

What's next



Enterprise

Die neue Bedeutung der Biometrie für Finanzdienstleister

Der Identitätsbetrug nimmt weltweit über sämtliche Branchen hinweg kontinuierlich zu. Dabei ist die Authentifizierung auf den unterschiedlichen Kundenkontakt-Kanälen ein wichtiges Einfallstor für Kriminelle. Die Folge ist, dass herkömmliche PINs und Passwörter nicht länger zur wirksamen Betrugsprävention ausreichen. Deshalb ist es an der Zeit, auf neue Methoden zu setzen. Ein aktuelles Whitepaper von Nuance zeigt die Vorteile biometrischer Authentifizierung und Betrugsbekämpfung und wie Unternehmen aus der Finanzbranche diese im Omni-Channel-Geschäft erfolgreich einsetzen.

Sylvia Lohr

Posted 24 Juni 2020

Omni-Channel-Kunden-Engagement
Sicherheit und Biometrie

Whitepaper

Die neue Bedeutung der Biometrie für Finanzdienstleister.

Authentifizierung und Betrugsprävention über
Sprach- und Digitalkanäle hinweg.

Das Ende der PIN- und Passwort-Ära

PINs und Passwörter taugen aus unterschiedlichen Gründen nicht mehr zur effizienten Kundenidentifikation über alle Kanäle hinweg. Einer Studie von Forrester Research zufolge kann ein achtstelliges, zufällig ausgewähltes und mit Großbuchstaben, Ziffern sowie Sonderzeichen versehenes Passwort mittlerweile in neun Stunden geknackt werden. Die so erbeuteten Daten werden in betrügerischer Absicht zur kanalübergreifenden Authentifizierung genutzt und verursachen weltweit jährliche Schäden in Milliardenhöhe.

PIN- und Passwortverfahren sind darüber hinaus für Verbraucher äußerst umständlich in der Nutzung. Durchschnittlich verwaltet jeder Verbraucher elf Online-Konten mit neun verschiedenen Passwörtern. 25% der Kunden vergessen mindestens einmal im Monat eines der Passwörter, was zu Frustration und erhöhter Belastung im Contact Center führt.

Die sichere Lösung: Biometrische Authentifizierung und Betrugsbekämpfung

Die Unsicherheit herkömmlicher Methoden hat sich inzwischen bis in die Spitzen der Unternehmen herumgesprochen. Laut einer Untersuchung der Aite Group glauben nur 42% der Führungskräfte in Finanzinstituten, dass ihre derzeitigen Authentifizierungsverfahren effektiv sind. Aus diesem Grund setzt eine wachsende Zahl von ihnen auf biometrische Authentifizierung zur effektiven Omni-Channel-Betrugsprävention. Bei diesen Verfahren wird die Identität einer Person anhand spezifischer Merkmale erkannt und verifiziert. Es kommen dabei insbesondere die folgenden Verfahren zur Anwendung:

- Stimmbiometrie – Kundenauthentifizierung anhand menschlicher Stimme in interaktiven Sprachdialogsystemen und bei Live-Agenten im Contact Center
- Verhaltensbiometrie – Kundenauthentifizierung auf Basis von individuellen Verhaltensmerkmalen in Chat-, Mobil-, Web- und anderen digitalen Anwendungen

Um die Wirksamkeit zu verstärken, setzen Unternehmen meist auf den Einsatz mehrerer biometrischer Verfahren. Hier hat sich die Identifizierung mittels körperlicher Merkmale (Gesichtserkennung, Fingerabdrucksensor) bei der Authentifizierung über mobile Geräte als äußerst effektiv herausgestellt. Und doch gibt es noch weitaus mehr Möglichkeiten der Biometrie. Neben einer präzisen Identifizierung unterstützt Biometrie auch die Aufdeckung von Missbrauch in Sprach- und Digitalkanälen von Unternehmen.

Biometrie hat nicht nur für Organisationen vielfältige Vorteile, sondern auch Kunden wissen das hohe Sicherheitsniveau und die komfortable Handhabung zu schätzen. So entfällt dank

Biometrie die störende und zeitraubende Identifikation mittels PINs und Passwörtern. Die sichere Authentifizierung erfolgt im Hintergrund, verbessert das Kundenerlebnis und beschleunigt die Problemlösung deutlich.

Best Practices im Finanzsektor

Vorausdenkende Finanzinstitute haben längst erkannt, dass ein wirksamer kanalübergreifender Schutz eine Mischung biometrischer Technologien erfordert. Wie dies in der Praxis umgesetzt wird, zeigen zwei in dem Whitepaper vorgestellte Fallstudien, die mit Nuance die biometrische Authentifizierung und Betrugsbekämpfung über mehrere Kontaktkanäle hinweg erfolgreich realisiert haben.

Tags: [authentifizierung](#), [Bankwesen](#), [Betrug](#), [Betrugsprävention](#), [Betrugsschutz](#), [Biometrie](#), [Finanzdienstleistung](#), [Kundenerlebnis](#), [Nuance](#), [payment service provider](#), [sprachbiometrie](#)

More Information



Lesen Sie das Whitepaper

Die neue Bedeutung der Biometrie für Finanzdienstleister

[Download](#)



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](#)