angeben.

● Ja ● Nein ● Kann ich nicht beantworten

Nur Teilnehmer, die in der Vorfrage zur Existenz einer übergeordneten KI-Strategie mit »Ja« geantwortet haben.

»Das Thema KI hat im Kreditbereich hausintern Priorität gegenüber anderen Themen.«



Das Thema KI im Kreditgeschäft hat nicht nur für sich genommen eine hohe Priorität, sondern hat auch laut drei Viertel der Befragten gegenüber anderen Themen eine höhere Bedeutung.

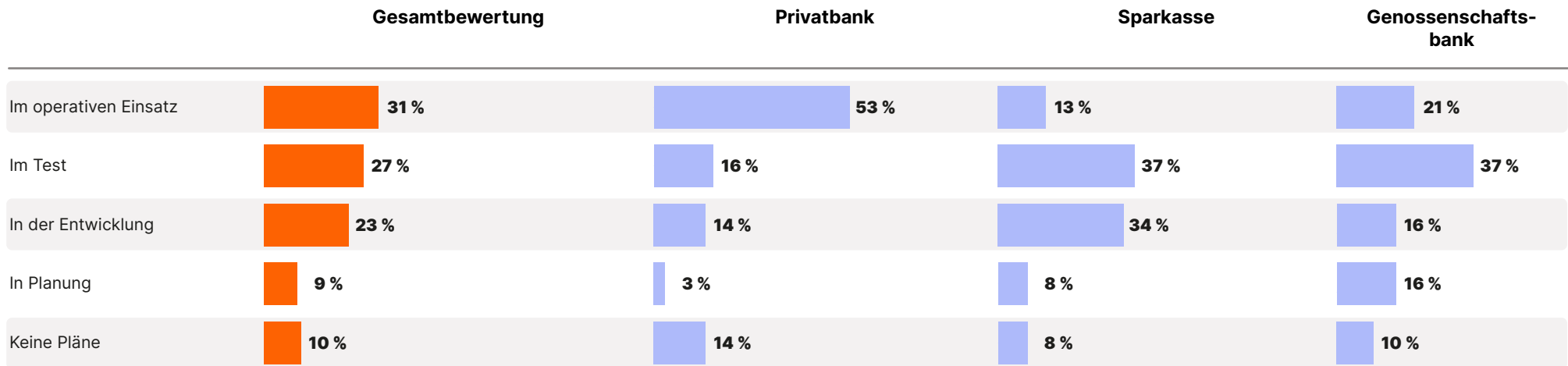
● Trifft zu ● Trifft eher zu ● Trifft eher nicht zu ● Trifft nicht zu



Kapitel 3

Potenziale in vielen Bereichen

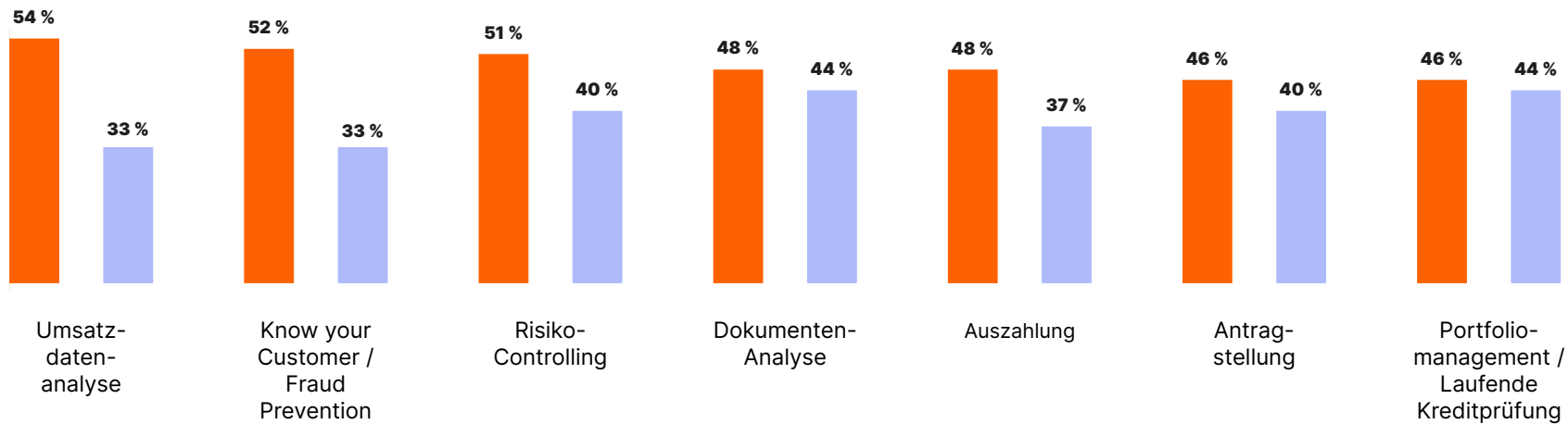
Gibt es im Kreditgeschäft Ihres Hauses bereits KI-Anwendungen?



Privatbanken sind bei der Nutzung von KI-Anwendungen klar führend – mehr als die Hälfte der privaten Institute hat bereits KI-Use-Cases im Kreditgeschäft im Einsatz, während sich diese bei Sparkassen und Genossenschaftsbanken noch in der Entwicklungs- oder Testphase befinden.

Ausgewählte Einzelergebnisse.

In welchem der folgenden Bereiche sind bei Ihnen schon KI-Projekte im Einsatz bzw. in Planung? (1/2)

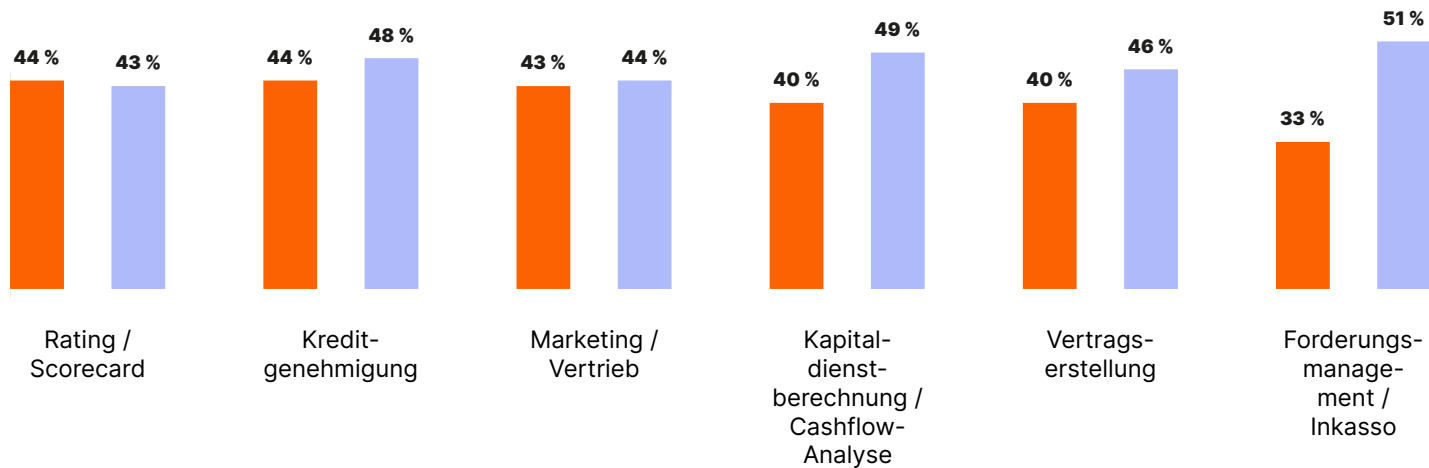


In Summe lässt sich bei den im Einsatz und in Planung befindlichen Use Cases nahezu eine Gleichverteilung entlang der Wertschöpfungskette erkennen.

● Im Einsatz ● In Planung

Nur Teilnehmer, die in der Vorfrage zum aktuellen Einsatz von KI-Anwendungen mit »im operativen Einsatz« oder »im Test« geantwortet haben.

In welchem der folgenden Bereiche sind bei Ihnen schon KI-Projekte im Einsatz bzw. in Planung? (2/2)

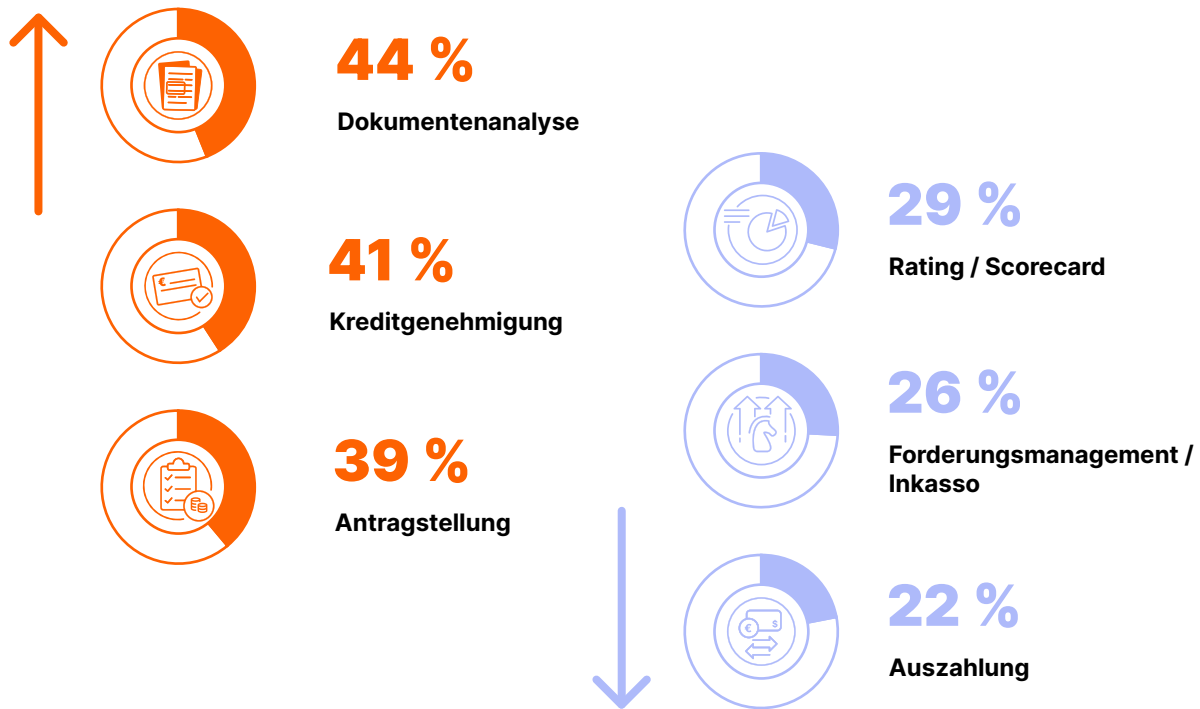


Auffällig ist: Umsetzungen für das Forderungsmanagement liegen deutlich hinter den Use Cases in der Kreditbeantragung zurück.

● Im Einsatz ● In Planung

Nur Teilnehmer, die in der Vorfrage zum aktuellen Einsatz von KI-Anwendungen mit »im operativen Einsatz« oder »im Test« geantwortet haben.

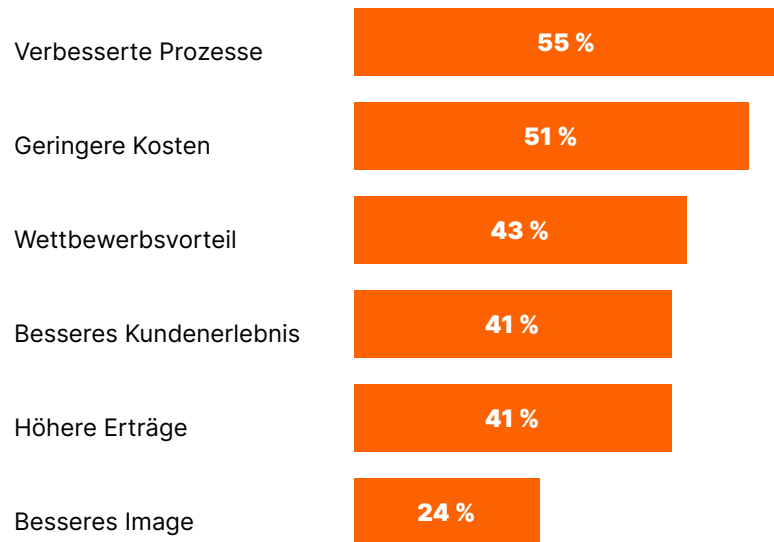
Wo sehen Sie das größte Potenzial für KI im Kreditbereich für Ihr Institut?



Während Folgeprozesse in der Auszahlung und dem Forderungsmanagement vernachlässigbar erscheinen werden die größten Potenziale für KI Use-Cases in der Unterstützung der Kreditbeantragung gesehen.

Mehrfachantworten waren möglich.

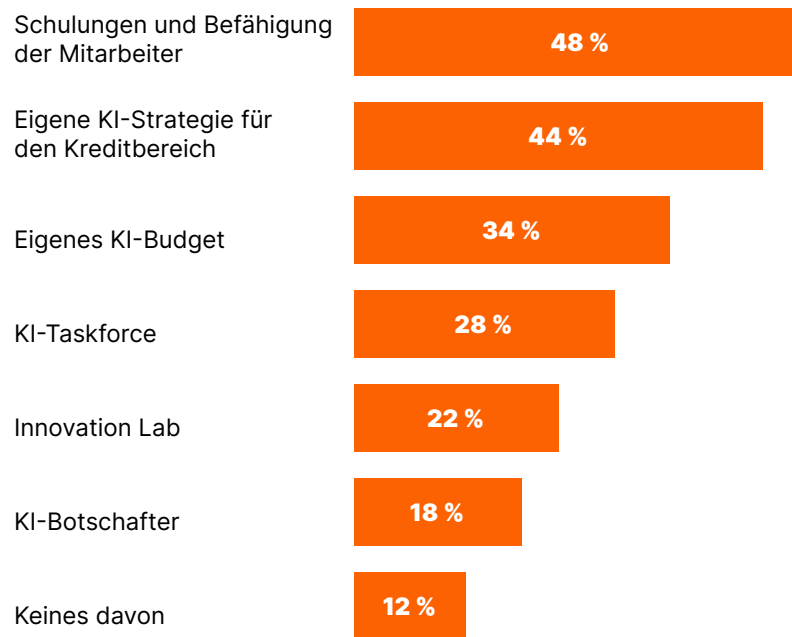
Was versprechen Sie sich vom Einsatz von KI im Kreditgeschäft?



KI dient nicht nur der Imagepflege, sondern muss einen konkreten Nutzen bringen. Prozessverbesserungen, Kosteneinsparungen, höhere Erträge und ein besseres Kundenerlebnis stehen im Mittelpunkt. Ziel ist es, Wettbewerbsvorteile zu schaffen.

Mehrfachantworten waren möglich.

Mit welchen Instrumenten bzw. Maßnahmen geht Ihr Institut das Thema KI im Kreditgeschäft an?



Ohne Strategie und Einbindung der Mitarbeiter keine KI-Projekte: Eine eigene KI-Strategie (mit eigenem KI-Budget) für den Kreditbereich und die Schulung der Mitarbeiter sind für knapp die Hälfte der Institute die Mittel der Wahl, um KI-Projekte erfolgreich umzusetzen.

Mehrfachantworten waren möglich.

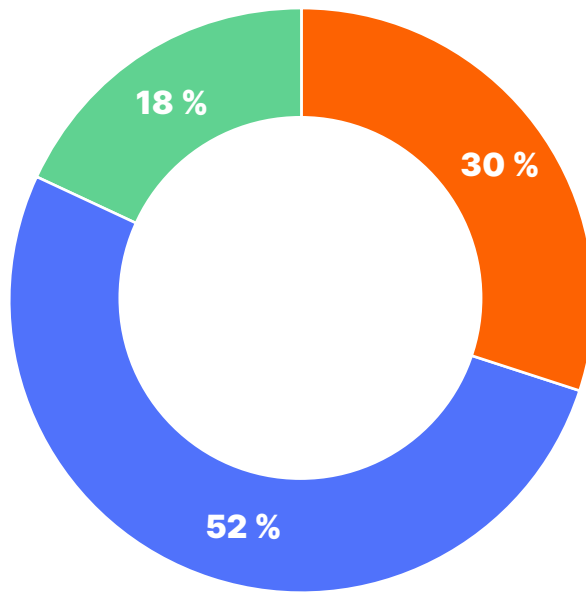


Kapitel 4

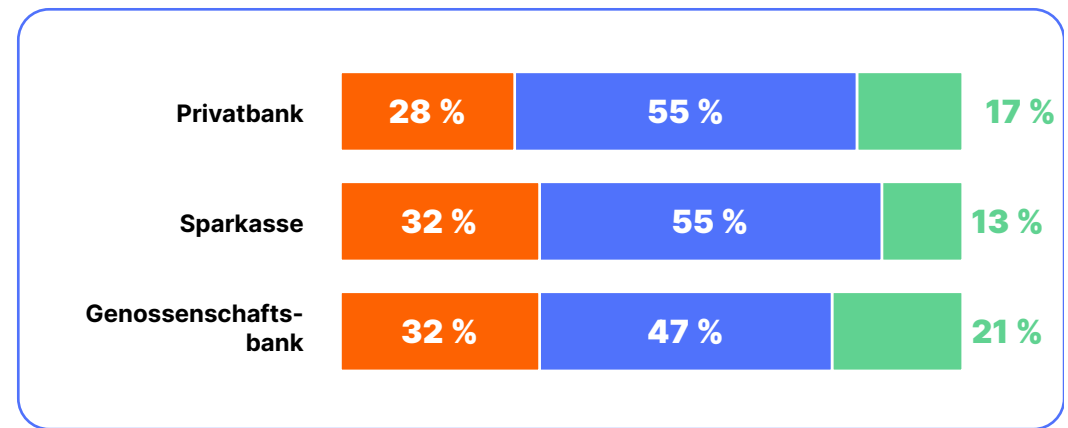
Potenziale in vielen Bereichen

Gab es KI-Projekte im Kreditbereich, die vorzeitig beendet worden sind?

Gesamtbewertung

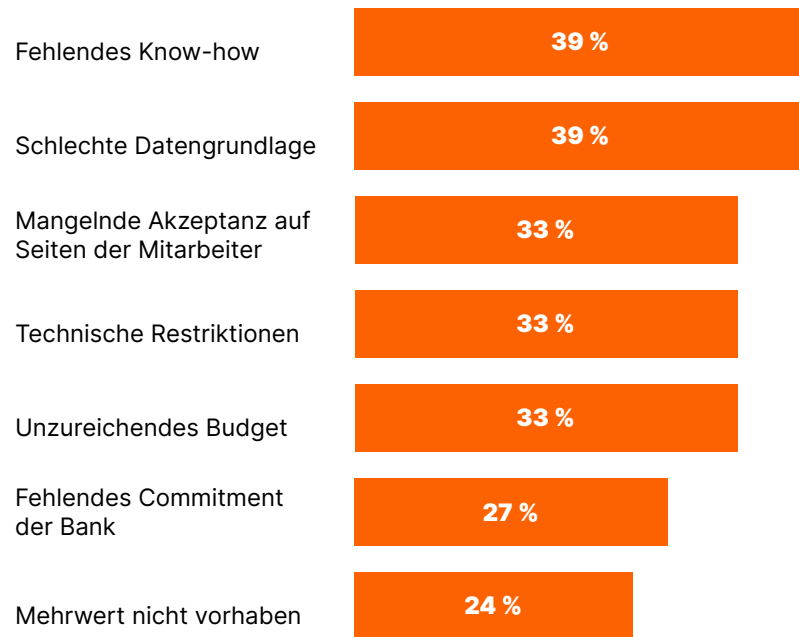


● Ja ● Nein ● Kann ich nicht beantworten



Bankenübergreifend wurden 30 Prozent aller begonnenen KI-Projekte im Kreditgeschäft vorzeitig abgebrochen. Eine gute Planung und eine sorgfältige Voranalyse sind entscheidend, um »sunk costs« zu vermeiden.

Was sind die Gründe dafür, dass die KI-Projekte nicht weiterverfolgt wurden?



Es ist nicht verwunderlich, dass im datengetriebenen Kreditgeschäft gerade die Qualität und Verfügbarkeit von Daten eine hohe Hürde darstellen.

Aber auch die passenden personellen Ressourcen mit dem relevanten Know-how und Akzeptanz auf Seiten der Mitarbeiter werden benötigt, um hier Erfolge zu verbuchen.

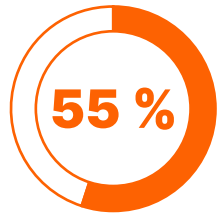
Nur Teilnehmer, die in der Vorfrage zur vorzeitigen Beendigung von KI-Projekten mit »Ja« geantwortet haben. Mehrfachantworten waren möglich.



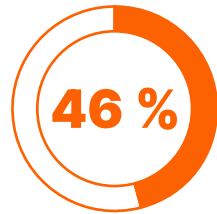
Kapitel 5

Wie Banken bei ihren Kunden punkten

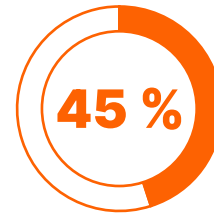
Inwieweit können Ihre Kunden im Kreditgeschäft vom KI-Einsatz profitieren?



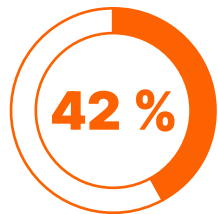
Schnellere Kreditvergabe /
Entscheidung / Auszahlung



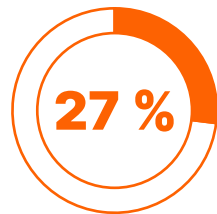
Besserer Service



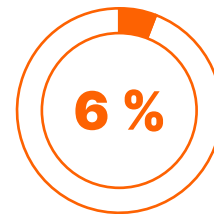
Weniger Bürokratie /
Verbesserung der Convenience



Passgenauere
Produkte



Günstigere
Kondition



Gar nicht

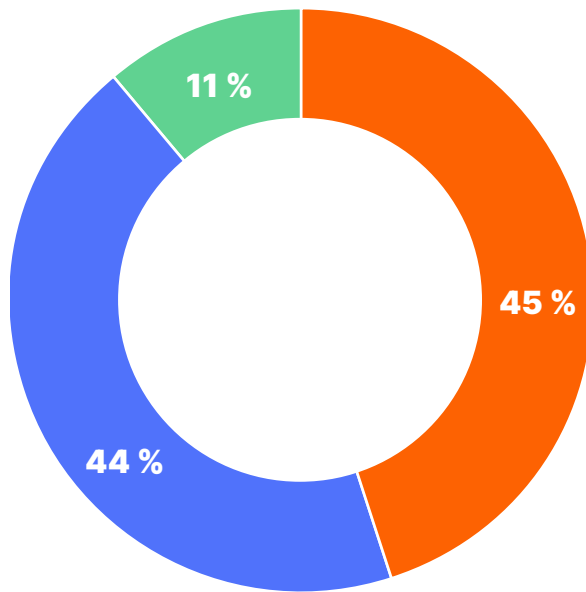


Den größten Kundennutzen sehen die Institute in der Optimierung des Kreditantragsprozesses. Weniger Unterlagen, schnellere Entscheidungen und eine schnellere Auszahlung sollen die Kundenzufriedenheit erhöhen. Allerdings werden die durch den Einsatz von KI erzielten Effizienzgewinne eher selten in Form besserer Konditionen an die Kunden weitergegeben.

Mehrfachantworten waren möglich.

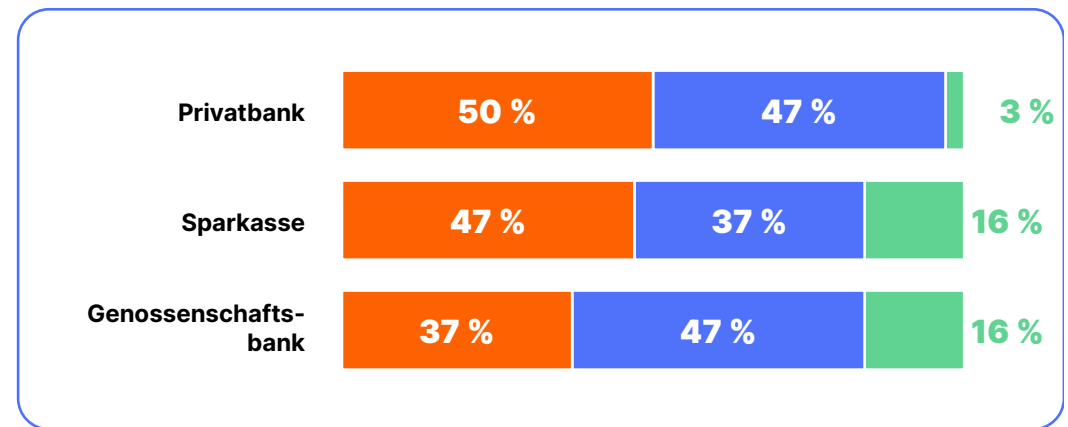
Haben Sie bereits Use Cases im Kreditbereich im Einsatz, bei denen die KI direkt mit den Endkunden bzw. Businesspartnern interagiert?

Gesamtbewertung



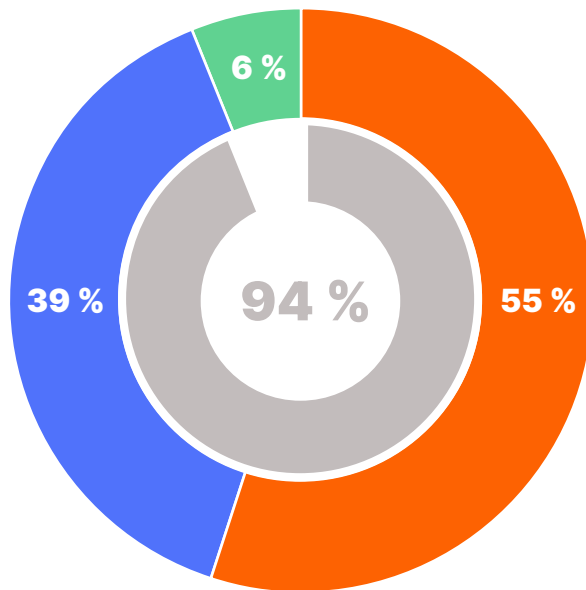
● Ja ● Nein ● Kann ich nicht beantworten

Ausgewählte Einzelergebnisse.



Trotz der identifizierten Hürden setzen alle Institutsgruppen bereits Kredit-Use-Cases bei ihren Endkunden ein. Privatbanken und Sparkassen liegen dabei deutlich vor den Genossenschaftsbanken.

Wie ist die Resonanz Ihrer Kunden auf den Einsatz solcher KI-Anwendungen?



Das Kundenfeedback ist eindeutig – fast alle befragten Kreditentscheider nehmen eine positive Resonanz ihrer Kunden auf die eingeführten Use Cases wahr. Eine wirklich schlechte Resonanz auf KI scheint es nicht zu geben.

● Gut ● Eher gut ● Eher schlecht ● Schlecht

Nur Teilnehmer, die in der Vorfrage dazu, ob bereits Use Cases im Einsatz sind, bei denen die KI direkt mit den Endkunden bzw. Businesspartnern interagiert, mit »Ja« geantwortet haben.



Studiendesign

Über diese Studie

Über diese Studie

Inhalt

Im April 2025 führte die Cofinpro AG eine Befragung zum Thema »KI im Kreditgeschäft« durch.

Untersuchungsdesign

Die Studie wurde mittels einer Online-Befragung durchgeführt.

Grundgesamtheit

Es wurden 109 Abteilungs-, Bereichs- und Projektleiter im Kreditbereich von deutschen Finanzdienstleistern befragt. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

COFINPRO

Kontakt

Cofinpro AG

Hanauer Landstraße 211
60314 Frankfurt am Main
welcome@cofinpro.de
www.cofinpro.de

Ergänzende Hinweise von Christian Strohmayer zum Forum Firmenkunden

Und den KI Podcast dazu:

https://www.dropbox.com/scl/fi/21496jqk3hblfvowaca4i/KI_im_Kreditgesch-ft_Hype_oder_Realit-t_Die_schockierende_Klu.m4a?rlkey=hgi0fc1iywd7lqsmli3td5v51&dl=0

Und das KI Erklärvideo dazu:

https://www.dropbox.com/scl/fi/d8g7yap6kmze5h1skvz31/KI_im_Kreditgesch-ft.mp4?rlkey=uns0uy0os3qxqqor0q9oinne3&dl=0

Und die BWGV Omis:

<https://www.dropbox.com/scl/fi/m0b4wvsnmgki82fgr9q6f/bwgv-omis.MOV?rlkey=emyxvjq0f065qnmqytd8w2zsm&dl=0>

Falls der Download über die Dropbox nicht funktioniert, können Sie die Unterlagen **30 Tage** lang (bis 22.11.2025) hier herunterladen:

<https://data.bwgv.net/secumails/download?deliveryUuid=fafe2cc1-a516-46d1-92c9-84ef9cf3918c>