

60 Prozent der Deutschen empfinden Biometrie als Authentifizierungsmethode am angenehmsten

Biometrische Authentifizierungsfaktoren rangieren in Sachen Sicherheit vor PINs und Passwörtern // Deutsche nutzen dennoch im Schnitt mindestens acht Passwörter für mehr als zehn Accounts

Aachen, 2. Mai 2019 – Biometrie gewinnt bei deutschen Verbrauchern als Authentifizierungsmethode an Ansehen: 60 Prozent denken positiv über Biometrie und 42 Prozent der Deutschen halten die Authentifizierung per Stimme, Fingerabdruck oder Iris-Scan für den sichersten Weg, um ihre Daten vor unberechtigtem Zugriff zu schützen – so das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage* von Nuance. Nur noch 39 Prozent trauen dies PIN oder Passwort zu.

Im internationalen Vergleich sind die Vorteile der biometrischen Authentifizierung in Deutschland damit offenbar bereits besser bekannt als in Großbritannien, Spanien, Australien und USA, wo die parallel befragten Konsumenten durchweg Passwort und PIN als vertrauenswürdigste Sicherungsmethode empfinden. Die reale Bedrohung dieser Authentifizierungsmethoden durch Hacker ändert diese Wahrnehmung nicht zwangsläufig: In den USA ist mehr als jeder dritte Konsument (38 Prozent) in den letzten 12 Monaten Opfer von Betrügern geworden mit einem Schaden von mehr als 2.000 USD pro Betrugsfall. Dennoch schätzen 42 Prozent der US-Amerikaner PIN und Passwort als vertrauenswürdigste Methode ein. Unter den deutschen Befragten gaben dagegen nur 19 Prozent an, in den letzten 12 Monaten Opfer eines digitalen Betrugsfalls geworden zu sein mit einer Schadenssumme von im Schnitt 1.340 Euro.

Passwörter: Hoher Verwaltungsaufwand, begrenzte Sicherheit

Der durchschnittliche deutsche Konsument besitzt mehr als zehn Accounts – beispielsweise für E-Mails, Online-Banking, E-Rechnungen, digitale Unterhaltung oder bei Online-Shops. Um auf diese Konten zugreifen zu können, muss er sich mindestens acht Passwörter merken und sie in regelmäßigen Abständen ändern, um potenziellen Hackern den Riegel vorzuschieben. Jeder vierte Studienteilnehmer (25 Prozent) gab an, mindestens einmal im Monat ein Passwort, eine PIN oder den User-Namen eines Accounts zu vergessen – 23 Prozent kontaktieren deswegen wenigstens alle drei Monate eine Servicestelle. Nur knapp jeder dritte Nutzer digitaler Services (29 Prozent) lässt sich nie von seinen Kombinationen aus Groß- und Kleinbuchstaben sowie Sonderzeichen aus der Ruhe bringen, alle anderen fühlen sich regelmäßig frustriert.

Biometrische Authentifizierung erreicht Alltag – aber nicht alle Bereiche

Dass Nutzer sich zunehmend an biometrische Authentifizierung als sichere Alternative gewöhnen, zeigt das Beispiel Deutsche Telekom.

„In unserem interaktiven Sprachsystem nutzen wir bereits seit Jahren die Technologie von Nuance. Seit September 2018 können unsere Kunden auch ihre Stimme als Passwort nutzen“, sagt Manuel Lopez-Monjo, verantwortlich für Sprachanwendungen im Bereich Serviceentwicklung und Innovation im Service der Telekom. „Sie müssen am Telefon keine komplexen Zahlenreihen, wie Kunden- oder Rechnungsnummern mehr durchgeben. Stattdessen können sich registrierte Kunden mit nur einem Satz authentifizieren. Nach acht Monaten haben sich bereits 300.000 Kunden für die Authentifizierung durch ihre eigene Stimme entschieden und 75 Prozent der Kunden finden diesen Zugang bequemer.“

Auch die Umfrage ergibt, dass sich bereits mehr als jeder Dritte (36 Prozent) auf Biometrie per Gesichtserkennung oder Fingerabdruck verlässt, um sein Smartphone zu entsperren. Unter den 18- bis 24-jährigen greift sogar fast die Hälfte der Nutzer (47 Prozent) per Biometrie auf persönlichen Content und

Services zu, gegenüber 20 Prozent bei der Altersgruppe 55 plus. Gleichzeitig sind es aber auch die jungen Erwachsenen, die im vergangenen Jahr besonders häufig und hart von Betrugsfällen getroffen worden sind: 44 Prozent der 18- bis 24-jährigen geben an, Opfer von digitalen Angreifern geworden zu sein mit einem durchschnittlichen Schaden von mehr als 1.800 Euro – gegenüber nur sechs Prozent der Über-55-jährigen mit einer Schadenssumme von im Schnitt 770 Euro.

Höchste Zeit umzudenken – nicht nur im Finanzsektor

Gleichzeitig gaben nur 17 Prozent der Studienteilnehmer in Deutschland an, dass ihre Bank Stimmbiometrie zur Authentifizierung anbietet. Dabei trägt Biometrie schon heute bei vielen Unternehmen zur Betrugsbekämpfung bei und ist in der Lage, Kriminellen bereits bei ihrem ersten Angriffsversuch das Handwerk zu legen. So konnte die Nuance Technologie zur stimmbiometrischen Authentifizierung Unternehmen im Jahr 2018 weltweit vor Betrugsschäden in Höhe von insgesamt einer Milliarde US-Dollar schützen.

Auf diesen Sachverhalt hingewiesen, gaben mehr als zwei Viertel (44 Prozent) der deutschen Konsumenten an, biometrische Authentifizierung nutzen zu wollen, wenn Unternehmen diese Option anbieten. Fast jeder Fünfte (19 Prozent) würde sich den Einsatz der Technologie sogar von noch mehr Firmen wünschen. Gerade unter den Finanzdienstleistern, Online-Shopping-Plattformen, Kranken- und Lebensversicherungen, bei denen die Studienteilnehmer einen Verlust ihrer Daten als besonders unangenehm empfinden, gibt es hier noch großen Nachholbedarf.

„In der Stimmbiometrie sehen wir die Zukunft der Authentifizierung“, sagt Brett Beranek, Geschäftsführer der Security Business Unit bei Nuance. „Diese Technologie garantiert nicht nur ein Höchstmaß an Sicherheit, sie ist auch für den Anwender denkbar einfach, ein paar gesprochene Worte genügen für den Login. Bisher tendieren Nutzer dazu, für ihre zahlreichen verschiedenen Accounts das gleiche Passwort zu verwenden und/oder möglichst einfache Zeichenkombinationen zu wählen – beides ein gefundenes Fressen für Hacker. Mit der Nutzung von Stimmbiometrie würde diese Gefahr so gut wie entfallen.“

*Methodik

Für die Studie hat OnePoll im Auftrag von Nuance vom 9. bis 18. April 2019 jeweils 1.000 Erwachsene in Großbritannien, den USA, Australien, Deutschland und Spanien online befragt (insgesamt 5.000 Teilnehmer).

Nuance Communications, Inc.

Nuance (NASDAQ: NUAN) ist Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI-Innovationen, die Intelligenz in die tägliche Arbeit und das tägliche Leben bringen. Der Marktführer liefert Lösungen, die die menschliche Sprache verstehen, analysieren und darauf reagieren können, um die Produktivität zu steigern und die menschliche Intelligenz zu verstärken. Mit jahrzehntelanger Erfahrung in künstlicher Intelligenz arbeitet Nuance mit Tausenden von Unternehmen zusammen, die in globalen Branchen wie Gesundheitswesen, Telekommunikation, Automobil, Finanzdienstleistungen und Einzelhandel tätig sind, um stärkere Beziehungen und bessere Erfahrungen für ihre Kunden und Mitarbeiter zu schaffen. Weitere Informationen finden Sie online unter www.nuance.de.

Markenrechtlicher Hinweis: Nuance und das Nuance-Logo sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der Nuance Communications, Inc. oder ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten von Amerika und/oder anderen Ländern. Alle anderen hier genannten Warenzeichen sind das Eigentum ihrer jeweiligen Eigentümer.

<https://news.nuance.com/2019-05-02-60-Prozent-der-Deutschen-empfinden-Biometrie-als-Authentifizierungsmethode-am-angenehmsten>