

## Kooperatives Forschungsprojekt: Untersuchung der kundenseitigen Akzeptanz digitaler Finanzassistenten

Mit der Payment Service Directive 2 (PSD2) wurden im Jahr 2019 Banken dazu verpflichtet, die Daten Ihrer Kunden für Drittanbieter zu öffnen, sofern eine entsprechende Kundeneinwilligung vorliegt (sog. Open Banking). Ziel dieser regulatorischen Maßnahme ist es, den Wettbewerb auf dem europäischen Finanzdienstleistungsmarkt durch innovative Produkte und Serviceangebote zu fördern.

### Entstehung und Idee digitaler Finanzassistenten

Als ein Ergebnis lässt sich die Entstehung sog. digitaler Finanzassistenten beobachten. Hierbei werden per Datenabruf oder durch manuelle Eingabe Finanzdaten eines Kunden über verschiedene Anbieter (z. B. verschiedene Banken und Versicherungen) in einer Online-Anwendung zusammengeführt. Für den Kunden bieten digitale Finanzassistenten unter anderem den Vorteil, ihre gesamte Finanzsituation anbieterübergreifend schnell und einfach im Blick zu haben und so finanzielle Entscheidungen auf Basis einer verbesserten Informationslage zu treffen.

### Beispielhafte Darstellung eines digitalen Finanzassistenten



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an „[Heymoney](#)“ (Allianz), „[fin4u](#)“ (ALH Gruppe), „[FinanzGuide](#)“ (Wüstenrot&Württembergische)

Neben Banken bilden sich zunehmend auch Versicherungsunternehmen als Anbieter solcher digitalen Finanzassistenten heraus. Versicherer verfolgen damit einerseits das Ziel, ihren Kunden ein zusätzliches Serviceangebot machen zu können und so z. B. neue Kundenkontaktpunkte zu schaffen. Andererseits eröffnet ein digitaler Finanzassistent Versicherern die Möglichkeit, ihre Geschäftsmodelle um datengetriebene Elemente weiterzuentwickeln.

## **Erfolg digitaler Finanzassistenten abhängig von Kundenakzeptanz**

Der Erfolg des Angebots eines digitalen Finanzassistenten hängt letztlich von der Akzeptanz des Kunden ab, seine Finanzdaten in einer Online-Anwendung zusammenzuführen und diese dem Versicherer so zur Verfügung zu stellen. Ziel des Forschungsprojekts ist es daher, diejenigen Faktoren zu identifizieren, die die kundenseitige Akzeptanz zur Verwendung eines digitalen Finanzassistenten beeinflussen. Versicherer, die digitale Finanzassistenten anbieten oder ein entsprechendes Angebot planen, können die Untersuchungsergebnisse für die Ausgestaltung und Vermarktung ihrer Anwendungen verwenden.

## **Kooperation mit Dualem Partner**

Für die Untersuchung werden Erkenntnisse des „Technology Acceptance Model (TAM)“ und des „Internet Users‘ Information Privacy Concern (IUIPC)“-Ansatzes genutzt. Befragt wird ein Panel von ca. 2.000 Personen im Zeitraum Juni bis Juli 2021. Die Umsetzung des Forschungsvorhabens erfolgt in Kooperation mit dem Dualen Partner [Alte Leipziger Lebensversicherung a.G.](#)