

Agenten statt Kunden? Was die FICO World 2026 über die Zukunft des Bankings verrät

Banken verlieren den Moment der Entscheidung

Orlando, Berlin – Juni 2026 - Der Übergang zu agentischen Finanzsystemen hat begonnen. Nach Einschätzung von FICO könnten bereits bis 2027 rund 40 Prozent der Marktteilnehmer mit KI-Agenten interagieren. Damit verschiebt sich der Kern des Bankings: Entscheidungen werden zunehmend von autonomen Systemen vorbereitet oder direkt ausgeführt, während Verantwortung, Regulierung und Haftung weiterhin bei den Instituten bleiben.



„We are in a period of acceleration that has no precedent in human history.“ – Nikhil Behl, President Software FICO, auf der FICO World 2026

Trend 1: Wenn Banken nicht mehr um Kunden, sondern mit deren Agenten konkurrieren

Mit dem Aufstieg der Agentic Customer entsteht ein neuer Akteur im Finanzökosystem: persönliche KI-Agenten. Sie bereiten im Auftrag ihrer Nutzer Entscheidungen vor oder führen diese eigenständig aus. Sie vergleichen Konditionen in Echtzeit, wechseln Anbieter und orientieren sich am jeweils besten Angebot, unabhängig von Marke oder historischer Kundenbindung.

Damit verschiebt sich die Kundenschnittstelle im Banking. Finanzinstitute interagieren künftig nicht mehr ausschließlich mit Menschen, sondern zunehmend auch mit deren digitalen Vertretern. Agent-to-Agent-Kommunikation wird zu einer neuen Schnittstelle im Banking und treibt eine neue Form der Hyperpersonalisierung. Denn Produkte und Entscheidungen können dadurch deutlich stärker als bisher dynamisch auf individuelle Präferenzen, Bedürfnisse und Lebenssituationen zugeschnitten werden.



“The customer of the future is not just me in physical form. It is me and my agent. A bank’s most important ‘competitor’ is no longer the next neobank, but the customer’s own algorithm” - Nikhil Behl, President Software bei FICO.

Die Entwicklung zeichnet sich bereits im Kundenverhalten ab: Ein Drittel der jungen Erwachsenen nutzt KI für wichtige Lebensentscheidungen, und 62 Prozent der Gen Z und Millennials würden Finanzdienstleistungen auch über nicht-bankliche KI-Plattformen in Anspruch nehmen¹. Gleichzeitig würden 86 Prozent der Kunden ihrer Bank grundsätzlich vertrauen, einen eigenen KI-Agenten bereitzustellen¹. Die Frage ist daher nicht, ob Vertrauen verschwindet, sondern wer die vertrauenswürdige Schnittstelle zwischen Kunde und Finanzdienstleistung besetzt – Institut oder Algorithmus.

Diese Entwicklung verändert auch die internen Abläufe der Institute. Agentic AI verkürzt Entscheidungszyklen erheblich: Was früher Wochen dauerte, lässt sich heute innerhalb von Minuten anpassen, Entscheidungen werden nicht mehr in festen Reporting-Strukturen getroffen, sondern kontinuierlich optimiert.

Genau daraus entsteht ein neues Spannungsfeld für Banken. Je autonomer Entscheidungen getroffen werden, desto wichtiger werden Governance, Transparenz und Kontrollmechanismen. Gleichzeitig geben 42 Prozent der Organisationen an, dass sich KI schneller entwickelt als ihre Governance-Strukturen². Gleichzeitig ist die regulatorische Aufmerksamkeit gestiegen: die Zahl regulatorischer Bankstrafen ist in den vergangenen 24 Monaten um 522 Prozent gestiegen³.

Für Banken wird Hyperpersonalisierung zur Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit – zugleich steigen die Anforderungen an Governance, Nachvollziehbarkeit und Haftung.

Trend 2: KI-Agenten gegen KI-Agenten: Fraud wird zum Maschinenproblem

Mit agentischen Zahlungen entsteht eine neue Risikoklasse im Banking: Betrug zwischen autonomen Systemen. Damit verändert sich auch die Aufgabe der Fraud Detection. Statt ausschließlich menschliches Verhalten zu analysieren, müssen Banken zunehmend komplexe Netzwerke von KI-Agenten überwachen. Für diese Agenten fehlen bislang etablierte Verhaltensmuster. Während Banken auf jahrzehntelange Erfahrung im Umgang mit menschlichem Zahlungsverkehr zurückgreifen können, steht die Modellierung von Agentenverhalten noch am Anfang.

Hinzu kommt die Geschwindigkeit: Die Zeitfenster für Betrugserkennung schrumpfen von Stunden auf Millisekunden. Kompromittierte Agenten können tausende Transaktionen auslösen, während mehrschichtige Ökosysteme aus Customer-, Payment- und Merchant-Agenten die Ursachenanalyse deutlich erschweren.

Die wirtschaftliche Dimension dieses Wandels ist bereits sichtbar: Allein in den USA gingen 2025 rund 7,9 Milliarden US-Dollar durch Investment-Scams verloren⁴, während Schäden durch Kartenbetrug über das kommende Jahrzehnt auf bis zu 404 Milliarden US-Dollar geschätzt werden⁵. Gleichzeitig dürfte das von KI-Agenten initiierte Transaktionsvolumen bis 2030 auf rund 1,7 Billionen US-Dollar steigen⁶. Mehr als die Hälfte der digitalen Commerce-Flows könnte dann agentisch gesteuert sein.

Damit verändert sich auch die zentrale Fragestellung im Banking. Im Mittelpunkt steht künftig nicht mehr allein die Frage „Wer ist der Kunde?“, sondern zunehmen auch: „Welcher Agent handelt und mit welcher autorisierten Absicht?“

¹ <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/industry/banking/document/Banking-Top-Trends-FY26-Report-Final.pdf>

² <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/industry/banking/document/Banking-Top-Trends-FY26-Report-Final.pdf>

³ <https://resources.fenergo.com/newsroom/fenergo-study-regulatory-penalties-in-north-america-account-for-95-of-global-financial-penalties-in-2024>

⁴ <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2026/03/ftc-testifies-joint-economic-committee-agencys-efforts-combat-fraud>

⁵ <https://www.paymentsdive.com/news/payments-fraud-losses-prevention-nilson-outlook/737440/>

⁶ <https://datos-insights.com/reports/beyond-point-solutions-orchestrating-the-future-of-fraud-prevention/>

PSD3 und der EU AI Act rücken Authentifizierung, Überwachung und Nachvollziehbarkeit nicht-menschlicher Akteure zusätzlich in den Fokus und verschärfen den Handlungsdruck. Anforderungen an Explainability, Audit Trails und den Nachweis autorisierter Entscheidungen („Proof of Authorized Intent“) bilden den entstehenden Rahmen für agentische Finanzsysteme.

Eine mögliche Antwort sind sogenannte Agent Trust & Control Layer. Sie kombinieren Agentenidentitäten, granular gesteuerte Berechtigungen, Echtzeit-Entscheidungen und die kontinuierliche Überwachung von Agenten-Netzwerken. **Fraud Prevention wird damit selbst zu einem agentischen System.**



*„The future is agentic, your fraud defenses should be, too. - **Adam Davies, Head of Fraud and Identity Product team FICO.***

Frend 3: Der Wandel von Collections zu Customer DNA

Klassische Collections- und Risikomodelle sind zu langsam für eine Kreditwelt in Echtzeit. Reaktive Steuerung wird damit zum Engpass, weil Kreditrisiken heute nicht mehr in Zyklen entstehen, sondern kontinuierlich.



*„Banken dürfen nicht mehr auf Ausfälle reagieren, sie müssen finanzielle Entwicklungen antizipieren.“ – **Ulrich Wiesner, Principal Consultant FICO EMEA.***

An die Stelle standardisierter Prozesslogiken treten datengetriebene Entscheidungsmodelle. Sie erkennen finanzielle Stresssignale frühzeitig, bewerten Risiken in Echtzeit und passen Maßnahmen sowie Kommunikation an die jeweilige Situation an.

Im Mittelpunkt steht die sogenannte Customer DNA. Statt statischer Kundensegmente entsteht ein fortlaufend aktualisiertes Kundenprofil, das Ausgaben- und Einkommensdaten, Kredit- und Rückzahlungsverhalten, Interaktions- und Kanalpräferenzen sowie externe Bonitätsinformationen zusammenführt.

Dadurch wachsen Risikomanagement, Forderungsmanagement, Marketing und Kundenservice zusammen und greifen auf gemeinsame Entscheidungsmodelle zurück. Banken werden so zu Echtzeit-Decisioning-Ökosystemen, in denen Kunden nicht mehr anhand starrer Segmente, sondern auf Basis dynamische Profile betreut und gesteuert werden.

Trend 4: Banken verlassen die Black Box: KI wird zur kontrollierten Entscheidungsintelligenz

KI verändert Kreditvergabe, Fraud Management, Customer Service und Collections und damit das Banking selbst.



„Language becomes a secondary feature; decision-making becomes the core.“ - Scott Zoldi, Chief Analytics Officer bei FICO.

Gleichzeitig verschiebt sich der Fokus von generativen Sprachmodellen hin zu spezialisierten Entscheidungssystemen. Laut Gartner könnten bis 2027 dreimal mehr domänenspezifische Modelle im Einsatz sein als Large Language Models.

Entscheidend ist dabei nicht die Größe der Modelle, sondern ihre Kontrollierbarkeit: Entscheidungen müssen nachvollziehbar sein, Governance über den gesamten Lebenszyklus greifen und Verantwortlichkeiten klar dokumentiert werden.

Unter dem Druck des EU AI Act wird Governance damit vom reinen Compliance-Thema zum Wettbewerbsfaktor. Gleichzeitig bleibt das Spannungsfeld zwischen autonomer Entscheidungsfindung und menschlicher Kontrolle ungelöst. Die Ergebnisse zeigen eine klare Zurückhaltung: Lediglich 2,7 % vertrauen KI-Agenten vollständig autonome Entscheidungen zu, während eine deutliche Mehrheit von rund 60% die Entscheidungsverantwortung weiterhin beim Menschen sieht.⁷

Die eigentliche Verschiebung liegt nicht mehr in der Frage, wer die leistungsfähigsten Modelle entwickelt, sondern wer autonome Systeme kontrollierbar, nachvollziehbar und verantwortungsvoll betreiben kann. Wettbewerbsvorteile entstehen dort, wo kontrollierte Autonomie im großen Maßstab gelingt.

Über FICO

FICO (NYSE: FICO) treibt Entscheidungen voran, die Menschen und Unternehmen auf der ganzen Welt zum Erfolg verhelfen. Das 1956 gegründete Unternehmen ist ein Pionier in der Anwendung von prädiktiver Analytik und Datenwissenschaft zur Verbesserung operativer Entscheidungen. FICO hält mehr als 200 US-amerikanische und internationale Patente auf Technologien, die die Rentabilität, Kundenzufriedenheit und das Wachstum von Unternehmen in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Fertigung, Telekommunikation, Gesundheitswesen, Einzelhandel und vielen anderen Branchen steigern. Unternehmen in mehr als 80 Ländern vertrauen auf die bewährten Lösungen von FICO und schützen damit unter anderem 4 Milliarden Zahlungskarten vor Betrug, verhelfen Menschen zu Krediten und stellen sicher, dass Millionen von Flugzeugen und Mietwagen zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zur Verfügung stehen. Der FICO® Score, der von 90 % der führenden US-amerikanischen Kreditgeber verwendet wird, ist das Standardmaß für das Kreditrisiko von Verbrauchern in den USA. Darüber hinaus wurde er in über 40 weiteren Ländern verfügbar gemacht, um das Risikomanagement, den Zugang zu Krediten und die Transparenz zu verbessern.

⁷ Deloitte



Erfahren Sie mehr unter <https://www.fico.com/de/>.

FICO ist eine eingetragene Marke der Fair Isaac Corporation in den USA und anderen Ländern.
Besuchen Sie uns auch auf unserem [Blog](#).

Neuigkeiten und Informationen für Medienvertreter finden Sie unter <https://www.fico.com/en/newsroom>.

FICO Pressekontakt Deutschland

Maisberger GmbH

Antonia Bodenschatz / Emma Deil-Frank / Christine Wildgruber

Claudius-Keller-Str. 3c

81669 München

Tel.: +49 89 419 599 - 26 / -53 / -27

<https://www.maisberger.com>

E-Mail: fico@maisberger.com