

Open Finance – Die nächste Evolutionsstufe des Bankings

WIE BANKEN IM FINANZDATENRAUM KUNDENSCHNITTSTELLEN SICHERN UND NEUE WERTSCHÖPFUNG ERSCHLIESSEN



Inhalt

Kapitel 1 Open Finance: Vom Produktdenken zur Plattformstrategie	3
Kapitel 2 Ein Tag im Leben von Payman Zastermann – und seiner Bank	6
Kapitel 3 Der Weg zur steuerbaren Plattformstrategie	12
Kapitel 4 »Gewinnen wird, wer Einfachheit, Geschwindigkeit und Relevanz am besten kombiniert«	16
Kapitel 5 Der Start ins Open-Finance-Zeitalter	22
Kapitel 6 Fazit: Die Unternehmensführung ist gefordert	25



Kapitel 1

Open Finance: Vom Produktdenken zur Plattform- strategie

Vom Produktdenken zur Plattformstrategie

Die nächste Umbruchphase im Banking beginnt nicht mit neuen Produkten, sondern mit Daten. Was bislang in verschiedenen Systemen und Zuständigkeiten lag, lässt sich zunehmend über Institute und Produktgrenzen hinweg vernetzen. Open Finance markiert diesen Wendepunkt. Während Open Banking vor allem den Zahlungsverkehr geöffnet hat, wird Open Finance einen strukturierten Finanzdatenraum schaffen, der Konten, Kredite, Depots und Versicherungen umfasst. Die Kontrolle bleibt dabei stets bei den Kundinnen und Kunden. Damit verändert sich nicht nur die Technologie, sondern die Dynamik der gesamten Branche.

Diese Entwicklung wird durch neue regulatorische Rahmenbedingungen ermöglicht. Mit der Financial Data Access Regulation (FiDA) entsteht erstmals perspektivisch ein einheitlicher Ordnungsrahmen für den Zugang zu Finanzdaten jenseits des Zahlungsverkehrs. Ergänzt wird dieser Rahmen durch PSD3 und die Paymant Services Regulation (PSR), die den Zahlungsverkehr weiterentwickeln und damit die Grundlage für schnelleres, nahtlos integriertes Bezahlen schaffen. Open Finance wird somit kein unregulierter Datenraum, sondern ein bewusst gestaltetes System, das Datenzugang, Steuerung und Verantwortung in einen verbindlichen Rahmen einbettet.

Sich verändernde Kundenwünsche und die Konkurrenz durch Tech-Unternehmen stellen Banken nun vor eine strategische Grundsatzentscheidung. Für die Institute zeichnen sich dabei zwei grundlegend unterschiedliche Rollen ab:

- **Infrastrukturanbieter:** In dieser Rolle stellen Banken Daten und Basisdienste bereit, während andere Akteure, FinTechs oder Tech-Giganten wie Apple, Google oder PayPal, die Kundenschnittstelle kontrollieren und die Wertschöpfung orchestrieren.
- **Plattform-Orchestrator:** In dieser Rolle positionieren sich Banken als integrierte Plattformen, die eigene Leistungen und Partnerangebote intelligent verknüpfen, Datensilos überwinden und den Zugang zum gesamten Finanzleben ihrer Kundinnen und Kunden aktiv managen.

Open Finance bedeutet jedoch mehr als nur Datenzugang. Es besteht die Chance und Pflicht zugleich, das eigene Geschäftsmodell und Produkt- und Serviceportfolio tiefgreifend und konsequent zu modernisieren. In Verbindung mit KI-Agenten entstehen intelligente Dienste, die Depot-, Kredit- und Zahlungsverkehrsdaten kombinieren und so smartes Financial Planning ermöglichen. Das reicht von der Liquiditätsoptimierung und Zahlungszielsteuerung bis hin zur passiven Vermögensoptimierung. Vorteile und Nutzen für die Kundinnen und Kunden liegen auf der Hand: Sie gelangen zu besseren Entscheidungen bei geringerem Aufwand – automatisiert, personalisiert und situationsbezogen. Reichweite ist essenziell für ein erfolgreiches Wachstum mit FiDA als Fundament. Mit der Entscheidung, ob sie Plattform-Orchestrator oder Infrastrukturanbieter sind, legen sie den Grundstein für eine erfolgreiche Umsetzung. Dieses Whitepaper zeigt, welche Chancen sich daraus auch für Banken ergeben und wie sie den Wandel erfolgreich gestalten können.





Kapitel 2

Blick in die Zukunft

Ein Tag im Leben von Payman Zastermann
und neue Chancen für das Firmenkundengeschäft



Ein Tag im Leben von Payman Zastermann

Wie viel Raum nimmt das Banking im Alltag der Menschen ein? Studien zur Nutzungsdauer in Europa und den USA zeigen: Im Durchschnitt investieren wir für allgemeines Banking, das Bezahlen von Rechnungen und die Budgetkontrolle nur wenige Minuten pro Tag. Größere Finanzentscheidungen werden nicht täglich oder wöchentlich getroffen, sondern nur in größeren Abständen. Ein digitaler Finanzassistent arbeitet hingegen rund um die Uhr. Er analysiert Daten, erkennt Muster, vergleicht Optionen und meldet sich nur, wenn eine Entscheidung wirklich relevant wird. Einmal eingerichtet, entwickelt er sich mit jeder Interaktion weiter.

Wie sich diese Open-Finance-Realität konkret anfühlen wird, zeigt ein Blick ins Jahr 2030 am Beispiel von Payman Zastermann. Sein Finanzleben hat sich den Routinen seines Alltags angepasst. Das System denkt mit, bereitet Entscheidungen vor und greift nur ein, wenn es nötig ist. Während Payman kaum Zeit für seine Finanzen aufwendet, orchestriert seine Bank im Hintergrund Daten, Entscheidungen und Verantwortung neu.

Ein Tag aus der Sicht von Payman Zastermann



Am frühen Morgen – Der vollständige Überblick

Ein Blick aufs Smartphone genügt Payman Zastermann, um auf dem neuesten Stand zu sein, denn im Hintergrund arbeitet AVA still und präzise, ganz nach seinen Wünschen. AVA, der »AI Value Advisor«, ist ein von seiner Hausbank entwickelter Finanzassistent und verschafft Payman permanent einen vollständigen Überblick über seine finanzielle Situation einschließlich seiner Konten bei mehreren Banken, seines Depots, seiner Versicherungen, seiner offenen Rechnungen und seiner Sparziele. All das an einem Ort übersichtlich zusammengestellt. Möglich macht das FiDA. Über diesen sicheren Zugang greift der Assistent auf Paymans Finanzdaten zu.

Während Payman in den Tag startet, kümmert sich AVA um den Rest: optimiert die Liquidität über mehrere Konten hinweg, bereitet fällige Zahlungen vor und hält stets Ausschau nach verfügbaren Vorteilen. Ein Beispiel dafür: Die hohe Jahresrechnung seiner Kfz-Versicherung trifft ein. Dies könnte aber zu einem finanziellen Engpass führen, da Payman zu einem Kurztrip nach Frankreich aufbrechen möchte. Doch AVA hat die Situation bereits im Griff.

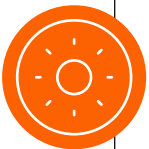
Das Zahlungsziel für die Versicherung liegt noch 30 Tage in der Zukunft und der Betrag ist längst vom optimalen Konto eingeplant. AVA legt Payman einen Vorschlag zur Entscheidung vor. Bei selbst festgelegten Betragshöhen bestätigt er mit einem Klick und genießt die besten Konditionen – ganz ohne zusätzlichen Aufwand.



Vormittags – Walk-in, walk-out

Vor dem Flug nach Paris macht Payman noch einen Abstecher zum Zahnarzt. Er bezahlt die Zahnreinigung mit seiner digitalen Wallet. Schon während er die Praxis verlässt, läuft im Hintergrund mehr ab, als er bewusst wahrnimmt. Die Rechnung wird automatisch digital hinterlegt. Weil in seiner Wallet auch die Daten seiner Zahnzusatzversicherung gespeichert sind, stellt AVA den Erstattungsantrag gemäß seinen Vertragsbedingungen sofort und ohne Umwege. Das Geld ist auf dem Weg, bevor Payman wieder auf der Straße steht.

Draußen lädt derweil sein E-Auto. Früher erforderte dieser Vorgang mehrere Apps und Tarife. Heute ist das Fahrzeug über technische Integrationen direkt mit AVA verknüpft. Partnerverträge seiner Bank regeln Abrechnung und Rabatte automatisch, ohne sein Eingreifen. Payman muss sich um nichts kümmern und spart dabei Zeit und Geld.



Mittags – Bezahlen, ohne nachzudenken

Payman kauft im Duty-Free-Shop am Flughafen Kopfhörer und ein Tablet. An der Kasse läuft vieles automatisch: Die Handelskette ist im AVA-System als vertrauenswürdiger Händler hinterlegt, ein Gutschein aus seiner Wallet wird direkt eingelöst, und AVA wählt im Hintergrund die optimale Zahlungslogik. Die Kopfhörer gehen auf die Kreditkarte mit Cashback, das Tablet wird aus dem Elektronik-Budget gebucht – eine von mehreren Kategorien, die Payman eingerichtet hat.

Dieses Prinzip zieht sich durch seinen Alltag: Lebensmittel im Supermarkt werden automatisch vom Gemeinschaftskonto abgebucht, ein festgelegter Anteil wird direkt mit seiner Freundin verrechnet – ohne Diskussion, ohne Nachfragen, ohne dass jemand in Vorleistung gehen muss.

Früher selbstverständliche Fragen zu Themen wie Karten-Akzeptanz, Limits, Gebühren oder ähnlichem stellen sich nicht mehr. Die Wallet unterstützt alle relevanten Zahlungsarten. AVA entscheidet im Hintergrund nach Kosten, Geschwindigkeit und Mehrwert. Payman muss nur eingreifen, wenn er möchte, beispielsweise um Kosten zu splitten oder um Rechnungsbelege für Dritte bereitzustellen. Da seine Bank eine Wallet mit Mehrwert-Funktionen im Angebot hat, läuft die Ticketkontrolle auf dem Weg zum Flieger nach Paris unkompliziert mit E-Ticket und digitalem Personalausweis in der Wallet.



Abends – Grenzenlose Freiheit

Am Abend genießen Payman und seine Freundin den Blick auf den Eiffelturm. Hotelbuchungen, Restaurantreservierungen und Zahlungen laufen nahtlos über die Wallet. AVA erkennt Unregelmäßigkeiten, informiert bei Bedarf und wählt automatisch die passende Zahlungsoption aus. Keine versteckten Gebühren, keine Unsicherheit.

Für Payman fühlt sich Banking nicht mehr wie ein komplizierter Vorgang an. Es ist ein Service, der zu Hause genauso gut funktioniert wie im europäischen Ausland: unsichtbar, verlässlich und selbstverständlich unsichtbar, da Payman die meisten Vorgänge weder ansehen noch aktiv begleiten musste..

Neue Chancen für das Firmenkundengeschäft

Neue Möglichkeiten für Bank-Mitarbeitende im Firmenkundengeschäft

Was im Alltag von Payman Zastermann sichtbar wird, hat tiefgreifende Auswirkungen auf Banken selbst. Open Finance verändert nicht nur das Kundenerlebnis, sondern auch die Art, wie Institute ihre Kunden betreuen und Entscheidungen treffen. FiDA macht Daten verfügbar, die bisher fragmentiert oder schlicht unzugänglich waren. Für die Institute eröffnet sich eine neue Dimension, und die Möglichkeiten der Betreuung verbessern sich spürbar. Dies wirkt sich auch auf das Firmenkundengeschäft aus.

Open Finance als Grundlage für besseren Service

Dank der Verarbeitung umfangreicherer und relevanterer Datenbestände können Banken ihre Firmenkunden künftig gezielter und proaktiver betreuen als je zuvor. Der Mehrwert von Open Finance liegt nicht nur in den Daten, sondern in dem, was daraus entsteht: ein vollständigeres Bild des Kunden bzw. des Firmenkunden. Dadurch ist es möglich, zur richtigen Zeit den geeigneten Service zu bieten. Mithilfe dieses Gesamtpakets aus Produkten, Tools und Dienstleistungen kann die Bank maßgeschneiderte Angebote größtenteils automatisiert oder auch über Mitarbeitende zusammenstellen. Beispielsweise profitieren Firmenkunden so von einer optimierten Liquiditätssteuerung, die auf fundierten Datenanalysen basiert. Gleichzeitig sorgt ein intuitives Dashboard für eine klare Visualisierung aller relevanten Informationen und erleichtert den Überblick.

Der interne Assistent für Mitarbeitende

Diese neuen Möglichkeiten kommen auch den Kundenbetreuerinnen und Kundenbetreuern zugute, ganz gleich, ob sie einen mittelständischen Betrieb oder einen internationalen Konzern betreuen. In unserem Beispiel steht dafür der »interne smarte Assistent« (ISA) zur Verfügung: ISA kann kundenindividuell konfiguriert werden. Er wertet rund um die Uhr interne und externe Daten aus, beispielsweise zur finanziellen Lage des Kunden, zu seinem Marktsegment oder zur globalen Entwicklung. Jeden Morgen liefert ISA den Mitarbeitenden konkrete Signale, auf die sie heute achten sollten, und zeigt mögliche Entwicklungen des Betreuungsszenarios für die kommenden Monate.

Auf besondere Herausforderungen im Tagesgeschäft reagiert ISA in Echtzeit. Ein drohender Liquiditätsengpass oder ein Betrugsverdacht werden sofort erkannt. Die zuständigen Kundenbetreuerinnen und Kundenbetreuer werden umgehend informiert und die relevanten Stellen automatisch eingebunden. ISA liefert dabei nicht nur eine Lageeinschätzung, sondern auch konkrete, maßgeschneiderte Lösungsszenarien, die direkt einsatzbereit und an die individuelle Situation des Kunden angepasst sind. Wenn vereinbart, kann dieser Service dem Kunden auch ad hoc zugänglich gemacht werden, sodass er in kritischen Momenten nicht auf das nächste Gespräch warten muss.

360-Grad-Blick und 24/7-Verfügbarkeit

Über ihr persönliches Dashboard behalten Bankmitarbeitende den Überblick. Alle Kunden, der aktuelle Handlungsbedarf und die kundenindividuellen Detailansichten sind jederzeit abrufbar. Was früher Recherche erforderte, ist auf einen Blick verfügbar – rund um die Uhr. Gerade für internationale Konzerne, die in mehreren Zeitzonen agieren, ist diese Verfügbarkeit keine Komfortfunktion, sondern eine Grundvoraussetzung.

Dieser 360-Grad-Blick bleibt nicht zwingend auf die Bank beschränkt. Bei Bedarf wird er auch den Kundinnen und Kunden zur Verfügung gestellt, sodass sie gemeinsam mit der Bank die passenden Tools und Services auswählen, kombinieren und bei Bedarf erweitern können. So wird aus Betreuung eine echte Partnerschaft.



Kapitel 3

Der Weg zur steuerbaren Plattformstrategie

Der Weg zur steuerbaren Plattformstrategie

Die regulatorische Öffnung ermöglicht neue Plattform- und Kooperationsmodelle. Banken müssen dafür nicht alles selbst entwickeln, sondern die richtigen Ebenen kontrollieren, gezielt Partner einbinden und ihre Strategie klar steuern. So entsteht Wertschöpfung durch Orchestrierung – mit mehr Flexibilität und ohne Kontrollverlust.

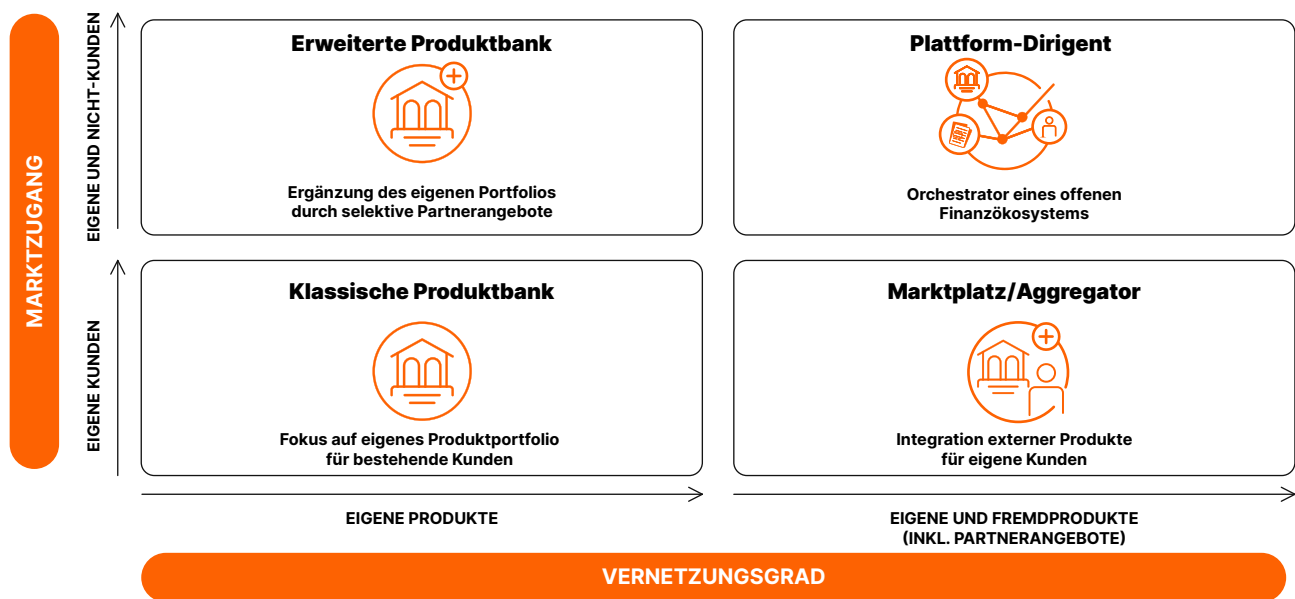


Abbildung 1: Die Cofinpro Open-Finance-Matrix

In Zeiten von Open Finance verläuft die Plattformstrategie entlang klarer Koordinaten. Die Matrix zeigt, welche Entwicklungsrichtungen realistisch, sinnvoll und steuerbar sind. Klassische Produktbanken fokussieren sich auf eigene Angebote für die eigene Kundenbasis. Erweiterte Produktbanken erschließen Nicht-Kunden als neue Zielgruppe, bleiben dabei jedoch produktzentriert. Marktplätze und Aggregatoren integrieren Partnerangebote und bieten diese der eigenen Kundenbasis an.

Wer die Plattform hingegen als Schaltzentrale begreift, geht den entscheidenden Schritt weiter: Eigene wie auch fremde Produkte werden nicht nur den eigenen Kunden, sondern dem gesamten Ökosystem angeboten. Das ist der Wandel von der Produkt- zur Serviceorientierung. Es geht um das für den Kunden beste Lösungsangebot – auch wenn dieses nicht aus der eigenen Produktpipeline stammt. Die Bank wird so zum »Go-to«-Finanzdienstleister, der optimal zugeschnittene Services und Produkte anbietet. Das ist der strategische Ansatz von Open Finance: Wertschöpfung durch Orchestrierung statt durch Vollintegration. Kunden teilen ihre Daten und erhalten dafür eine echte Gegenleistung.

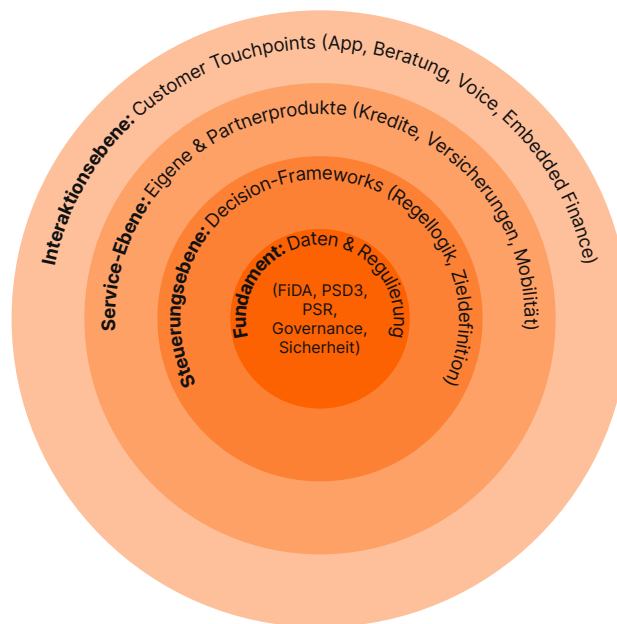


Abbildung 2: Der Kern bleibt in der Bank

Plattformstrategie bedeutet nicht, alles selbst zu entwickeln oder zu betreiben. Es geht darum, alle Ebenen aktiv zu gestalten – mit eigenen Mitteln, aber auch mit den richtigen Partnern. Das Fundament bilden dabei Daten und Regulierung. FiDA, PSD3 und PSR definieren die Infrastruktur und die Spielregeln. Dadurch entstehen vergleichbare Wettbewerbsbedingungen. Für Banken ist das im Hinblick auf die Wettbewerber aus dem Big-Tech-Bereich kein Nachteil, da sie sich bei der Regulatorik auf vertrautem Terrain bewegen. Darauf aufbauend liegt die Steuerungsebene, der strategische Hebel der Bank. Die äußeren Ebenen, also Services und Kundenschnittstellen, umfassen operative Aufgaben in der direkten Kundenbeziehung. Partnerangebote können das eigene Portfolio sinnvoll ergänzen. So stellt die Bank sicher, dass sie auf allen Ebenen präsent und gestaltend ist. Nur so bleibt sie für den Kunden relevant, sichtbar und die erste Anlaufstelle.

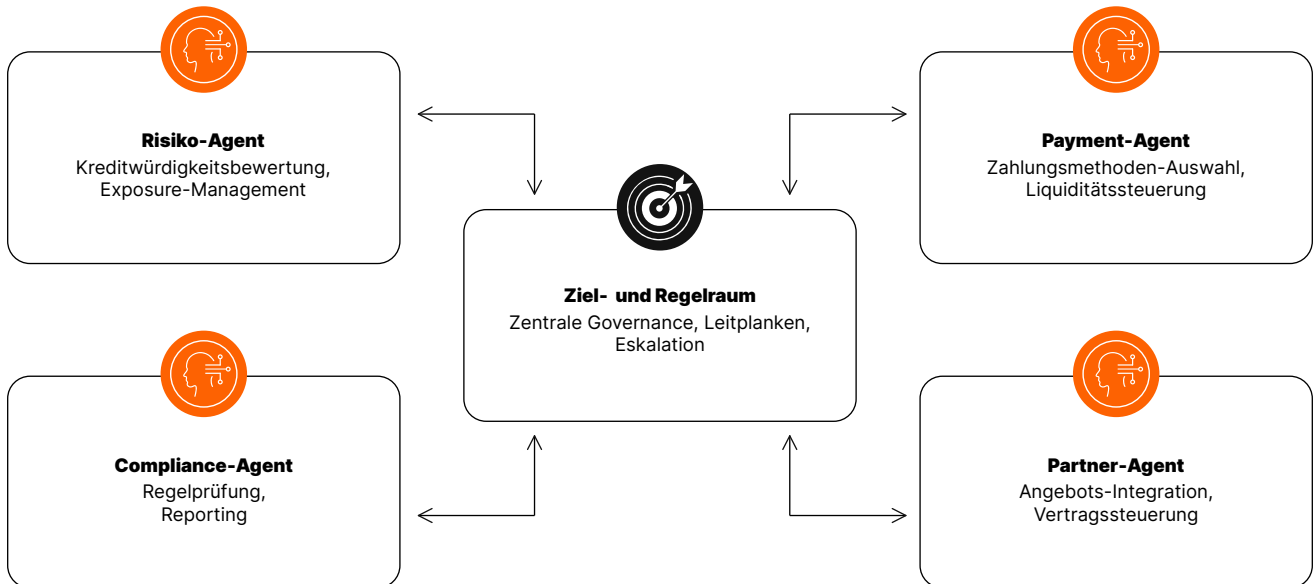



Abbildung 3: Flexibilität statt starrer Prozesse

Ein wesentlicher Bestandteil der Steuerungsebene sind KI-Agenten. Sie ersetzen starre, sequenzielle Abläufe durch eine regelbasierte Entscheidungslogik, die autonom innerhalb definierter Leitplanken agiert. So wird ein individuell angepasstes Vorgehen ermöglicht und sichergestellt, dass die erforderlichen Daten zum gewünschten Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Der strategische Hebel liegt dabei nicht in der Automatisierung einzelner Schritte, sondern in der kontrollierten Autonomie über Funktionsgrenzen hinweg. Ein Beispiel: Ein Risiko-Agent bewertet die Kreditwürdigkeit nicht mehr anhand fester Scorecards, sondern integriert dynamisch Daten aus Versicherungen, Depots und dem Zahlungsverhalten. Ein Payment-Agent wählt die optimale Zahlungsmethode basierend auf Kosten, Geschwindigkeit, Bonusprogrammen und der Liquiditätssituation aus, ohne dass eine manuelle Freigabe erforderlich ist.

Banken orchestrieren künftig nicht nur Produkte, sondern autonome Entscheidungslogiken.

Entscheidend ist der zentrale Ziel- und Regelraum. In diesem werden Prioritäten definiert, Konfliktlogiken festgelegt und Eskalationspfade gesteuert. Innerhalb dieser klar definierten Leitplanken können KI-Agenten und Mitarbeitende autonom handeln. Die Kontrolle erfolgt nicht durch Freigaben, sondern durch Monitoring und Eskalationslogik. Abteilungssilos werden durch funktionsübergreifend arbeitende Steuerungsebenen ersetzt. Die Produktverantwortung weicht der Service-Verantwortung gegenüber dem Kunden. Es stellt sich nicht mehr die Frage »Welches Produkt verkaufen wir?«, sondern »Welche Kundensituation lösen wir und wer kann uns dabei unterstützen?«.




Kapitel 4

**»Gewinnen wird, wer
Einfachheit, Geschwindigkeit
und Relevanz am
besten kombiniert«**

»Gewinnen wird, wer Einfachheit, Geschwindigkeit und Relevanz am besten kombiniert «

Open Finance geht über neue Schnittstellen und regulatorische Pflichten hinaus. Tatsächlich stehen zwei Fragen im Raum: Wer liefert den Menschen im Alltag künftig die finanzielle Orientierung als Plattform-Orchestrator? Und wer übernimmt nur noch die Abwicklung als Infrastrukturanbieter? Im Interview erläutern Marie-Chantal Becker, Expert Consultant bei Cofinpro, und Norman Philipp, Manager Zahlungsverkehr bei Cofinpro, welche Erwartungen Kunden haben und warum Banken jetzt handeln sollten. Unterstützt werden die Aussagen durch die von Cofinpro erstellten Studien »Banken im Zugzwang? Was Endkunden von FiDA erwarten« und »Digital Wallets – Die Zukunft der Geldbörsen«.

Frau Becker, Herr Philipp, »Banking so einfach wie möglich«, wird sich dieser Trend künftig noch verstärken?

Becker: Eindeutig ja. Kundinnen und Kunden möchten sich immer weniger mit Finanz- und Bezahlsituationen beschäftigen. Sie erwarten, dass Routineentscheidungen im Hintergrund laufen, beispielsweise das Sparen, das Budgetieren, das Bezahlen von Rechnungen und Abonnements sowie die Liquiditätssteuerung. Die Bank soll dabei helfen, statt zusätzliche Arbeit zu verursachen. Ein Vorbild aus dem Alltag ist die Navigation: Wir geben nur das Ziel vor und die Technik übernimmt die Routenplanung. Genau diese Erwartungshaltung entsteht auch im Finanzbereich: **Richtung vorgeben, Autopilot an.**  Ein Klick, vielleicht zwei – aber nicht mehr: einloggen, IBAN prüfen, Beträge abgleichen, überlegen, welche Karte die richtige ist.

1

Orientierung und Automatisierung statt alles selbst machen:

60 Prozent der Endkunden nutzen aktiv Beratungsangebote ihrer Bank – je jünger, desto häufiger. Gleichzeitig attestieren sich rund zwei Drittel nur mäßiges oder schlechtes Finanzwissen. 18- bis 34-Jährige nutzen Beratung überdurchschnittlich häufig, haben aber den schlechtesten Überblick über ihre Finanzen.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Banken im Zugzwang?«](#)

Wo liegen die größten Brüche zwischen dem, was Banken anbieten, und dem, was Kunden tatsächlich erwarten?

Philipp: Der Bruch liegt weniger in der Technologie als in der Denkweise. Banken denken in Produkten: Girokonto, Girocard, Kreditkarte. Kunden hingegen denken in Situationen. Vereinfacht gesagt, wollen Kunden etwas kaufen, nicht bezahlen. Hinzu kommt der Wunsch nach einem ganzheitlichen Überblick über Konten, Depots, Versicherungen, Verbindlichkeiten und Sparziele – unabhängig davon, bei welchem Anbieter diese liegen. Viele Institute arbeiten jedoch noch nach der »Das ist unseres«-Logik. Open Finance verschiebt diese Perspektive: **weg vom isolierten Produkt, hin zu einem vernetzten Finanzleben.** Die Wechselhürden werden immer niedriger und der Zugang leichter. Open Finance schafft die Voraussetzung, dass diese Welt nicht fragmentierter wird, sondern integrierter: Der Kunde kombiniert, und eine Bank oder Plattform macht daraus eine konsistente Sicht, Steuerung und Automatisierung.

Kunden glauben, die Bank habe den Überblick – Open Finance macht diesen Anspruch erstmals einlösbar:

2

75 Prozent der Kunden gehen davon aus, dass ihre Bank bereits heute alle relevanten Finanzdaten in der Beratung berücksichtigt. In der Realität liegen diese Daten aktuell aber meist gar nicht vollständig vor. FiDA schließt genau diese Wahrnehmungslücke.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Banken im Zugzwang?«](#)

Banken genießen beim Datenschutz einen Vertrauensvorsprung. Reicht dieser aus, um die Kundenschnittstelle zu behalten, oder wird Bequemlichkeit wichtiger?

Philipp: Vertrauen ist zwar die **Eintrittskarte zur Kundeninteraktion**, aber kein Besitzanspruch auf die Kundenschnittstelle. Und: Vertrauen ist nicht alles. Am Ende gewinnt der, der Einfachheit, Geschwindigkeit und Relevanz am besten kombiniert. Wenn Banken diese Kombination nicht liefern, wandert die Interaktion ab, **selbst wenn das Institut weiterhin als sicher und vertrauenswürdig gilt**. In der Praxis sehen wir längst Multi-Banking: Kunden nutzen parallel Neobanken, klassische Banken und zusätzliche Konten. Die Frage ist: Wer wird zum »Default«?

3

Banken haben das Vertrauen – aber noch nicht die Alltagsschnittstelle:

80 Prozent vertrauen ihrer Hausbank beim Umgang mit sensiblen Daten.

Nur 35 Prozent vertrauen Technologiekonzernen wie Apple oder Google.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Digital Wallets – die Zukunft der Geldbörsen«](#)

4

Vertrauen ist gut, aber Bequemlichkeit entscheidet mit:

76 Prozent vertrauen etablierten Filialbanken beim Umgang mit sensiblen Finanzdaten.

Gleichzeitig sind 48 Prozent aller Befragten bereit, die Bank zu wechseln, wenn ein anderer Anbieter eine vollständige Finanzübersicht bietet. Bei den 18- bis 34-Jährigen liegt die Wechselbereitschaft sogar bei 63 Prozent.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Banken im Zugzwang?«](#)

Wenn Kundinnen und Kunden »Autopilot« erwarten, was bedeutet das für Banken?

Becker: Bestehende Produkte einfach digital zu verpacken, reicht nicht aus. Banken müssen stärker vom Kundenerlebnis her denken: Welche Situationen lösen wir? Was muss im Hintergrund orchestriert werden, damit es vorne mühelos wirkt? In vielen Häusern dominiert noch der Blick auf regulatorische Pflichterfüllung: PSD3 als Compliance-Thema, APIs als IT-Projekt. Dabei steht mit Open Finance ein strategischer Hebel zur Verfügung, der neue Ertragsmodelle, eine bessere Steuerung, neue Partnerschaften und moderne Kundenschnittstellen ermöglicht. Ein häufiger Denkfehler ist: »Das kannibalisiert unser Geschäft.« In Wahrheit kannibalisiert jedoch der Markt. **Kundinnen und Kunden holen sich Services dort, wo sie funktionieren,** ⁵ und wechseln schneller als früher. Wer Open Finance also nur als »Pflichterfüllung« versteht, baut Mindestlösungen und wird zum Zulieferer von Daten und Basisdiensten. **Die Wertschöpfung – Orchestrierung, Kundenschnittstelle, Zusatzservices – findet dann bei anderen statt.** ⁶

5

Was Kunden wirklich wollen:

Knapp 80 Prozent der Endkunden interessieren sich für einen bankübergreifenden Finanzüberblick. Entscheidend sind dabei nicht Spielereien, sondern Datenschutz, Kontrolle und spürbarer Nutzen – erst danach Komfort.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Banken im Zugzwang?«](#)

6

FiDA rechnet sich – wenn man es richtig macht:

Rund ein Drittel der Endkunden ist bereit, für bessere, passgenaue FiDA-Services zu zahlen. Besonders ausgeprägt ist die Zahlungsbereitschaft bei 18–34-Jährigen und Haushalten mit höherem Einkommen.

[Mehr dazu in der Cofinpro-Studie »Banken im Zugzwang?«](#)

Welche Rollen können Banken im Open-Finance-Ökosystem übernehmen?

Becker: Zwischen den Polen »Infrastrukturanbieter« und »Plattform-Orchestrator« gibt es viele Varianten, die bewusst gewählt werden sollten. So kann eine Bank beispielsweise in manchen Bereichen eine Plattformlogik aufbauen und in anderen eine Infrastrukturrolle einnehmen. Open Finance bedeutet nicht, alles über den Haufen zu werfen, sondern sich gezielt, kontrolliert und strategisch zu öffnen. Wer passiv bleibt, wird in eine Rolle gedrängt. Dann wird die Bank austauschbar und verliert die Gestaltungsmacht über das eigene Geschäftsmodell.

Was bremst Banken heute am stärksten: Technologie oder Kultur?

Philipp: Technologie ist der sichtbare Bremsfaktor: Legacy-Systeme, Komplexität und lange Release-Zyklen. Kultur wirkt jedoch oft als Multiplikator: Wie schnell lernt die Organisation? Wie schnell kann sie liefern? Ein gutes Beispiel ist Instant Payment: Es ist zwar regulatorisch ein Muss, hat aber eine viel größere Wirkung. Denn es zwingt Banken, das Denken in Öffnungszeiten aufzugeben und stattdessen ein 24/7-Betriebsmodell zu etablieren. Dies betrifft nicht nur die IT, sondern auch die Betriebs- und Organisationslogik.



Kapitel 5

Der Start ins Open-Finance-Zeitalter

Der Start ins Open-Finance-Zeitalter

Derzeit werden die regulatorischen und technologischen Voraussetzungen für Open Finance geschaffen, zeitgleich wachsen die Erwartungen der Kundinnen und Kunden. In diesem Umfeld ist es nicht entscheidend, der Erste oder der Schnellste zu sein. Vielmehr geht es um einen Ansatz, der Strategie, Umsetzung und operativen Alltag konsequent miteinander verbindet.

PHASE 1 Die Rolle festlegen, bevor andere sie definieren

Zunächst werden die Roadmap und die Positionierung skizziert – nicht als starre Konstrukte, sondern so flexibel, dass sie bei Bedarf angepasst werden können. Wichtige Fragen sind: Wo möchten wir in der Open-Finance-Matrix stehen? Welche Rolle wollen wir im Open-Finance-Ökosystem spielen: Infrastruktur, Plattform oder ein bewusstes Hybridmodell? Welchen konkreten Kundennutzen können wir innerhalb der nächsten sechs Monate liefern, und was folgt danach? Mit welchen Partnern müssen wir dafür heute sprechen?

Diese Fragen zielen auf die künftige Positionierung ab. Eine Bank, die als Plattform-Orchestrator auftreten möchte, benötigt andere Steuerungslogiken, Kompetenzen und Partnerschaften als ein Institut, das sich als Infrastrukturanbieter fokussiert. Entscheidend ist: Die Positionierung muss aktiv erfolgen. Wer nicht wählt, wird gewählt.

PHASE 2 Einen sichtbaren Use Case liefern und das Fundament legen

Auf die strategische Entscheidung folgt ein erster sichtbarer Use Case – und zwar nicht als Pilotprojekt im Labor, sondern als reales Angebot für Kundinnen und Kunden. Mögliche Beispiele sind eine Abo-Verwaltung mit Kündigungsassistenten oder eine intelligente Zahlungslogik, die automatisch den optimalen Zahlungsweg auswählt.

Parallel dazu werden die operativen Fundamente geschaffen: Dazu gehören API-Readiness, eine klare Datenarchitektur mit sauberer Datenqualität sowie standardisierte Partner-Onboarding-Prozesse. Der Effekt ist doppelt: Die Bank wird spürbar relevanter im Alltag, während im Hintergrund die Skalierbarkeit vorbereitet wird. Zwei Geschwindigkeiten, ein Ziel.

PHASE 3 Das Ökosystem orchestrieren

In dieser Phase werden Partner systematisch integriert, KI-Agenten in die Produktion überführt und Governance sowie End-to-End-Verantwortung klar geregelt. Was als einzelner Use Case begann, wird zum Standard. Und zwar nicht als Insellösung, sondern als Teil eines orchestrierten Ökosystems.

Nach zwölf Monaten steht noch keine fertige Plattform. Aber es steht eine Infrastruktur – modular, flexibel und zukunftsfähig – und, wichtiger noch: eine Bank, die bewiesen hat, dass sie gestalten kann. Mit einer klaren Rolle im Ökosystem, funktionierender Governance und sichtbarer Wirkung für Kundinnen und Kunden.



Kapitel 6

Fazit: **Die Unternehmens-** **führung ist gefordert**

Fazit: Die Unternehmensführung ist gefordert

Marktbekanntheit und Reichweite sind essenziell für den Ausbau der Kundenbeziehungen. Mit ihrer Open Finance Strategie legen Banken die Basis, um für Kunden attraktiv zu sein. Durch Open Finance fließen im Banking mehr Daten als je zuvor – und der Zufluss wächst stetig. Kundinnen und Kunden werden sich dem nicht verweigern, sondern es begrüßen, sofern sie im Gegenzug echten Mehrwert erhalten. Die entscheidende Frage ist daher nicht, ob Daten geteilt werden, sondern wer den besten Service, die besten Konditionen und den größten Nutzen bietet. Banken, die hier nicht aktiv mitgestalten, überlassen dieses Feld anderen. Anstatt den Wandel nur formal zu begleiten, sollten Banken ihn aktiv prägen. Wer jetzt handelt, sichert sich strategische Freiheitsgrade. Wer wartet, verliert Gestaltungsspielraum – und womöglich gleich die Kundenbeziehung.

Auf Vorstandsebene stehen dabei drei Entscheidungen an:

1 Welche Rolle wollen wir spielen?

Infrastrukturanbieter, Plattform-Orchestrator oder eine bewusste hybride Rolle? Diese Entscheidung bestimmt Partnerschaften, Investitionen und strategische Freiheitsgrade für die kommenden Jahre. Wer diese Frage nicht aktiv beantwortet, wird von anderen im Ökosystem positioniert – nicht durch eigene Entscheidung.

2 Wie stellen wir End-to-End-Verantwortung sicher?

Kunden erleben Services, keine Organisationseinheiten. Die Governance muss liefern können, was vorne versprochen wird, und zwar ohne Silos oder Reibungsverluste. Gerade im Kontext von Open Finance wird diese Fähigkeit zum Wettbewerbsfaktor.

3 Wie ist unsere Wallet-Strategie?

Wer die Interaktion in der Wallet verliert, verliert Pricing Power, Cross-Selling-Potenziale und Relevanz. Die Wallet ist kein Feature. Sie ist die Kundenschnittstelle der Zukunft und entscheidet darüber, wer im Alltag der Kundinnen und Kunden sichtbar bleibt.

Wo Cofinpro unterstützen kann

Cofinpro begleitet Banken genau an der Schnittstelle, an der viele Initiativen scheitern: zwischen strategischer Zielsetzung und operativer Umsetzung. Im Fokus stehen dabei nicht Technologien um ihrer selbst willen, sondern steuerbare Entscheidungen und umsetzbare Schritte.

Typische Ansatzpunkte sind:

- Strategische Rollenklärung im Open-Finance-Ökosystem
- Übersetzung von Zielbildern in realistische Roadmaps
- Priorisierung von Use Cases vor Architekturprojekten
- Aufbau von Governance- und End-to-End-Modellen, die Silos überwinden
- Begleitung der ersten 100 Tage, um Momentum und Sichtbarkeit zu schaffen
- Gestaltung von Innovation Lab Workshops



Norman Philipp
Manager,
Cofinpro

Norman Philipp ist Manager mit Fokus auf Zahlungsverkehr. Sein Schwerpunkt liegt auf der digitalen Transformation von Bankprozessen - dabei begleitet er Banken bei der Modernisierung von Front- und Backends, der Implementierung API-getriebener Plattformmodelle, sowie bei der Übersetzung von fachlichen und regulatorischen Anforderungen in zukunftsfähige IT-Lösungen.



Marie-Chantal Becker
Expert Consultant,
Cofinpro

Marie-Chantal Becker ist Expert Consultant mit Fokus auf die Analyse und Strukturierung technologiegetriebener Fachthemen. Sie unterstützte bereits mehrere Finanzinstitute dabei, fachliche Perspektiven und IT-Fragestellungen miteinander zu verbinden. Sie verfügt über Erfahrung sowohl im Wertpapier- und Depotgeschäft als auch im Zahlungsverkehr.

Über Cofinpro (www.cofinpro.de)

Cofinpro unterstützt Deutschlands führende Banken und Kapitalverwaltungsgesellschaften in der Management-, Fach- und Technologieberatung. Zu den Kunden zählen große Geschäftsbanken, die Sparkassen-Finanzgruppe und die Genossenschaftliche FinanzGruppe. Gegründet 2007 als mitarbeitergetragene Aktiengesellschaft beschäftigt die Unternehmensberatung inzwischen rund 250 Bank- und Technologieexperten. Das Haus hat 2026 zum 16. Mal in Folge vom Great Place to Work® Institut die Auszeichnung als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands erhalten.

Impressum**Cofinpro AG**

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

COFINPRO