

Wie KI das vorgerichtliche Recovery-Management bei einer britischen Bank neu gestaltet

Autoren

Paddy Gilling
Steffen Fink
Sven Dölp

Die wachsende Diskrepanz

Die Lücke zwischen den Erwartungen der Kundinnen und Kunden und der tatsächlichen Leistungsfähigkeit von Recovery-Prozessen war noch nie so groß. Konten lassen sich heute in Minuten eröffnen, Geld weltweit bewegen und Ausgaben über intuitive Apps steuern, die sich dem individuellen Verhalten anpassen. Wird jedoch eine Zahlung versäumt, treffen viele Menschen noch immer auf standardisierte Schreiben, starre Gesprächsleitfäden und stark eingeschränkte Kontaktmöglichkeiten.

Für eine britische Retailbank war diese Diskrepanz längst mehr als ein reines Kundenerlebnisproblem. Während sich große Teile der Organisation modernisiert hatten, waren die Recovery-Prozesse über Jahrzehnte nahezu unverändert geblieben. Die Folge waren steigende Betriebskosten, geringe Kundenansprache und eine Customer Journey, die nicht mehr zu den Erwartungen moderner Finanzdienstleistungskunden passte.

Gemeinsam mit Ophelos machte sich die Bank daran, ihr Stage-2- und vorgerichtliches Recovery-Verfahren grundlegend zu modernisieren. Ziel war nicht Automatisierung um ihrer selbst willen, sondern ein System, das Kunden dort abholt, wo sie in ihrer Customer Journey stehen – skalierbar, regelkonform und mit messbaren Ergebnissen.

Moderne Erwartungen erfüllen

Banken stehen hier vor einem besonderen Spannungsfeld. In digitales Onboarding, Zahlungsverkehr und tägliche Kontoführung wurde erheblich investiert. Gerät ein Kunde jedoch in finanzielle Schwierigkeiten, landet er häufig in einem parallelen System, das von manuellen Prozessen und eingeschränkten Kontaktstrategien geprägt ist.

Dieser Bruch ist deutlich spürbar. Kundinnen und Kunden, die personalisierte digitale Services gewohnt sind, werden plötzlich auf eine Referenznummer reduziert, zu festen Zeiten kontaktiert, über wenige Kanäle – und ohne Berücksichtigung individueller Umstände.

Die Auswirkungen gehen über Frustration hinaus. Klassische Ansätze erreichen nur einen Teil der Betroffenen, erkennen Vulnerabilität oft zu spät und skalieren Kosten linear mit dem Fallvolumen. Für die britische Bank bedeutete die starke Abhängigkeit von agentenbasierten Prozessen, dass eine bessere Abdeckung nur durch zusätzlichen Personalaufbau möglich gewesen wäre.

Warum operative Erfahrung bei der Entwicklung von KI entscheidend ist

Der Unterschied zwischen KI, die theoretisch funktioniert, und KI, die sich in der Praxis bewährt, liegt häufig in der operativen Tiefe ihres Designs.

Viele Automatisierungslösungen behandeln Inkasso primär als technisches Problem: Intentionen klassifizieren, Antworten generieren, Ergebnisse weiterleiten. Was ihnen fehlt, ist die gelebte Erfahrung schwieriger Gespräche, ein echtes Verständnis menschlichen Verhaltens

unter finanziellem Druck und die nötige Feinfühligkeit, um zum richtigen Zeitpunkt Vertrauen aufzubauen.

Ophelos wurde gemeinsam mit Intrum entwickelt und basiert auf operativen Erkenntnissen aus Millionen realer Kundeninteraktionen in europäischen Märkten. Diese Verankerung prägt nicht nur, was die KI leisten kann, sondern vor allem, wie sie sich verhält.

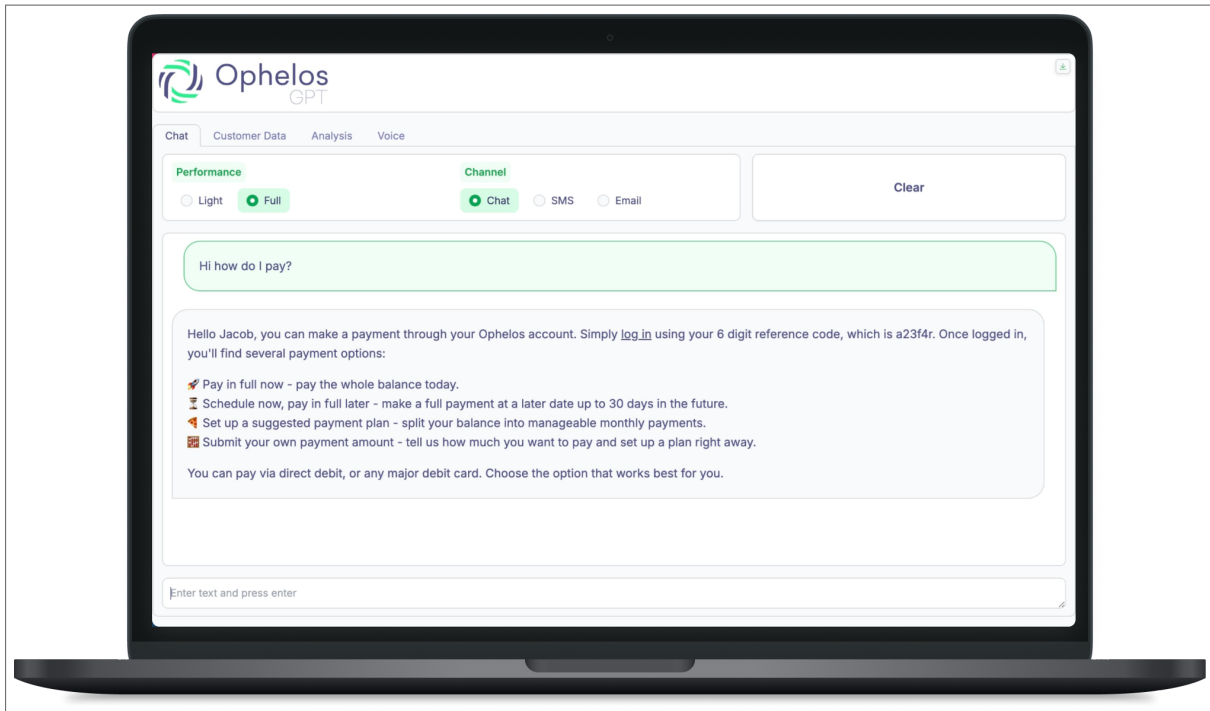


Abb.: OphelosGPT, die konversationelle KI-Plattform für eingehende Kundenkontakte

Wie sich diese operative Verankerung konkret zeigt

OphelosGPT, die konversationelle KI-Plattform für eingehende Kundenkontakte, arbeitet mit spezialisierten Agenten für unterschiedliche Gesprächsphasen. Eine übergeordnete Steuerungsebene hält Kontext und Gesprächsfluss zusammen. Separate Agenten kümmern sich um allgemeine Anfragen, Zahlungsvereinbarungen, Einwände und die Unterstützung vulnerabler Kundinnen und Kunden. Überschreitet die Komplexität definierte Schwellen, erfolgt eine nahtlose Übergabe an menschliche Sachbearbeiter.

Besonders wichtig: Die Erkennung von Vulnerabilität basiert nicht allein auf Schlüsselwörtern. Das System identifiziert sprachliche und verhaltensbezogene Muster, die erfahrene Inkasso-Mitarbeitende mit finanzieller Not verbinden. Treten solche Indikatoren auf, passt sich die Interaktion automatisch an – Tonalität, Handlungsoptionen und Eskalationspfade verändern sich entsprechend.

Die gleichen Prinzipien liegen auch Ophelos Voice AI zugrunde, das wöchentlich zehntausende Outbound-Anrufe in ganz Europa steuert. Dies zeigt, dass operativ fundierte KI kanalübergreifend skalieren kann, ohne an Sensibilität oder Kontrolle zu verlieren.

Kundenbedürfnisse im Zeitalter sofortiger Services adressieren

Unternehmen, die in den vergangenen zehn Jahren Kundenerwartungen nachhaltig verändert haben, eint ein gemeinsames Merkmal: Sie haben Reibung aus zuvor komplexen Prozessen entfernt. Digitale Banken ermöglichen Kontoeröffnungen ohne Filialbesuch. Lieferplattformen machen es selbstverständlich, Essen mit wenigen Klicks nach Hause zu bestellen.

Diese Erfahrungen haben die Maßstäbe verschoben. Studien zeigen, dass schlechter Kundenservice die Weltwirtschaft jährlich Billionen kostet – insbesondere jüngere Konsumentinnen und Konsumenten bewerten Unternehmen stark anhand der Servicequalität.

Für deutsche Institutionen ist diese Dynamik besonders relevant. Der deutsche Markt liegt bei digitalen Kundeninteraktionen mehrere Jahre hinter dem britischen zurück und kann daher erheblich von den dort gewonnenen Erfahrungen und bewährten Praktiken profitieren.

Diese Lücke zwischen Großbritannien und Deutschland beschränkt sich nicht auf den Bankensektor. In allen transaktionsintensiven Branchen ist der UK-Markt weiterentwickelt – und eröffnet deutschen Organisationen die Chance, von ausgereiften Modellen zu lernen.

Im Inkasso entsteht daraus zugleich Druck und Potenzial. Viele Kundinnen und Kunden mit Zahlungsschwierigkeiten möchten ihre Situation klären, werden jedoch durch traditionelle Prozesse daran gehindert. Der Abbau von Reibung kann die Ergebnisse für beide Seiten deutlich verbessern.

Die Bank setzte daher auf echte Omnichannel-Ansprache, 24/7-Verfügbarkeit und Personalisierung im großen Maßstab. Statt alle Kunden gleich zu behandeln, ermittelt das System für jede Person den passenden Zeitpunkt, Kanal und die angemessene Ansprache.

Self-Service erwies sich dabei als besonders wirkungsvoll. Viele Menschen regeln sensible finanzielle Themen lieber selbstständig. Über das Portal lassen sich Zahlungspläne einrichten, Zahlungen vornehmen oder Zahlungspausen beantragen – in weniger als 30 Sekunden, ohne Warteschleifen oder komplizierte Menüs.

Dies markiert einen Wandel: weg vom Erzwingen von Kontakt hin zum Ermöglichen von Interaktion.

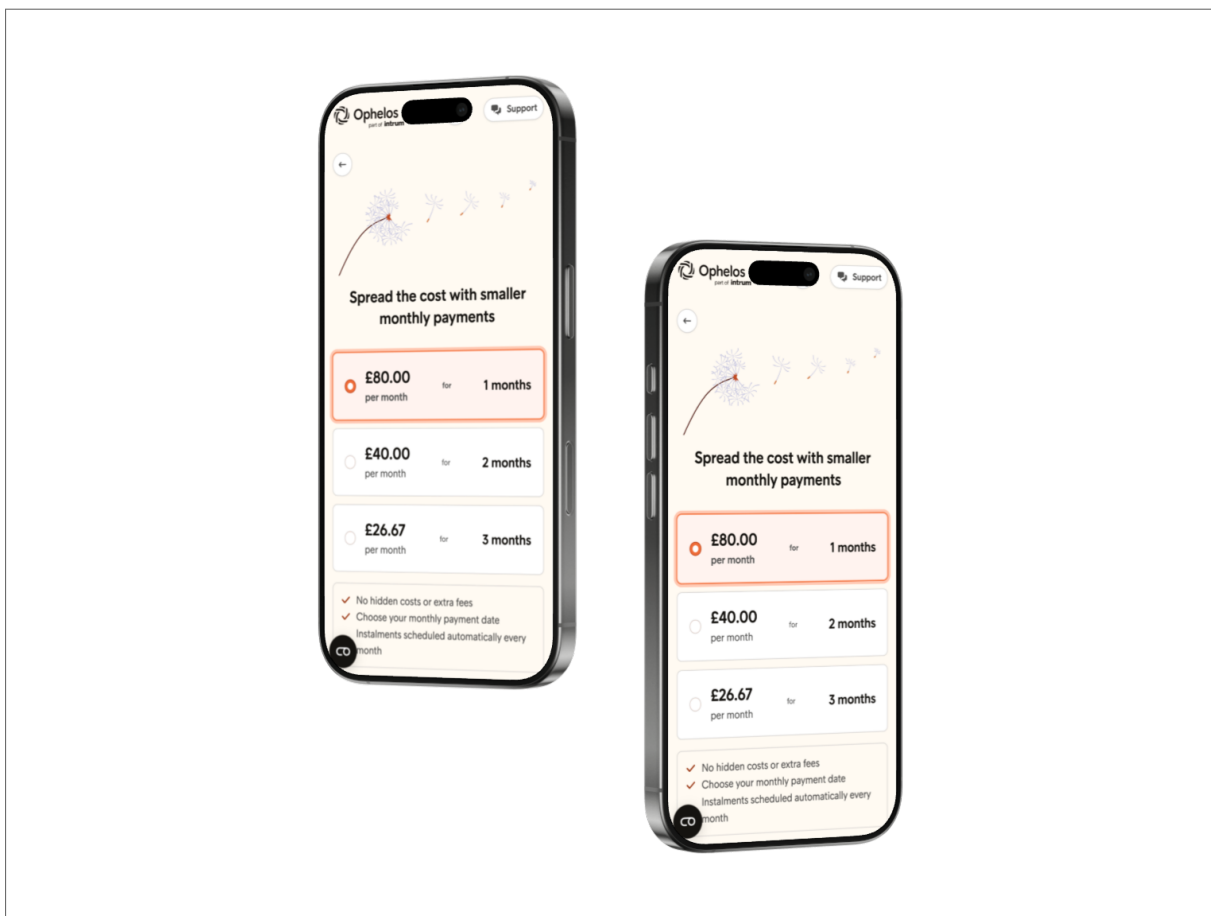


Abb.: Ophelos Payment Pläne als Self-Service für Kunden und Kundinnen

Ergebnisse und regulatorische Einbettung

Die Transformation zeigte klare Wirkung. Die Kundeninteraktion nahm zu, die Betriebskosten sanken durch die Verlagerung standardisierter Vorgänge auf KI, und die Kundenzufriedenheit verbesserte sich spürbar.

Ebenso wichtig war die stärkere regulatorische Absicherung. Sämtliche Interaktionen sind dokumentiert und auditierbar, Entscheidungslogiken werden protokolliert, und die Überwachung von Vulnerabilität läuft kontinuierlich, sodass unterstützungsbedürftige Personen konsistent identifiziert werden.

Dies entspricht den Anforderungen von Regulierungen wie der Consumer Duty der britischen FCA und dem EU AI Act, in denen Transparenz, menschliche Aufsicht und Verantwortlichkeit zentrale Erwartungen an Hochrisiko-Systeme darstellen.

Ausblick

Die Kluft zwischen alltäglichen digitalen Erlebnissen und Inkasso-Interaktionen wird sich weiter schließen. Institutionen, die die Modernisierung hinauszögern, riskieren nicht nur operative Nachteile, sondern auch den Verlust tragfähiger Kundenbeziehungen in schwierigen Lebensphasen.

Für deutsche Organisationen, die ihre Inkassostrategien überprüfen, lassen sich mehrere Lehren ziehen: die Bedeutung von Partnern mit echter operativer Tiefe, der Nutzen klar abgegrenzter Einstiegsszenarien und die Erkenntnis, dass Compliance und Kundenerlebnis keine Gegensätze sind.

Entscheidend ist nicht die Technologie an sich, sondern wie wirkungsvoll sie eingesetzt wird, um Kunden, operative Effizienz und regulatorische Anforderungen gleichzeitig zu verbessern. Für Branchen mit besonders digital affinen Kundengruppen – etwa E-Commerce, Energie oder Telekommunikation – gelten diese Dynamiken umso stärker.

Autoren



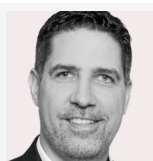
Paddy Gilling

Commercial Lead bei Ophelos, Part of Intrum
Ophelos / Intrum



Steffen Fink

Managing Director
Intrum Germany und Austria



Sven Dölp

Director Business Development
Intrum Germany und Austria



Scannen für Online-Version

<https://firm.fm/?p=11205>