

# What's next



Enterprise

## Verbraucher ziehen Biometrie vor, um Betrug zu bekämpfen

Eine von 4 Personen wurde in den letzten zwölf Monaten Opfer von Betrug und verlor im Durchschnitt \$2.000 aufgrund von nicht wirksamen Passwörtern – die Biometrie wird das ändern.

**Sylvia Lohr**

Posted 5 Juli 2019



Der [Welttag für Passwörter](#) bietet jedes Jahr eine großartige Gelegenheit, die jeweils gegenwärtige Funktion von PINs und Passwörtern in der heutigen digitalen Gesellschaft zu betrachten. Als auch deren Einschränkungen hinsichtlich finanzieller und personenbezogener

Informationen zu beurteilen und zu sichern. Nuance wollte wissen, was Nutzer von Passwörtern und neuen Technologien denken. Wir befragten 5.000 Bürgern im Alter von 18+ in den USA, UK, Deutschland, Spanien und Australien, wie sicher Daten sind und Betrug reduziert werden kann. Wir haben folgendes erfahren:

## Die Passwort-Verdrossenheit ist real

Passwörter sind immer noch eine Herausforderung für die Verbraucher. Verbraucher nutzen im Durchschnitt 11 Online-Konten (zum Beispiel E-Mails, E-Banking, Rechnungen, Einkäufe, Unterhaltung usw.), mit ca. neun verschiedenen Passwörtern, um auf diese Konten zugreifen zu können.

Eine von vier Personen vergisst diese Passwörter mindestens einmal im Monat; und ein Drittel (28%) ruft alle drei Monate im Kundenservice an, um die Anmeldeinformationen zurückzusetzen. Einer von 10 Verbrauchern in den USA muss dort sogar **mehr als einmal pro Woche** anrufen, weil er seine Anmeldeinformationen vergessen hat.

## Betrug trifft die Verbraucher immer noch sehr

Die herkömmlichen Passwörter führen nicht nur zu Frustration, sondern sie sind auch unsicher. Mehr als einer von vier Bürgern (24%) war in den letzten 12 Monaten Opfer von Betrug und verlor im Durchschnitt \$2.000 wegen mangelhaftem Schutz seines Kundenkontos. Die Verbraucher in den USA wurden mit zwei von fünf (38%) am härtesten getroffen. Zu allem Übel dauerte es im Durchschnitt mehr als einen Monat, die Beschwerden wegen Betrug zu behandeln.

Die Verbraucher handeln schnell, wenn so etwas passiert. Drei von fünf der Befragten (62%) sagten, dass sie ihre Serviceprovider lieber wechseln würden, wenn sie durch deren Leistungen Opfer von Betrug würden. Der Verlust von Bank-, Online-Shopping- und Dienstprogramm-Kontodaten wurde als am ärgerlichsten bezeichnet. Dennoch änderten mehr als ein Viertel der Opfer (27%) ihre Passwörter nach dem Betrug nicht und setzten ihre Konten weiterhin kriminellen Tätigkeiten aus.

## Gegen Betrug vorbeugen

PINs und Passwörter sind auch weiterhin unsicher, und die kriminellen Verstöße nehmen zu. Daher verwenden immer mehr [Organisationen biometrische Methoden](#), um es Kunden zu erleichtern, ihre Identität zu bestätigen und Zugang zu Leistungen zu bekommen. Die Nachfrage steigt schnell. Mehr als 400 Millionen Verbraucher auf der ganzen Welt führen mehr als acht Billionen erfolgreiche Authentifizierungen im Jahr durch. Erst vor kurzem gab HSBC bekannt, dass ihr innovatives Sprach-Biometrie-System Voice-ID ihre Kunden vor einem Verlust von mehr als £300 Millionen durch Telefonbetrügern schützte. Seit 2016 nutzen die

Kunden der Bank diese Technologie bereits 15 Mill. mal. Jeden Monat werden dank weniger Passwort-Erneuerungen und geringerer manueller Sicherheitsvorkehrungen ungefähr 50 Wochen bzw. 8.400 Stunden Zeit der Kunden eingespart. Die Biometrie konzentriert sich auf individuelle, einzigartige Merkmale, statt auf unsichere und nervtötenden PINs und Passwörter.

Laut den Befragten steigt die Akzeptanz von biometrischen Methoden, wie Verhaltensbiometrie schnell. Weltweit sagen zwei Drittel (68%) bzw. 78% in den USA, dass sie sich mit dieser Technologie sicher fühlen.

Fast jeder dritte Befragte (30%) vertraut schon auf Fingerabdruck oder Gesichtsbiometrie, um Smartphones mehrmals täglich zu entsperren. Die 18-24-Jährigen verwenden mit 59% die Biometrie am häufigsten. In der Altersgruppe 55+ tut dies dagegen nur jeder fünfte (22%).

Der diesjährige Passworttag findet zu einem interessanten Zeitpunkt statt, da Betrüger neue Hackerstrategien entwickeln, während gleichzeitig die Kunden einen modernen Zugang zu ihren Kundenkonten erwarten.

**Befragungsmethode:** Nuance Communications beauftragte OnePoll, eine Online-Befragung mit 1.000 Erwachsenen (18+) pro Land in UK, USA, Australien, Deutschland und Spanien durchzuführen (5.000 Befragte insgesamt). Die Befragung wurde vom 9. bis 18. April 2019 durchgeführt. Alle Beträge in USD entsprechen dem Google Wechselkurs zwischen GBP und USD am 23. April 2019.

**Tags:** [Betrugsbekämpfung](#), [Betrugsprävention](#), [Biometrie](#), [Passwörter](#), [PIN](#)



## About Sylvia Lohr

Sylvia Lohr ist Regional Marketing Managerin in der Enterprise Division bei Nuance. Neben den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortet sie auch die osteuropäischen Länder und die Türkei. Ursprünglich aus der analogen Welt kommend, hat sie die digitale Kommunikation maßgeblich vorangetrieben und versteht die Anforderungen der Transformation. Sie ist überzeugt, dass nur integrierte, kundenzentrierte Kampagnen erfolgreich sind und entwickelt innovative, zielgruppen-spezifische und vertriebsorientierte Marketingstrategien und setzt diese um. Sie lebt in der Nähe von Frankfurt und fährt in ihrer Freizeit gerne Motorrad.

[View all posts by Sylvia Lohr](#)