



Beschleunigung der Dateninnovation mit Echtzeit-Finanzdienstleistungen

Wie sich Finanzsysteme mit moderne Techologien auf der Datenebene bessere Erfolgchancen in einem immer stärker umkämpften Markt sichern können



Zusammenfassung

„Der Finanzdienstleistungssektor sieht sich mit ernsthaften Herausforderungen konfrontiert in Form von knappen Gewinnspannen, verändertem Kundenverhalten und Wettbewerb durch neue, digital versierte Marktteilnehmer.“



Der Finanzdienstleistungssektor sieht sich mit ernsthaften Herausforderungen konfrontiert in Form von knappen Gewinnspannen, verändertem Kundenverhalten und Wettbewerb durch neue, digital versierte Marktteilnehmer und Big Tech. Cloud-basierte Fintech-Startups konzentrieren sich auf ein kundenorientiertes digitales Modell, das ihnen eine Reihe von Vorteilen gegenüber älteren, lokal installierten Systemen bietet. Dazu gehören größere Flexibilität und mehr Einsatzmöglichkeiten, eine höhere geschäftliche Agilität und ein schnellerer Weg zu Innovationen.

Infolgedessen sind Fintech-Startups in der Lage, mühelos Innovationen anzustoßen und neue Ideen umzusetzen, um das Kundenerlebnis zu optimieren.

Im Gegensatz dazu leidet ein Großteil des traditionellen Bankwesens immer noch unter der Starrheit und Komplexität des alten relationalen Datenbankmanagements (RDBM), was die Fähigkeit zur Skalierung, Innovation und Anpassung an moderne Technologien einschränkt. Außerdem handelt es sich um eine stark regulierte Branche, in der ständig neue Vorschriften eingeführt werden. Banken müssen sich schnell anpassen, um Geldstrafen zu vermeiden—ein schwieriges Unterfangen, wenn sie tief in schwerfälligen IT-Altssystemen verwurzelt sind.

Es überrascht nicht, dass diese Schwierigkeiten durch die Covid-19-Pandemie noch verschärft wurden. Die Bewältigung dieser Herausforderungen bietet dem Sektor jedoch die Möglichkeit, seine Reichweite zu vergrößern und neue Produkte und Dienstleistungen einzuführen. Dieser Bericht befasst sich mit vier Bereichen, in denen insbesondere moderne Technologien auf der Datenebene traditionellen Finanzdienstleistern helfen können, die Herausforderungen zu bewältigen und von neuen Möglichkeiten zu profitieren.

Zunächst einmal erwartet der Markt von seinen Finanzdienstleistern ein ganzheitliches Kundenerlebnis, das alles umfasst, von Mobil- und Online-Diensten über Chat bis hin zum traditionellen Telefondienst. Traditionelle Banken, die eine solche Strategie erfolgreich umsetzen, können ihre stationären Filialen in einen Wettbewerbsvorteil verwandeln, ihre Empfehlungsraten verbessern und ihre Kunden dazu bewegen, mehr Produkte und Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

Zweitens verpflichten regulatorische Änderungen die Finanzinstitute zur gemeinsamen Nutzung von Kundendaten durch offene Bankprozesse. Doch die Erfüllung dieser Standards ist nicht nur mit Kosten verbunden. Im Vereinigten Königreich, das als eines der ersten Länder Open Banking eingeführt hat, haben die Maßnahmen nachweislich neue Ertragsmöglichkeiten eröffnet.

Drittens sind die Finanzinstitute einer wachsenden Bedrohung durch Betrug und Cyberkriminalität ausgesetzt. Mit Technologien auf der Datenebene können die Finanzdienstleister diese Herausforderungen meistern und den Kunden das Vertrauen geben, dass ihre finanzielle Sicherheit in guten Händen ist.

Zudem sind Verfügbarkeit und Skalierbarkeit von entscheidender Bedeutung, um sicherzustellen, dass die neuen und innovativen Dienstleistungen tatsächlich bei den Kunden ankommen, so dass die Banken flexibel auf veränderte Bedingungen reagieren und das Vertrauen der Kunden stärken können.

Daten sind für die Bewältigung all dieser Herausforderungen von entscheidender Bedeutung. In den kommenden Jahren werden diejenigen Finanzdienstleister florieren, denen es gelingt, das Beste aus diesen Daten zu machen.

Einleitung

Der Banken- und Finanzdienstleistungssektor steht vor komplexen Herausforderungen, die von historisch niedrigen Zinssätzen, die den Umsatz drücken, bis hin zu einem schwierigen regulatorischen Umfeld als Folge der Finanzkrise von 2008 reichen. Gleichzeitig ändern sich die Verhaltensweisen sowohl der Verbraucherinnen und Verbraucher als auch der Branche insgesamt.

Jüngere Generationen, die einen großen und wachsenden Teil der Verbraucher ausmachen, verlangen nach besseren digitalen Erlebnissen, während die Erwartungen von Geschäftskunden durch ihre Erfahrungen als digitale Konsumenten geprägt sind. Gestiegene Kosten, z. B. für Cybersicherheit, drücken weiter auf die Margen. Große traditionelle Finanzinstitute verfügen nicht über den Luxus von Zeit, um mit diesen Herausforderungen fertig zu werden, da sie auch mit wachsenden Legionen neuer, digital-versierter Herausforderer konfrontiert sind.

Viele Banken erkennen das Potenzial moderner Datentechnologien, um ihre Systeme und Geschäftsprozesse effizienter und flexibler zu gestalten und auf Kundentrends zu reagieren. Ältere RDBMS haben oft Probleme mit der Skalierbarkeit, Flexibilität, Zuverlässigkeit und Komplexität.

Sie zu ersetzen ist jedoch riskant, teuer und zeitaufwändig, was für traditionelle Banken eine große Hürde darstellt. Wenn sich ein neuer Trend abzeichnet, können Fintech-Start-ups, die in der Cloud entstanden sind, flexibel reagieren, innovativ sein und auf die Bedürfnisse der Verbraucher eingehen, während traditionelle Banken damit kämpfen, die Rädchen in ihrem starren Modell in Bewegung zu setzen.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, erweitern traditionelle Finanzdienstleister ihre alten, stationären Backoffice-IT-Systeme mit Stapelverarbeitung vor Ort. Dies wird durch die Einführung von Cloud- und Microservices-Architekturen, künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen (KI/ML) erreicht sowie durch den verstärkten Einsatz von Analysen für ihre Marktbereiche und Dienststellen-Anwendungen, die Echtzeitdaten erfordern.

Jedes einzelne mittelständische Vermögensverwaltungs-, Versicherungs- und Finanzinstitut, das von BDO im Jahr 2020 befragt wurde, gab an, dass es eine digitale Strategie entwickelt hat oder plant, eine solche zu entwickeln. Doch obwohl buchstäblich alle an einer digitalen Strategie arbeiten, setzt nur ein Viertel (27%) dieser Institute ihre Strategien auch um.

Die Herausforderungen sind durch die Covid-19-Pandemie nur noch größer geworden und das Tempo der Veränderungen hat sich beschleunigt. PwC hat davor gewarnt, dass sich die Kreditqualität rasch verschlechtern könnte und die Märkte wahrscheinlich volatil sein werden, was sich auf die Stabilität des Unternehmens und die Erträge auswirken wird. Die anhaltenden Auswirkungen von COVID-19 werden wahrscheinlich noch Jahre andauern.

Es sind konzertierte Anstrengungen erforderlich, um die Störungen zu bewältigen, z. B. durch engen Kontakt mit Geschäftspartnern und Aufsichtsbehörden, die Überprüfung von Portfolios zur Ermittlung potenzieller Risiken und die Verbesserung der Kundenerfahrung. Doch es besteht kein Grund zu verzweifeln. Diese enormen Schwierigkeiten sind auch eine Chance, Ihren Marktanteil zu vergrößern, neue Dienstleistungen zu entwickeln, die digitale Transformation zu beschleunigen und Ihre Anwendungen zu modernisieren. Die Unternehmen, denen dies am effektivsten gelingt, werden im kommenden Jahrzehnt floriieren.

In der Forrester-Infografik: [The State Of Digital Transformation In Financial Services, 2021](#) wies Forrester darauf hin, dass Finanzdienstleistungsunternehmen in Produkte, Kundenerfahrung (CX) und Innovation investieren, um die COVID-19-Krise zu überwinden. Eine weitere wichtige Erkenntnis lautete, dass die Verbesserung der Betriebseffizienz zum wichtigsten Treiber der digitalen Transformation geworden ist.

Glücklicherweise gibt es technologische Lösungen, die fähig sind, Widerstandsfähigkeit und Flexibilität zu erhöhen, wie z. B. eine erstklassige moderne Datenschicht, die wichtige Unternehmensziele ermöglichen und gleichzeitig die betriebliche Effizienz verbessern kann. Genau das kann Redis Enterprise bieten. In diesem Beitrag wird anhand von Beispielen gezeigt, wie Redis ein wesentliches Element sein kann, um Banken und Finanzinstitute bei der Bewältigung der heutigen Herausforderungen zu unterstützen und die damit verbundenen Möglichkeiten zu erschließen.



1. Kundenerfahrung

Die Erwartungen der Kundinnen und Kunden haben sich geändert. Die jüngeren Generationen (z. B. die Millennials und die Generation Z) sind mit digitaler Technologie aufgewachsen und machen heute einen großen Teil des Kundenstamms von Finanzinstituten aus. Diese Kunden erwarten Online- und Mobile-Banking und die Verfügbarkeit ihrer Kontodaten zu jeder Zeit und auf jeder Plattform. Wenn sie zum Beispiel eine Transaktion auf ihrem Laptop beginnen, möchten sie diese nahtlos per Telefon oder in einer Filiale fortsetzen können. Während 17 % der über 55-Jährigen davon ausgehen, dass sie in den nächsten ein bis zwei Jahren verstärkt online Bankgeschäfte tätigen werden, ist dies laut einer EY-Umfrage bei mehr als einem Viertel (28 %) der unter 35-Jährigen der Fall.

Eine Omnichannel-Plattform bietet die Chance, das Kundenerlebnis zu verändern und bringt erhebliche Vorteile mit sich. Finanzinstitute konkurrieren in einem überfüllten und hart umkämpften Markt, in dem die Kunden ständig mit neuen und aufregenden digitalisierten Produkten bombardiert werden, die ihnen eine bessere Kontrolle über ihre Finanzen ermöglichen.

Um erfolgreich zu sein, müssen Finanzinstitute das Kundenerlebnis in einer Weise verbessern, die den Nutzern eine schnelle, flexible und nahtlose digitale Lösung garantiert:

- 76 % der Kunden wünschen sich ein Omnichannel-Erlebnis
- 79 % wünschen eine schnelle Antwort auf Anfragen, wobei ein Drittel der Kunden auf sozialen Medien eine Antwort innerhalb von 30 Minuten erwartet.
- 59 % erwarten einen Kundendienst auf Abruf, der von jedem Ort aus erreichbar ist

Die Kunden sind unerbittlich in ihren Erwartungen und dulden keine Unzulänglichkeiten. Laut dem *World Retail Banking Report* (2021) geben 81 % der Kundinnen und Kunden an, dass sie geneigt wären, zu einem neuen Finanzdienstleister zu wechseln, wenn dieser leicht zugängliche, flexible Bankdienstleistungen anbietet.

Banken, die ein schlechtes Kundenerlebnis bieten, verzeichnen in der Regel einen Rückgang ihres Anteils an den Einlagen. Für ältere Kundinnen und Kunden und Personen, die weniger Zugang zu digitalen Tools haben, ist der persönliche Kontakt in Bankfilialen nach wie vor wichtig. Die Kosten für die Aufrechterhaltung eines Filialnetzes waren für viele Finanzdienstleister eine Belastung, aber eine Omnichannel-Strategie kann diese Filialen in einen Vorteil verwandeln. Einzelhändler haben den Omnichannel-Trend bereits aufgegriffen und Banken bietet sich die Möglichkeit, diesem Beispiel zu folgen. In diesem Modell wird der persönliche Kontakt lediglich zu einem von mehreren vernetzten Kanälen – ein Kanal, den digitale Herausforderer nicht bieten können.

Da jedoch viele Geschäftsstellen während der Covid-19-Pandemie schließen oder ihre Öffnungszeiten und Kapazitäten reduzieren mussten, wurde es um so dringender, sich auf andere Teile der Omnichannel-Strategie zu stützen. Auch viele Call-Center waren davon betroffen und reduzierten ihre Kapazitäten, da die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiteten. Laut einer Studie im *Harvard Business Review* hat sich der Prozentsatz der als „schwierig“ eingestuften Kundendienstanrufe während der Pandemie mehr als verdoppelt. Dies kann für die digitalen Kanäle eine zusätzliche Belastung bedeuten, die von den Unternehmen berücksichtigt werden muss. Das Herzstück einer Omnichannel-Strategie ist die Aufgabe, den Kunden in den Mittelpunkt des Kundenerlebnisses zu stellen.

Eine aktuelle Umfrage von 451 Research (451 Research, *Voice of the Enterprise: Customer Experience and Commerce, Organizational Dynamics and Budgets 2021*, April 22, 2021) zeigt,¹ dass es eine Reihe von Merkmalen gibt, die Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten, mit denen sich das ideale digitale Bankerlebnis gestalten lässt. In der Umfrage bewerteten die Konsumenten die folgenden Punkte als ideales Kundenerlebnis:

- Eine effiziente Erfahrung (53 %)
- Ein einfaches und benutzerfreundliches Web-Erlebnis (50 %)
- Ein einheitliches Erlebnis auf der Webseite, im Geschäft, in der mobilen App und im Kontaktzentrum (40 %)
- Ein personalisiertes Erlebnis (32 %)

Konsumenten verlangen ein digitales Bankerlebnis, das schnell, nahtlos, personalisiert und leicht zugänglich ist—alles Eigenschaften, die von jedem digitalisierten Service erwartet werden. Dies sollte für Bank- und Finanzdienstleistungsunternehmen das Fundament sein, auf dem sie aufbauen können, indem sie diese Merkmale nutzen, um ihre CX-Strategie zu gestalten und sich in einer hart umkämpften Branche zu differenzieren

Unternehmen konzentrieren sich als ersten Schritt oft auf die Optimierung der Antwortzeiten der Anwendungen und Redis Enterprise wird von vielen als hochleistungsfähige In-Memory-Datenschicht verwendet, die eine gleichbleibend niedrige Latenz (Wartezeit) für die Benutzer gewährleistet. Aber Banken sollten sich nicht darauf beschränken. Redis Enterprise wurde auch auf andere Weise zur Verbesserung der Kundenerfahrung eingesetzt, so zum Beispiel als Speicher für Benutzerprofile, um Kontostände sofort auf der mobilen App oder Website bereitzustellen, sowie als sekundäre Indizierungsmaschine, um Kunden bei der Suche nach ihren archivierten Kontotransaktionen zu unterstützen. Der hohe Schreibdurchsatz und die geringe Latenz, die für die Aktualisierung von Kundenprofilen in Echtzeit für Aufgaben wie Kreditrisikoanalyse und Identitätsüberprüfung erforderlich sind, machen Redis Enterprise zur idealen Wahl für Handelsbanken, die ein nahtloses Kundenerlebnis schaffen wollen.

Daten sind eines der wertvollsten Güter im digitalen Zeitalter und Banken sitzen auf einem Schatz von Erkenntnissen. Der Einsatz von Redis als Frontend-Datenbank ermöglicht Datenanalysen und Berichte in Echtzeit. Kontinuierliche Echtzeit-Analysen sind proaktiv und lösen sofortige Reaktionen aus, sodass Analysten sofort datengestützte Entscheidungen treffen oder personalisierte Empfehlungen aussprechen können, die das Kundenerlebnis maximieren.



¹ Quelle: 451 Research, a part of S&P Global Market Intelligence, *Financial organizations must prioritize CX and technology to drive loyalty in a digital-first landscape*, 18. Oktober 2021

2. Open Banking und Regulierung

„Daten sind heute der Motor der Weltwirtschaft - schauen Sie sich nur [...] die hochkarätigsten Unternehmen der Welt an. Sie sammeln und nutzen die von den Nutzern generierten Informationen“, schrieb Carlos Torres Villa, Vorstandsvorsitzender der BBVA-Gruppe, in der Financial Times. „Aber Unternehmen horten auch Daten und verhindern, dass andere Parteien, einschließlich der betreffenden Nutzer, auf sie zugreifen und sie nutzen können.“

„Daten sind heute der Motor der Weltwirtschaft—sehen Sie sich einfach [...] die hochkarätigsten Unternehmen dieser Welt an. Sie sammeln und verwerten die Informationen, die von Nutzern generiert werden.“

Open Banking ist ein regulatorischer Versuch, gegen das Horten von Daten bei Finanzdienstleistungen vorzugehen, indem es den Kunden leichter gemacht wird, ihre Daten mit anderen Anbietern zu teilen. Im Jahr 2020 gab es weltweit etwa 20,4 Millionen Nutzer von Open Banking, eine Zahl, die bis 2024 auf 132,2 Millionen ansteigen soll.

Die Idee dahinter ist, dass die Kunden ihr Geld problemlos zwischen verschiedenen Anbietern hin- und herschieben, Werkzeuge von Drittanbietern wie Geldverwaltungs-Apps nutzen und alle ihre verschiedenen Dienstleistungen – unabhängig davon, wer sie bereitstellt, vom Girokonto bis zur Kundenkarte – an einem Ort kombinieren können. Da Open Banking in immer mehr Ländern zur Pflicht wird, müssen Finanzdienstleister sicherstellen, dass es sicher ist und wie vorgesehen funktioniert.

Änderungen der Rechtsvorschriften sind zwar eine Verpflichtung, sie können aber auch große Chancen für neue Dienste eröffnen. Zunächst, indem Nutzern mehr von dem, was sie wünschen, bereitgestellt und ein besserer Service geboten wird. Darüber hinaus bietet sich für den gesamten Sektor die Möglichkeit, stärker zu kooperieren und weniger isoliert zu arbeiten, was den Weg für neue Produkte und Dienstleistungen ebnet. Untersuchungen haben ergeben, dass Open Banking allein im Vereinigten Königreich ein geschätztes Umsatzpotenzial von 7,2 Mrd. Pfund in Form von neuen Dienstleistungen und einer stärkeren Nutzung bestehender Dienste bietet.

Auch wenn in den USA bisher kaum Ansätze für Open Banking-Gesetze erkennbar sind, die Unternehmen zur Umsetzung bestimmter Standards verpflichten würden, gibt es für die Banken dennoch gute Gründe, wachsam zu sein. Erstens müssen Banken, die in Europa oder anderswo auf der Welt agieren, darauf vorbereitet sein, die lokalen Open-Banking-Vorschriften einzuhalten, wie dies auch bei europäischen Vorschriften wie der DSGVO der Fall ist.

Zum anderen treibt der Markt, in Ermangelung von Regulierungsmaßnahmen, einige dieser Veränderungen voran. Finanzapplikationen wie Mint waren zum Beispiel frühe Befürworter der gemeinsamen Datennutzung, und da Unternehmen wie diese ein besseres Kundenerlebnis bieten, riskieren Unternehmen, die nicht mithalten können, von Wachstumsmärkten ausgeschlossen zu werden.

Mit der steigenden Datennachfrage steigt auch der Bedarf an einer Plattform, die bedarfsgerecht und elastisch für den jeweiligen Datenverkehr skaliert werden kann. Lösungen zur Sicherstellung der Skalierbarkeit offener Bankplattformen lassen sich eventuell auch in anderen Bereichen finden, etwa im Wertpapierhandel. Bei der internationalen Börsenorganisation Deutsche Börse hat Redis Enterprise dazu beigetragen, die rechtzeitige Datenübermittlung an Aufsichtsbehörden und Kunden sicherzustellen.

Das Unternehmen nutzt Redis Enterprise als Cache für ein Data Warehouse, das für die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften verwendet wird und sicherstellt, dass jede Notierung und jeder Handel in Redis mit geringer Latenzzeit verarbeitet wird, während gleichzeitig eine bedarfsgerechte Skalierung, hohe Verfügbarkeit und eine automatisierte Bereitstellung gewährleistet sind.

Während die Aufsichtsbehörden in Großbritannien und Europa versuchen, den Wettbewerb und die Innovation zu fördern, indem sie die Kundendaten von Banken für Dritte öffnen, kann Redis Enterprise es den Banken ermöglichen, eine ganze Reihe von Diensten über APIs auf der Grundlage einer Microservices-Architektur anzubieten.



3. Sicherheit

Open Banking und Omnichannel-Ansätze steigern die Attraktivität von Finanzdienstleistern als Ziele für Cyberkriminelle und Betrüger. Doch inmitten der Bedrohungen gibt es auch Chancen zu entdecken. Ein effizienterer Umgang mit Risiken führt zu Kosteneinsparungen und entlastet Entwicklungsteams, so dass diese sich rentableren Aufgaben zuwenden können. Unternehmen, die sich rühmen können, der Sicherheit personenbezogener Daten besondere Aufmerksamkeit zu widmen, profitieren von einem Imagebonus.

Selbst die besten Unternehmen müssen den Sicherheits Herausforderungen immer einen Schritt voraus sein, sonst drohen katastrophale Folgen. Die Aufdeckung von Betrug wird jedoch in einer Welt, in der Anwendungen und Kundendaten mehr denn je verbreitet werden, immer schwieriger. Sicherheit ist ein sich ständig wandelndes Problem, da neue Tools neue Schwachstellen mit sich bringen und sich entwickelnde Taktiken böswilliger Akteure neue Herausforderungen schaffen.

In der heutigen Welt führt ein Finanzunternehmen eine Reihe von Prüfungen durch, um die Identität eines Kunden zu bestätigen, bevor es eine Finanzdienstleistung erbringt. Eine Identitätsüberprüfung auf Grundlage der wissensbasierten Authentifizierung (Knowledge Based Authentication, KBA), bei der „statische Informationen“ wie Namen, Adressen, Sozialversicherungsnummern und Sicherheitsfragen verwendet werden, ist jedoch anfällig für Datenschutzverstöße und Datendiebstahl.

Die Banken wenden sich „digitalen Identitäten“ zu, bei denen statische Daten mit vorhandenen Kundeninformationen kombiniert werden, um mehr Sicherheit und höhere Dynamik im Verifizierungsprozess zu schaffen. Dies könnte anhand der Überprüfung von Dokumenten in Kombination mit Verhaltensmustern erfolgen, wie beispielsweise die Art der Transaktionen, die ein Kunde am häufigsten tätigt, oder sogar sein individuelles Tippen auf dem Touchscreen eines Smartphones.

Durch die Verknüpfung herkömmlicher Kundeninformationen mit alternativen Datenquellen können Finanzinstitute eine verschlüsselte digitale Identität erstellen, die für Hacker schwerer zu imitieren ist. Diese Daten können auch dynamisch aktualisiert werden, um alle Änderungen in den Transaktionen oder Verhaltensmustern eines Kunden oder einer Kundin genau widerzuspiegeln.

Da eine digitale Identität aus mehreren Quellen und Datentypen besteht, liegt die Herausforderung darin, diese Profile schnell genug zu aktualisieren, um Kriminellen einen Schritt voraus zu sein und betrügerische Aktivitäten zu erkennen und zu unterbinden, bevor der Schaden entstanden ist. Glücklicherweise kann Redis Enterprise als schnelle In-Memory-Identitätsdatenbank fungieren und sowohl die niedrige Latenzzeit von unter einer Millisekunde sowie den hohen Schreibdurchsatz liefern, die für die Aktualisierung digitaler Identitäten in Echtzeit erforderlich sind.

Unternehmen nutzen die Sub-Millisekunden-Latenzzeit von Redis Enterprise auch, um Betrugserkennungssysteme in Echtzeit zu betreiben. Ein solches Beispiel ist Simility, ein PayPal-Service, der Cloud-basierte Betrugserkennung durch die Kombination von maschinellem Lernen (ML) und menschlicher Intelligenz bietet.

Das Unternehmen entschied sich für Redis Enterprise als Datenbank zur Unterstützung seines Betrugserkennungsdienstes, um seinen Nutzern auch bei der Verarbeitung von Millionen von Verbindungen und Milliarden von Transaktionen pro Tag eine niedrige Latenzzeit zu garantieren.

Redis Enterprise kann die Leistung der In-Memory-Verarbeitung auch auf andere Komponenten eines Betrugserkennungssystems übertragen. Das RedisGraph-Modul ermöglicht eine schnelle Graphenverarbeitung, die zur Erkennung von synthetischem Betrug verwendet werden kann.

Darüber hinaus bietet Redis Enterprise selbst ein Höchstmaß an Datensicherheit durch Zugriffskontrolllisten (ACLs) und rollenbasierte Zugriffskontrolle (RBAC), so dass der Zugriff auf Datenbankschlüssel und Befehle auf bestimmte Benutzergruppen beschränkt ist.



Die Kosten von Betrug und Cyberkriminalität

[Cybersecurity Ventures](#) geht davon aus, dass die weltweiten Kosten für Cyberkriminalität in den nächsten fünf Jahren um 15 Prozent pro Jahr steigen und bis 2025 jährlich 10,5 Milliarden US-Dollar erreichen werden, gegenüber drei Milliarden US-Dollar im Jahr 2015. Das liegt daran, dass viele Unternehmen einfach nicht auf die Bedrohung vorbereitet sind. Finanzdienstleistungsunternehmen müssen die Risiken für ihre Daten, von versehentlichen Verstößen bis hin zu Cyberangriffen und Betrug, in den Griff bekommen. Zudem geht die Zahl der von Menschen initiierten Cyberangriffe zurück. Ein Bericht über Cyberkriminalität von [LexisNexis Risk Solutions](#) weist auf einen Anstieg der Bot-Angriffe um 41% in der ersten Hälfte des Jahres 2021 hin, wobei Finanzdienstleister in diesem Zeitraum 638 Millionen Bot-Angriffe erlebten.

Die Folgen können gewaltig sein, von Rufschädigung, die sich negativ auf die Kundentreue auswirken kann, bis hin zum Wertverlust von Aktien, wenn Investoren als Reaktion auf schlechte Publicity die Seiten wechseln. Zu den direkten finanziellen Verlusten können noch hohe Geldstrafen von Aufsichtsbehörden und Vergleiche mit betroffenen Kunden hinzukommen.

Alles zusammengenommen kann der Preis in die Milliarden gehen. Die Datenpanne bei Capital One im Jahr 2019 führte beispielsweise dazu, dass der Aktienkurs der Bank um 5,9% einbrach, während die Datenpanne bei Equifax im Jahr 2017 bereits fast zwei Milliarden US-Dollar verschlungen hat und sich die endgültigen Kosten, abhängig von der Einigung mit den Kunden, auf 10 Mrd. US-Dollar belaufen könnten.

4. Verfügbarkeit und Skalierbarkeit

Alle diese Einflussfaktoren können das Sprungbrett für neue Partnerschaften, Dienstleistungsangebote und Produkte sein, aber nur, wenn ein robustes und zuverlässiges System dahinter steht.

Dies ist keine optionale Angelegenheit. Die gestiegene Nachfrage der Kunden geht einher mit einer zunehmenden Konvergenz der Erwartungen im Endkunden- und Geschäftskundenbereich. Die Kunden erwarten jetzt von Finanzdienstleistern ein Kundenerlebnis, das den besten verfügbaren digitalen Dienstleistungen für Verbraucher entspricht, d. h. die Leistungen müssen schnell und immer verfügbar sein, auch bei geplanten und ungeplanten Datenverkehrsspitzen. In ähnlicher Weise erwarten Geschäftskunden heute den gleichen Servicestandard wie Verbraucher.

Finanzdienstleister müssen nicht nur zuverlässig, sondern auch flexibel sein, um mit dem Unvorhergesehenen umgehen zu können. Die Covid-19-Pandemie hat uns auf drastische Weise vor Augen geführt, wie wichtig Krisenmanagementpläne sind. Dazu gehört auch die Fähigkeit, Kunden auf alternative Kanäle umzuleiten oder, noch besser, im Hintergrund nahtlose Anpassungen vorzunehmen, sodass die Kunden das Problem gar nicht bemerken.

Allzu oft planen Unternehmen Dinge wie unterbrechungsfreie Dienste auf der Grundlage früherer Krisen. Doch so funktioniert es nicht immer. Die Pandemie ist insofern ungewöhnlich, als sie keine Bedrohung für die Infrastruktur darstellt, wie es ein Hurrikan oder ein Erdbeben sein könnte, aber sie ist dennoch eine globale Krise, die das Kundenverhalten verändert, die Nachfrage umgestaltet und den normalen Geschäftsbetrieb empfindlich gestört hat.

Die Unternehmen mussten diese Zeit überstehen und gleichzeitig Kundenkanäle unterstützen, die normalerweise nicht zu ihren Prioritäten gehören, Notfallprodukte und -dienste für angeschlagene Kunden bereitstellen und ihre Bemühungen um die digitale Transformation aufrechterhalten. Sie müssen über die technologischen Kapazitäten verfügen, um bei Bedarf die Kapazität zu erhöhen oder Nutzer und Nutzerinnen auf einen anderen Kanal umzuleiten. Wenn Sie diese nicht im Vorfeld geschaffen haben, ist es zu dem Zeitpunkt, an dem sie benötigt werden, zu spät. Viele Unternehmen wenden sich der Cloud oder verwalteten Diensten zu, um die Zeit bis zur Markteinführung neuer Anwendungen zu verkürzen, indem sie ihre IT-Teams vom Tagesgeschäft entlasten und ihren Fokus auf Forschung und Entwicklung lenken.

Redis Enterprise bietet sowohl eine hohe Verfügbarkeit in jedem Szenario als auch die Flexibilität, die Entwickler für eine schnelle Bereitstellung in jeder Umgebung benötigen. Mit der Active-Active-Technologie für die geografische Verteilung ermöglicht Redis Enterprise die Replizierung von Redis-Datenbanken über mehrere geografische Regionen hinweg und ermöglicht so lokale Latenzen, schnelles automatisches Failover und Datenkonsistenz für global ausgelegte Anwendungen. Redis Enterprise ist auch als verwalteter Dienst über alle drei großen Cloud-Anbieter verfügbar und ermöglicht es Entwicklern, die Markteinführungszeit zu verkürzen, indem sie Datenbanken schnell in der Cloud einführen können.



Drei Ansätze, wie Redis Enterprise die Datenschicht bei Finanzdienstleistungen unterstützt

1. Ob als Cache, Sitzungs- / Nutzerprofilspeicher oder als schnelle In-Memory-Datenbank – Redis Enterprise sorgt für ein großartiges Benutzererlebnis, indem es durchgängig einen hohen Durchsatz und eine Latenzzeit von unter einer Millisekunde bietet.

2. Die Entwicklung innovativer Lösungen im Finanzdienstleistungsbereich erfordert eine Vielzahl von Datentypen. Redis Enterprise unterstützt Volltextsuche, Graphverarbeitung, Bloom-Filter und vieles mehr, damit Entwickler die Echtzeitanforderungen heutiger Anwendungen erfüllen können.

3. Mit der zunehmenden Verbreitung von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen (ML) hat sich die effiziente Bereitstellung von KI-Modellen zu einer Herausforderung für Unternehmen entwickelt, die ML-Pipelines in der Produktion einsetzen möchten.

Prognoseanwendungen wie die Betrugserkennung stützen sich auf Modelle für maschinelles Lernen, die auf historische Daten trainiert wurden, um heute Vorhersagen über zukünftige Ereignisse zu treffen. Ein Merkmalspeicher (Feature Store) bietet ein Verzeichnis häufig verwendeter Merkmale (Datenpunkte), mit denen Datenwissenschaftler, Ingenieure und Anwendungen arbeiten können.

Online-Merkmalsspeicher sind für Echtzeitabfragen mit geringer Latenz von typischerweise kleinen Datensätzen optimiert und werden hauptsächlich für Online-Vorhersagen und Modellinferenzierung verwendet. Eine der größten globalen Banken der Welt nutzt Redis Enterprise derzeit als Online Feature Store-Datenbank für die Betrugserkennung in Echtzeit.

Schlussfolgerungen

Daten sind der Schlüssel zur Bewältigung dieser Herausforderungen. Finanzdienstleister, die relevant bleiben wollen, müssen Daten so verwalten und nutzen, dass sie ihren Kunden zugute kommen, flexible Geschäftsprozesse ermöglichen und neue Produkte und Dienstleistungen unterstützen.

Der Druck auf die Margen von Finanzdienstleistern wird anhalten, ebenso wie die aufsichtsrechtliche Kontrolle, verschärft durch die anhaltenden Auswirkungen der Covid-19-Pandemie. Diese Turbulenzen können jedoch eine Chance für intelligente Unternehmen sein, die in der Lage sind, ihr Geschäft so umzugestalten, dass es den Bedürfnissen der heutigen Kunden gerecht wird.

Mit mehrfachen Datenmodellen können Finanzinstitute Redis Enterprise nutzen, um Echtzeit-Performance für Anwendungsfälle wie Identitätsüberprüfung, Transaktionsbewertung, Betrugserkennung und mehr zu erzielen.

Die Redis Enterprise Cloud und die abgestuften Speicheroptionen in Redis Enterprise bieten eine attraktive Gesamtbetriebskostenrechnung (TCO), indem sie die mit dem Rechenzentrum verbundenen Ausgaben eliminieren und die IT-Produktivität verbessern, so dass sich Ihr Unternehmen auf schnelle Innovationen konzentrieren kann, anstatt nur zu überleben. Eine kürzlich von Forrester Consulting im Auftrag von Redis durchgeführte TEI-Studie ergab, dass Unternehmen durch den Einsatz von Redis Enterprise einen ROI von bis zu 350 % erzielen können.

Nicht zuletzt bietet Redis Enterprise Zuverlässigkeit, Leistung und Verfügbarkeit auf Unternehmensebene für geschäftskritische Finanzanwendungen. Es gewährleistet eine weltweite Verfügbarkeit von 99,999 % mit Active-Active Geo-Distribution über Regionen hinweg und bietet eine In-Memory-Datenschicht, die bei praktisch jeder Skalierung eine Latenzzeit von unter einer Millisekunde ermöglicht.



„Dank der verbesserten Skalierbarkeit von Redis Enterprise konnten die befragten Unternehmen die Kosten für die Erweiterung ihrer Datenbanken sowohl bei neuen und als auch bestehenden Projekten vermeiden. Die Befragten verbesserten auch ihr Einkommen, indem sie schneller neue Geschäftsmöglichkeiten nutzten und gleichzeitig Einnahmen zurückgewannen, die zuvor durch schlechte Datenbankleistung verloren gegangen waren.“

Was sagen die Experten?

Forrester gesamtwirtschaftliche Studie (TEI) 2021

350 % **\$4,12 Mio** **\$5,3 Mio**

ROI

Kapitalwert
(NPV)

Gesamtnutzen-
Barwert

Die Forrester Total Economic Study (TEI) ist ein umfassender Überblick über den Wert, den bestimmte Unternehmen bieten und dient dazu, Unternehmen zu helfen, die finanziellen Auswirkungen von Investitionen in Technologie zu verstehen.

In dieser Studie befragte Forrester sechs Kunden, die Redis Enterprise einsetzen, und kombinierte die Ergebnisse der einzelnen Erfahrungen, um eine aggregierte Finanzanalyse zu erstellen. Nachfolgend finden Sie einen Überblick über die Ergebnisse sowie einen Auszug aus dem Bericht.

Möchten Sie die vollständige Studie herunterladen?

[Bitte hier klicken](#)

Über Redis

Daten sind die Lebensader eines jeden Unternehmens und Redis verhilft Unternehmen zu einer neuen Vorstellung davon, wie schnell sie die von ihnen generierten Daten verarbeiten, analysieren und mit ihrer Hilfe Vorhersagen treffen und Maßnahmen ergreifen können. Redis verschafft jedem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil, indem es Open-Source und unternehmenstaugliche Datenplattformen bereitstellt, um Anwendungen zu betreiben, die Echtzeit-Erlebnisse in jeder Größenordnung ermöglichen. Entwickler verlassen sich auf Redis, um Leistung, Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit in ihre Anwendungen zu integrieren.

Redis wurde in der Cloud-nativen Ära geboren und ermöglicht es Anwendern auf einzigartige Weise, Daten über Multi-Cloud-, hybride und globale Anwendungen hinweg zu vereinheitlichen, um das Geschäftspotenzial zu maximieren. Erfahren Sie, wie Redis Ihnen diesen Vorteil verschaffen kann auf redis.com.

Quellen

- [Weltweite Nutzer von Open Banking](#)
- [Forrester Research, Forrester-Infografik: Der Stand der digitalen Transformation bei Finanzdienstleistungen, 2021](#)
- [LexisNexis Cyber-Bericht](#)
- [Forrester Consulting Total Economic Impact™ of Redis Enterprise, 2021](#)
- 451 Research, a part of S&P Global Market Intelligence, *Financial organizations must prioritize CX and technology to drive loyalty in a digital-first landscape*, 18. Oktober 2021
- [Capgemini, 2021](#) - 76 % der Verbraucher wollen ein Omnichannel-Erlebnis
- [Khoros](#) - 79 % der Kunden wünschen sich eine schnelle Antwort auf Anfragen, wobei ein Drittel der Kunden auf sozialen Medien eine Antwort innerhalb von 30 Minuten erwartet.
- [Unblu](#) - 59 % erwarten einen Kundendienst auf Abruf, der von jedem Ort aus erreichbar ist
- [Der World Retail Banking Report \(2021\)](#)

