

Kundeninteraktion auf allen Kanälen, Verifizierung und Betrugsprävention

Die Deutsche Telekom bietet mit Sprachbiometrie ein innovatives Kund*innenerlebnis

[Brett Beranek](#) | Vice President & General Manager, Security & Biometrics

25 April 2022



Die Deutsche Telekom hat rund 242 Millionen Mobilfunkkund*innen, 27 Millionen Festnetz- und 22 Millionen Breitbandanschlüsse. Damit zählt sie zu den weltweit führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. Darüber hinaus gehört der Konzern aber auch beim Einsatz von Sprachtechnologie zu den Vorreitern. Als erstes deutsches Unternehmen führte die Telekom Sprachbiometrie im telefonischen Kund*innenservice ein. Seitdem können sich die Anrufenden einfach mit ihrer Stimme authentifizieren. Der SprachID Service wurde dieses Jahr schon mit drei Preisen ausgezeichnet.

Die 30.000 Kund*innenbetreuer der Deutschen Telekom bearbeiten durchschnittlich mehr als 400.000 Kontakte pro Tag, im Jahr beläuft sich dies auf mehr als 100 Millionen Kontakte. Da der Telekommunikationsdienstleister technisch hochkomplexe Produkte und Dienstleistungen anbietet, ist ein hervorragender Kund*innenservice ein Muss – und das auf allen Kanälen, ob per Hotline, E-Mail oder Chat. Anliegen sollen möglichst schon beim ersten Kontakt zur vollsten Zufriedenheit der Kund*innen geklärt werden.

Bevor es aber soweit kommt, müssen sich die Kund*innen erst eindeutig authentifizieren. Schließlich geht es darum, ihre persönlichen Daten zu schützen und Betrugsversuche wirksam zu verhindern. Aus diesem Grund müssen sich Kund*innen in der Regel mit ihrer Kund*innennummer, ihrem Passwort oder mit

Antworten auf Sicherheitsfragen identifizieren, wenn sie sich auf telefonischem Weg bei Vertragsangelegenheiten bei einem Unternehmen melden.

Ein einfacher Weg zur sicheren Authentifizierung

Doch dieser Prozess ist umständlich: Aufgrund der Vielzahl von Verträgen, die Kund*innen abschließen, ist es für sie beinahe unmöglich, sich alle Nummern, Passwörter und Antworten zu merken, die Unternehmen verlangen. Das hat auch die Deutsche Telekom erkannt und reagiert, um die Identifizierung am Telefon unter Wahrung des Sicherheitsaspekts einfacher und komfortabler zu gestalten. Als erstes deutsches Unternehmen hat der Dienstleister [Nuance Voice Biometrics](#) (als Teil der Lösung Nuance Gatekeeper) eingeführt.

Mit dieser Lösung können sich die Kund*innen beim Anruf bei der Telekom-Hotline direkt mit ihrer [Stimme identifizieren und verifizieren](#). Hierbei werden für die Kund*innen Stimmprofile erstellt und hinterlegt und bei jedem neuen Anruf innerhalb weniger Sekunden abgeglichen. Konkret nutzen die Kund*innen dabei die vorab gespeicherte Passphrase „Bei der Telekom ist meine Stimme mein Passwort“. „Die Sprachbiometrie funktioniert sehr gut. Selbst wenn Anrufer müde oder erkältet sind, werden sie noch erkannt“, erklärt Caroline Clemens, Senior Expert User Interface Design bei der Deutschen Telekom. „Wir sagen immer: Wenn Ihre Mutter Sie am Telefon erkennt, dann tun wir das auch.“

Das [stimmbasierte System](#) ist nicht nur schneller und einfacher, sondern auch wesentlich sicherer als herkömmliche Passwörter oder ID-Nummern. Denn Stimmen sind fälschungssicher und Nuance Gatekeeper kann zudem feststellen, ob eine Stimme echt ist, indem die Lösung die Tonfrequenz überwacht. Dadurch haben Betrüger*innen auch mit Stimmaufnahmen keine Chance, sich in Accounts einzuloggen. Gleichzeitig entfällt die Gefahr des Social Engineerings, bei dem Kriminelle geschickt die Mitarbeiter:innen im Contact Center austricksen, um personenbezogene Daten von Kund*innen abzufragen.

Und noch einen Vorteil bei der Sicherheit sieht Caroline Clemens: „Mit Voice Biometrics arbeiten wir DSGVO-konform, denn wir speichern keine Stimmaufnahmen der Kunden. Was wir speichern ist ein Hash – eine lange Zahlenreihe. Kriminelle können aus diesen Zahlen keinerlei Informationen über die Kunden gewinnen, weder welche Worte sie gesagt haben noch Eigenschaften wie ihr Alter oder Geschlecht. Selbst wenn sie es schaffen, dieses Hash zu stehlen, können sie damit nichts anfangen.“

Zudem ist diese Methode für die meisten Menschen unabhängig von Faktoren wie Gerät, Alter oder körperlichen Einschränkungen möglich und bedeutet weniger Stress bei der Kontaktaufnahme. Und auch die Mitarbeitenden im Contact Center profitieren vom Einsatz der Nuance-Lösung: Sie können sich direkt den Anliegen der Anrufenden widmen, ohne zuerst umständlich deren Identität authentifizieren zu müssen.

Die Deutsche Telekom als Pionier bei der Sprachbiometrie

Damit die Implementierung der Lösung reibungslos gelang, hatte die Telekom ein funktionsübergreifendes Team mit Expert*innen aus den Bereichen IT, IVR, Routing, Datenschutz, Sicherheit und Betrug zusammengestellt. In wöchentlichen Besprechungen tauschten sich alle Teammitglieder über den Projektstand aus und beschlossen die nächsten Schritte. Die größte Herausforderung zum Start bestand darin, die Kapazitäten nicht zu überstrapazieren. Zusätzlich zur Anmeldung im Sprachportal hatte die Telekom daher mit der Registrierungs-Hotline eine Ausweichmöglichkeit geschaffen und diese breit nach außen kommuniziert.

Seit der Einführung haben sich über 1 Million Kund*innen der Deutschen Telekom mit ihrer SprachID registriert. Diese Umstellung zahlt sich mit bereits mehr als 2 Millionen Nutzungen aus und erfolgreichen Überprüfungen in über 85 Prozent. Auch die Kund*innen zeigen sich zufrieden mit der neuen Authentifizierungsmethode: mehr als 75 Prozent sagen, dass die SprachID bequemer in der Verwendung ist als eine Kund*innenummer. Aufgrund dieser Erfolge ist die Deutsche Telekom daran interessiert, der Lösung weitere Anwendungsfälle und Kanäle hinzuzufügen: „Derzeit nutzen wir Voice Biometrics in unserem IVR. Der nächste Schritt könnte sein, die Lösung auch in weiteren Kundenkanälen zu implementieren. Zudem können Kunden aktuell pro Telefonnummer nur ein Stimmprofil hinterlegen. Wir möchten gerne in Zukunft die Möglichkeit bieten, mehr als ein Profil mit einer Nummer zu verbinden, beispielsweise für Kunden, die gemeinsam mit ihrem Partner einen Vertrag abgeschlossen haben und dieselbe Telefonnummer nutzen“, ergänzt Caroline Clemens.

Für die SprachID wurde die Deutsche Telekom mit dem TÜV Trust ID ausgezeichnet. Darüber hinaus war der Telekommunikationsanbieter unter den Top3 Unternehmen bei den [European Customer Centricity Award](#) in den Kategorien *Digital Strategy / Transformation* und *Best User Experience (UX)* und hat bei den [German Stevie Awards 2022](#) zwei Gold Awards erhalten – in den Kategorien *Team des Jahres im Bereich Kundenservice* und *Bester technischer Support: Strategie und Implementierung*.

Tags: [Sprachbiometrie](#)

More Information

Die Deutsche Telekom setzt auf innovatives Kund*innenerlebnis mit Nuance

Lesen Sie die Case Study

[Download](#)



About Brett Beranek

Brett Beranek is responsible for overseeing every aspect of the security and biometric business at Nuance. Prior to joining Nuance, he has held over the past decade various business development & marketing positions within the enterprise B2B security software space. Beranek has extensive experience with biometric technologies, in particular in his role as a founding partner of Viion Systems, a startup focused on developing facial recognition software solutions for the enterprise market. Beranek also has in-depth experience with a wide range of other security technologies, including fingerprint biometrics, video analytics for the physical security space and license plate recognition technology. He has earned a Bachelor of Commerce, Information Systems Major, from McGill University as well as an Executive Marketing certificate from Massachusetts Institute of Technology's Sloan School of Management.



[View all posts by Brett Beranek](#)