



video- identifikation

**Geschäftsabschlüsse:
online, einfach, sicher**

Dossier

unter Mitwirkung von CRIF
sowie WebID Solutions



© Philipp Hutter

Herausgeber
Oliver Jonke
[o.jonke@medianet.at]

Editorial

Schnell, bequem, sicher ... online!

Liebe Leserinnen und Leser!

Endlich! Endlich ist es möglich, auch komplexe Vertragsabschlüsse zu realisieren, ohne dafür das Netz verlassen zu müssen. Sie wollen z.B. Kredit-, Leasing- bzw. Telekommunikationsverträge oder Versicherungen abschließen? Das geht nun ohne Medienbruch zur Gänze online: mit Video-Identifikation.

Für Kunden eine wesentliche Erleichterung: Es ist nicht mehr nötig, mit Dokumenten in eine Filiale innerhalb der Öffnungszeiten zu marschieren. Sie bleiben online, das Überprüfen Ihrer Daten erfolgt in einem persönlichen Live-Gespräch.

Mit Ihnen unterhält sich ein Mitarbeiter, den Sie auf Ihrem Screen sehen, der mit Ihnen die relevanten Fragen durchgeht und dem Sie Ihre Dokumente zeigen. Dabei ersparen Sie sich nicht nur den Hin- und Rückweg zu einer Filiale. Das Gespräch selbst ist so gut strukturiert,

dass das ganze Procedere nur wenige Minuten dauert.

Für Unternehmen stellt Video-Identifikation nun die lang ersehnte Lösung für eine riesige Herausforderung dar: Zahlreiche Kunden, die sich bisher durch Online-Angebote angesprochen fühlten, wollten nicht hinnehmen, dass Anmeldeprozesse durch Medienbrüche (Gang zur Filiale, Zusendung von Dokumenten usw.) verkompliziert wurden. Also gab es bis jetzt eine sehr hohe Abbruchrate, manche sprechen von 40% und mehr. Das waren bisher relativ hohe Summen an entgangenem Geschäft – und das angesichts der heutigen Wirtschaftslage ...

Schlecht für Betrüger: Obwohl Video-Identifikation schneller geht als bisherige Prüfungen, ist sie deutlich sicherer – nicht zuletzt, weil hier ja jede Prüfung (mit dem ausdrücklichen Einverständnis des Kunden) aufgezeichnet wird.

Wer sich also für jemanden anderen ausgibt, wird dabei per Video-Call festgehalten und gleich erkannt; die Anzahl der Betrugsversuche nimmt dadurch drastisch ab.

Ab sofort bietet die Wirtschaftsauskunftei CRIF Video-Identifikation für den digitalen Workflow in Österreich an. Das hier vorliegende Dossier ist im Auftrag und unter Mitwirkung von CRIF entstanden – mit der Zielsetzung, die wichtigsten Aspekte dieser Innovation, die auch den österreichischen Markt wesentlich verändern wird, zu beleuchten: Ausweis- und Dokumentenerfassung, Identitätsfeststellung per Video Call sowie rechtsgültige Unterschrift.

Viel Spaß bei der Lektüre

Ihr
Oliver Jonke
Herausgeber

Inhalt

- 4 **Round Table**
medianet-Herausgeber Oliver Jonke diskutierte mit Top-Experten über die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten der Video-Identifikation



© Chris Haderer

- 8 **Die Online-Revolution**
- 9 **Zauberwort „IdentCheck“**
ID-Verification-Tool von CRIF

- 10 **Ausgereifte Technologie**
QES unter der Lupe



© panthermedia.net/minervastock

- 11 **Aus der Kundenpraxis**
1A-Chancen für Top-Branchen
- 12 **Safety First!**
Keine Chance für Betrüger
- 14 **Win ... Win ... WIN!**
Was CRIF alles zu bieten hat

Impressum

Medieninhaber:

„medianet“ Verlag AG
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Diese Sonderausgabe wurde von medianet unter Mitwirkung von CRIF sowie WebID Solutions erstellt.

Konzept: Oliver Jonke (Herausgeber)
Kontakt: o.jonke@medianet.at

Leitender Redakteur dieser Ausgabe:
Paul Christian Jezek (pj)

Lektorat: Christoph Strolz **Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn
Erscheinungsort: Wien **Stand:** März 2017

Für den Inhalt verantwortlich:
CRIF, 1150 Wien, Diefenbachgasse 35



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100



Dossier:
video-identifikation

Coverfoto: shutterstock

Das digitale Lexikon

Schlaue Definitionen und exakte Details rund um Speicherung und Digitalisierung, die FMA-Verordnung 2017, OCR und TAN, Entitäten und Identitäten.

••• Von Paul Christian Jezek

Authentifikation/ Authentifizierung

Ist der Nachweis (Verifizierung) einer behaupteten Eigenschaft einer Entität, die ein Mensch, ein Gerät, ein Dokument oder eine Information sein kann und die dabei durch ihren Beitrag ihre Authentisierung durchführt. Griechisch „authentikós“ = ‚echt‘, ‚Anführer‘; Stammform verbunden mit lateinisch „face-re“ = ‚machen‘.

Das zugehörige Verb lautet authentifizieren (englisch „authenticate“), das für das Bezeugen der Echtheit von etwas steht. Im deutschen Sprachraum wird der Begriff Authentifikation für die *Prüfung* der Echtheit und der Begriff Authentifizierung für die *Bezeugung* der Echtheit verwendet.

Digitalisierung

Bezeichnet die Überführung analoger Größen in diskrete (abgestufte) Werte, um sie elektronisch zu speichern oder zu verarbeiten.

In einem allgemeineren Sinn kann mit Digitalisierung auch der gesamte Vorgang – von der Erfassung und Aufbereitung bis hin zur Speicherung von analogen Informationen auf einem digitalen Speichermedium (z.B. einer CD) – gemeint sein.

So wird geschätzt, dass 2007 bereits 94% der weltweiten technologischen Informationskapazität digital waren (nach lediglich 3% im Jahr 1993).

Weiters wird angenommen, dass es der Menschheit 2002 zum ersten Mal möglich war, mehr Information *digital* als analog zu speichern = der Beginn des „Digitalen Zeitalters“.

FMA-Verordnung 2017

Die Verordnung der Finanzmarktaufsicht über die video-



© panthermedia.net/Anatolis

OCR

(englische Abkürzung OCR von englisch „optical character recognition“, selten auch: OZE) ist ein Begriff aus der Informationstechnik und bezeichnet die automatisierte Texterkennung oder auch optische Zeichenerkennung.

gestützte Online-Identifikation von Kunden ist Anfang Jänner 2017 in Kraft getreten. Auf der Basis des Finanzmarkt-Geldwäschegesetzes definiert die FMA in der Online-Identifikationsverordnung (Online-IDV) Sicherungsmaßnahmen zur Verringerung der Risiken, die aus der physischen Abwesenheit des Kunden für die Identitätsfeststellung und -überprüfung resultieren.

Gemäß der Online-Identifikationsverordnung gelten folgende Voraussetzungen für die Video-Identifikation:

- Das verpflichtete Unternehmen hat vom potenziellen Kunden und von seinem amtlichen Lichtbildausweis

sogenannte Screenshots anzufertigen.

- Der potenzielle Kunde hat seinen amtlichen Lichtbildausweis vor der Kamera in einer Weise horizontal und vertikal zu kippen, dass die holografischen Sicherheitsmerkmale durch speziell geschulte Mitarbeiter überprüft werden können.
- Der Mitarbeiter hat zudem durch entsprechende Präsentation des amtlichen Lichtbildausweises vor der Kamera die Unversehrtheit und die Seriennummer des Dokuments zu überprüfen.
- Die Online-Identifikation ist seitens des verpflichteten Unternehmens in einem abgetrennten, mit einer Zugangskontrolle ausgestatteten Raum durchzuführen.
- Das Verfahren ist abzubrechen, wenn eine visuelle Überprüfung des potenziellen Kunden oder des amtlichen Lichtbildausweises nicht möglich ist oder wenn sich sonstige Unsicherheiten ergeben.

Identität

(lateinisch „idem“, ‚derselbe‘ bzw. ‚dasselbe‘) ist die Gesamtheit, die eine Entität, einen Gegenstand oder ein Objekt kennzeichnet und als Individuum mit allen anderen unterscheidenden Eigentümlichkeiten beschreibt.

Analog wird der Begriff auch zur Charakterisierung von Personen verwendet; psychologisch und soziologisch steht dabei im Vordergrund, welche Merkmale im Selbstverständnis von Individuen oder Gruppen als wesentlich erachtet werden.

So folgt die rechtliche Identitätsfeststellung den für Inklusion und Exklusion relevanten Markern moderner bürgerlicher Gesellschaften.

TAN

Eine Transaktionsnummer (TAN) ist ein Einmalkennwort, das üblicherweise aus sechs Dezimalziffern besteht und vorwiegend im Online-Banking verwendet wird.



© Panthermedia/B. Leitner



„Ich bin, der ich bin“ *

Video-Identifikation macht's jetzt möglich: Geschäfte wie Kontoeröffnung oder Vertragsabschlüsse werden einfach und sicher wie nie zuvor. Die Details dazu im **media**net-Round Table.

Seit einigen Wochen ist Video-Identifikation (auch) in Österreich erlaubt. Damit sind nun die verschiedensten Business-Anwendungen in Bereichen wie Banken- und Versicherungsgeschäften, Consumer Finance (Online-Shopping) bzw. ganz allgemein Zahlungsverkehr und Vertragsabschlüsse möglich.

In einem einzigen Jahr (2016) gab es bei einer renommierten österreichischen Bankengruppe einen Zuwachs von 40% (!) bei Online-Eröffnungen von Girokonten. „Diese Steigerung beim Online-Anteil zeigt, dass der Markt für die Video-Identifikation überreif ist“, bringt **medianet**-Herausgeber Oliver Jonke das Umfeld auf den Punkt. Ohne auf Öffnungszeiten Rücksicht zu nehmen, ohne die Wohnung zu verlassen, können Bankgeschäfte getätigt und Verträge abgeschlossen werden.

Neue Rechts- grundlage

Seit Anfang 2017 gelten in Österreich gesetzliche Rahmenbedingungen, welche die Online-Identifikation erlauben. Damit wird die Online-Vertragsunterzeichnung ohne Medienbruch ermöglicht.

* 2. Mose 3,14



Mit Video in die neue Zeit

Möglich wird dies durch die Video-Identifikation. Früher wurde z.B. der Personalausweis gescannt bzw. kopiert oder per Post an das Backoffice übermittelt – ein aufwendiger und umständlicher Vorgang, der allzu oft Konsumenten zum Abbruch des Kaufs bzw. des Vertragsabschlusses verleitet hat.

Auf Unternehmensseite erforderte die detaillierte Kontrolle eingehender Dokumente speziell trainierte Teams und war zudem enorm zeitaufwendig und fehleranfällig.

Beim hochrangig besetzten medianet-Round Table-Gespräch tauschten sich Vertreter großer Banken und Kreditkartenunternehmen mit den Lösungsanbietern CRIF bzw. WebID Solutions über die Neuerungen und vor allem über die mannigfachen Chancen aus, welche die Video-Identifikation mit sich bringt.

Ein echter Quantensprung

Einigkeit herrscht über den „großen Fortschritt“. Die Konsumenten müssen natürlich eine gewisse Affinität zu Online haben. Das sei aber keine Frage des Alters. Zumindest 50% der in Österreich lebenden Menschen seien über kurz oder lang für Video-Identifikation zu begeistern.

Eine mögliche Hürde für den Einsatz sei keineswegs der Prozess selbst. „Der läuft super“, bestätigt Raiffeisen Leasing-Prokurist Alexander Hartner. „Allerdings werden Firmen mit breiter und langjähriger Kundenbasis natürlich nicht alle Kunden online bringen können. Wir sind aber sicher, dass so gut wie alle, die einmal online ‚gedalt‘ haben, es immer wieder tun werden, weil es schnell und bequem ist und weil sie ein sicheres Gefühl dabei haben.“

Summa summarum steht (auch) rund um die Video-Iden-



”

CRIF verfügt über das nötige Experten-Know-how, um mit Kunden gemeinsam Video-Identifikation für ihre Geschäftsprozesse auszuarbeiten.

Boris Recsey
CRIF

“

”

Für die Unternehmen sind die nächsten fünf Jahre entscheidend. Dabei geht es in erster Linie darum, die richtigen Kooperationen einzugehen.

Mario Perner
Volksbank Wien

“



”

Video-Identifikation erlaubt die automatisierte Prüfung zusätzlicher Kriterien in einem Workflow, wie etwa Bonitätsprüfungen und ähnliche Mechanismen.

Sepp Puwein-Borkowski
CRIF

“



”

Mit der Komplexität des Produkts steigt natürlich auch der Beratungsbedarf des Kunden. Dies ist für den Online-Weg eine zentrale Herausforderung!

Alexander Hartner
Raiffeisen Leasing

“

”

Wir waren bislang auf Sach- und Kfz-Versicherungen spezialisiert. Zur Ausweitung unseres Angebotes benötigen wir Lösungen wie die Video-Identifikation.

Thomas Hajek
netinsurer

“



”

Bei Video-Identifikation kommt es zu keinerlei userseitigen Abbrüchen. Die Fertigstellungsquote liegt bei reinen Identifikationsvorgängen bei mehr als 99%!

Fritz Tupy
WebID Solutions

“



© Chris Haderer (7)

tifikation der Kunde absolut im Vordergrund. „Man muss es ihm so einfach wie möglich machen und ihm die Wahl lassen, auf welche Weise er ein Produkt erwirbt“, weiß Bawag PSK-Manager Marcus Kapun.

„Sein“ Institut meldete praktisch zeitgleich mit der Erste Group im Jänner dieses Jahres, dass man nun auch hierzulande die neue Identifikationsmöglichkeit offeriert.

Bei Assekuranzen liefert etwa die deutsche Allianz-Versicherung ein Vorzeigebispiel für die erfolgreiche Anwendung von Video-Identifikation. Dort kommen zwei Anwendungsbereiche zum Einsatz. Eine Schiene ist die Identifikation des Kunden über die Homepage, die zweite ist die mobile Identifikation durch freie Allianz-Mitarbeiter im Außendienst.

Unternehmensseitig sollte sich davon im Grunde jede Branche angesprochen fühlen, nicht „nur“ Banken und Versicherungen. Überall, wo es um den prozessgesteuerten Vertragsabschluss geht, der durchgängig online abgeschlossen werden kann, findet sich eine potenzielle Einsatzquelle.

„Besonders wichtig ist auch der Telekom-Sektor“, sagt dazu Thomas Hajek, CEO von netinsurer.

Die Teilnehmer

Alexander Hartner
Bereichsleiter Kundenbetreuung
Privat- und Geschäftskunden/
Prokurist, Raiffeisen Leasing

Thomas Hajek
Geschäftsführer netinsurer

Marcus Kapun
Head of Digital Banking,
Bawag PSK

Matthias Neuner
ING-DiBa Austria

Mario Perner
Direktvertrieb Volksbank Wien

Sepp Puwein-Borkowski
Business Development
Digitaler Workflow CRIF

Boris Recsey
Geschäftsführer CRIF

Fritz Tupy
Geschäftsführer WebID Austria
GmbH

Gerald Weiss
Bereichsleiter/Prokurist Issuing,
card complete Service Bank AG

Moderation: Oliver Jonke
Herausgeber medianet

Abseits von Online-Sparkonten, bei denen die Konditionen auf den ersten Blick klar sind, „steigt der Beratungsaufwand mit der Komplexität des Produkts“, sind die Experten Matthias Neuner, Mario Per-



ner, Sepp Puwein-Borkowski, Fritz Tupy und Gerald Weiss einig. „card complete arbeitet intensiv an der Integration durchgängiger Bestellprozesse für Kartenprodukte inklusive Video-Identifikation und Signatur“, verrät Letzterer.

Generell sind die Experten einig, dass Video-Identifikation künftig „flächendeckend“ angeboten wird. „Im eCommerce, speziell bei hochpreisigen Produkten, ist es dem Verkäufer wichtig, dass er sein Geld auch bekommen wird.“

Auch wenn es um die Unterschrift auf Verträgen geht, wird die Identitätsprüfung per Webcam künftig eine Möglichkeit sein. Und in vielen Belangen des E-Government – „beispielsweise wenn sich ein Bürger nach einem Umzug am Computer ummeldet und sich den Weg zur Meldebehörde spart“.

Unterm Strich sind dafür sichere Identifikationssysteme, wie sie von CRIF und WebID Solutions angeboten werden, unverzichtbar. Zur Erklärung dieser Systeme gibt es von CRIF die sogenannte Live-Demo, welche die Abläufe sehr einfach und nachvollziehbar demonstriert.

„Im zugehörigen Workflow sind zusätzliche Services wie etwa Bonitätsprüfungen mög-

lich“, nennt CRIF-Manager Sepp Puwein-Borkowski ein weiteres – sehr wesentliches – „Goodie“.

WebID Solutions liefert dabei die Basis für die sichere Identifikation, CRIF (u.a.) die darüber hinausgehenden „Spezialprüfungen“. Firmen, die das System nutzen, erhalten auf Wunsch eine personalisierte Landing-Page, auf der die Datenabfrage beginnt, um das Corporate-Erscheinungsbild zu gewährleisten.

Resümee – über 2017 hinaus Unisono waren die Teilnehmer des medianet-Round Tables einig, dass Video-Identifikation ein enormer Zukunftsmarkt ist: Um neue Kunden zu gewinnen, um Bestandskunden mehr Komfort, Geschwindigkeit und Sicherheit zu bieten – aber auch aus logistischen Gründen.

Denn durch das automatisierte Auslesen von Ausweisdaten fallen potenzielle Fehlerquellen weg. Alle Daten stehen von Anfang an in digitaler Form zur Verfügung und können in einen Workflow eingebunden werden.

Bleibt unterm Strich: „Ich bin online wirklich der, der ich behaupte zu sein – und die Video-Identifikation belegt es zu 100%!“

”

Wir bieten maximale Flexibilität bei der Abwicklung von Bankgeschäften. Unsere digitale Vertriebschiene ergänzt daher unser Filialnetzwerk optimal.

Marcus Kapun
Bawag PSK

“



”

Wir wollen die Digitalisierung nutzen, um das Leben unserer Kunden einfacher zu machen – überall und zu jeder Zeit, schnell und effizient.

Matthias Neuner
ING-DiBa Austria

“

”

31% der Bankkunden sind Non-Movers, die man nicht zum Umsteigen bewegen kann. Deshalb müssen Unternehmen noch zweigleisig fahren.

Gerald Weiss
card complete

“



Online-Revolution

Die Kombination aus Video-Identifikation und Handysignatur verändert den Online-Handel massiv – zum Positiven!



© Chris Haderer



Top-Experte

Fritz Tupy ist Geschäftsführer von WebID Solutions Österreich und Lösungsanbieter.

Große Nachfrage

Ich bin der Überzeugung, dass die Kombination aus Video-Identifikation und eSignatur eine Revolution für den digitalen Workflow darstellt. Wir konzentrieren uns mit all unseren Ressourcen darauf, die Nachfrage umzusetzen. Diese kommt aus dem Bankenbereich ebenso wie aus dem Bereich der Glücksspielanbieter.

Das GwG hat in mehr als 20 Gesetzeswerke eingegriffen, daher haben viele Branchen jetzt die Notwendigkeit, ihre Kunden entsprechend zu erfassen und zu legitimieren.

Alles, was unter der Bezeichnung eCommerce agiert, ist irgendwann einmal in der Situation, wissen zu wollen oder zu müssen, um wen es sich bei seinem Gegenüber handelt.

Die Zukunftsaussichten

Video-Identifikation wird in ein paar Jahren zum Alltag gehören; wir sehen das an der Akzeptanz am deutschen Markt schon seit zwei Jahren. Dort haben wir schon mehr als zwei Millionen Video-Identifikationen durchgeführt und keine negativen Erfahrungen gemacht. Firmen müssen zwar vorerst zweigleisig fahren, aber die Zielgruppe wird immer größer.

Ältere Bestandskunden wird man nicht oder nur schwer online bringen – für die junge Generation ist das Smartphone allerdings längst Teil des Alltags; die Zielgruppe wächst also.

Die Entwicklung steht erst am Anfang, und in Zukunft wird es auch weitere Produkte geben, an deren Entwicklung wir gerade arbeiten.

Into the Future

••• Von Fritz Tupy

WIEN. Das Thema Video-Identifikation ist – von Deutschland ausgehend – zumindest seit 2014 aktuell. WebID Solutions hat dieses System realisiert und auch die Abstimmungsgespräche mit den deutschen Behörden geführt. Langfristig war es klar, dass dieses Thema auch über Deutschland hinaus interessant ist. Denn die Digitalisierung der Wirtschaft betrifft ja nicht „nur“ Banken, sondern *alle* Unternehmen, die etwas im Internet anbieten und die Daten ihrer Kunden brauchen.

Seit Anfang 2017 ist in Österreich das Geldwäschegesetz in Kraft, das die Richtlinien vorgibt. Jetzt ist natürlich der Bedarf an Umsetzungen groß.

Starker Partner

In Österreich haben wir mit unserem Partner A-Trust eine ideale Kombination zwischen Video-Identifikation und Handy-

signatur gefunden. Dadurch können sich Interessenten in einem *medienbruchfreien* Prozess sowohl dem Geldwäschegesetz konform legitimieren, eine Handysignatur erhalten sowie einen Vertrag rechtskräftig online unterzeichnen.

Dies ist ein absoluter Durchbruch im Retail-Online-Geschäft – beim Banking ebenso wie in anderen Branchen, denen ein solches System bisher schmerzhaft gefehlt hat.

Neue Gesetzeslage

Der Finanzmarkt Geldwäschegesetz (GwG) ist in Österreich seit dem 1.1.2017 gültig. Es regelt u.a. die Personenlegitimierung.

”

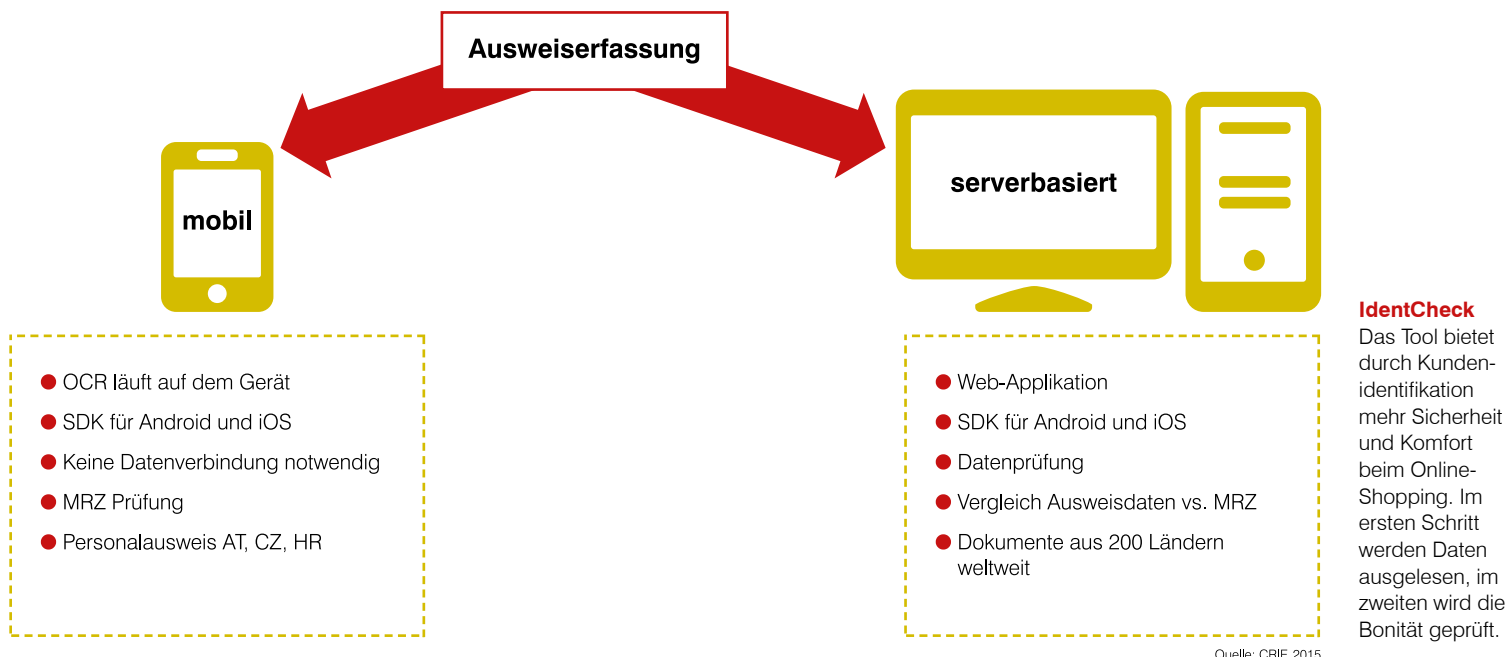
Video-Identifikation im Zusammenspiel mit Biometrie ist die Basis für viele neue Produkte, die in den nächsten Jahren auf den Markt kommen werden.

“

Keine Medienbrüche mehr

IdentCheck

Für 3.500 Dokumententypen aus über 200 Ländern



Zauberwort „IdentCheck“

Das ID-Verification-Tool führt zu mehr Komfort & Sicherheit beim Online-Shopping.

... Von Paul Christian Jezek

WIEN. Ohne Identitäts- und Bonitätsprüfungen würde eCommerce als Distanzhandel nicht funktionieren können. Die Konsumenten sind den Unternehmen in der Regel unbekannt, jeder Verkauf ist mit dem Risiko eines Zahlungsausfalls verbunden.

Ist zu einem bestimmten Zeitpunkt des Online-Kaufprozesses ein Identitätsnachweis unmittelbar erforderlich, kann das den Konsumenten zum Kaufabbruch verleiten. Um solche Prozesse zu automatisieren und die Conversion Rate zu erhöhen, bietet sich das ID-Verification-Tool *IdentCheck* an.

Damit ist es nicht mehr erforderlich, Formulare auszufüllen oder Scans der Ausweise per Mail zu übermitteln. Die Daten werden mithilfe von OCR-Technologie ausgelesen und zur weite-

ren Verarbeitung zur Verfügung gestellt. Nach der Identifikation runden weitere Prüfungen, wie jene der Bonität, den Prozess ab. Auf dieser Grundlage wird die beliebte Bezahlmethode „auf offene Rechnung“ vielfach erst möglich.

Mobil und stationär

„IdentCheck steht als iOS und Android App für Smartphones und Tablets oder als Web-Applikation – bei der die Dokumente über die Webcam erfasst werden – zur Verfügung und lässt sich einfach in Prozesse integrieren, wodurch unnötige Medienbrüche vermieden werden“, garantiert CRIF-Chef Boris Recsey. „Dank einer weltweiten Abdeckung können mehr als 3.500 Dokumententypen aus über 200 Ländern verarbeitet werden.“

Die Verifizierung wird innerhalb weniger Minuten durch-

geführt. Ausweiserfassung und Auslesen der Daten erfolgt über die App in wenigen Sekunden.

CRIF bietet auch eine Form der Verarbeitung, bei der vorhandene Scans oder Kopien von Dokumenten oder Fotos in größerer Anzahl automatisch eingelesen und geprüft werden. „Damit können große Mengen von nur im Papierformat vorhandenen Dokumenten mit geringem Aufwand digitalisiert werden“, beschreibt Recsey den Mehrwert dieses Service. „Das Unternehmen kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren, und das Back Office wird entlastet. Die Informationen aus den digitalisierten Unterlagen sind nun als Daten im System abruf- und verwendbar.“

Die Ergebnisse werden dann als Datei oder über ein SOAP-Interface zurückgeliefert und können auch über eine Web-Applikation abgerufen werden.

So kann das Unternehmen die Daten einfach in das eigene Kundensystem ohne weiteren IT-Aufwand übernehmen.

Spezialtipp:

Credit Check Consumer

Dieser Service von CRIF ermöglicht eine Überprüfung der Identität und der Kreditwürdigkeit eines neuen Kunden in Echtzeit – ein wesentlicher Faktor, wenn Betrugsversuche von vornherein abgewendet werden sollen. So werden etwa Schreibfehler in Namen oder Geburtsdaten, hinter denen die Absicht stehen kann, die reale Identität zu verschleiern, sofort erkannt.

Gibt es Daten zu einem auffälligen Zahlungsverhalten in der Vergangenheit, kann ein Antrag bzw. eine Bestellung automatisch vom System erkannt werden; allenfalls können Zahlungsweisen zugelassen werden, die für den Händler sicher sind.

Ausgereifte Technologie – was „dahintersteckt“

Dank der „Qualifizierten Elektronischen Signatur“ (QES) können Verträge problemlos und rechtswirksam online abgeschlossen werden.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Dank der Zustimmung der Finanzmarktaufsicht FMA zur Video-Identifikation lassen sich seit 1.1.2017 auch in Österreich Geschäftsabschlüsse wie Vertragsunterzeichnungen durchgängig online mittels Qualifizierter Elektronischer Signatur (QES) durchführen.

Banken, Versicherungen und viele andere Unternehmen hatten sich dies schon lange gewünscht, war doch die Vorgängermethode in Österreich für Kunden ziemlich umständlich, mühsam und zeitintensiv. Abbruchquoten von mehr als 40% (!) waren daher die Folge.

Der Paradigmenwechsel
Deshalb ist die Kooperation zwischen WebID Solutions GmbH und CRIF Österreich von eminenter Bedeutung. WebID ist im Bereich der Online-Identifikation und -Vertragsabschlüsse Technologieführer und Vorreiter. „Unsere Verfahren sind einfach und bequem, die Effizienz steigt, interne Kosten sinken, Betrug und Missbrauch werden vermieden“, garantiert Fritz Tupy, Geschäftsführer von WebID Austria GmbH. Für ihn stellt die Kooperation mit CRIF einen nachhaltigen Paradigmenwechsel im Finanzwesen Österreichs dar, der es Kunden ermöglicht, ihre Online-Transaktionen mit einer nie dagewesenen Einfachheit zu managen.

Tupy: „Die Produktspektren beider Unternehmen ergänzen sich optimal, der Mix macht das Angebot für viele internationale Märkte und Branchen höchst attraktiv.“

Die von WebID in den Prozess integrierte Qualifizierte Elek-



© panthermedianet/photo.de

Unverwechselbar

Eine qualifiziert signierte E-Mail kann eindeutig einem Absender zugeordnet werden.

tronische Signatur ermöglicht komfortable Online-Verträge. „Das System von WebID zählt zu den zuverlässigsten und sichersten Methoden, um Vertragsabschlüsse komplett online und ohne Medienbruch durchzuführen“, bestätigt CRIF-Geschäftsführer Boris Recsey. Die QES erfüllt im Wesentlichen drei Dinge:

Absolut sicher

Zum einen wird durch sie die Unterschrift des Signierenden ersetzt; damit ist die qualifizierte elektronische Signatur so gut wie die originale Unterschrift auf einem Dokument.

Zweitens kann durch die elektronische Signatur die Identität des Signierenden festgestellt werden; eine qualifiziert signierte E-Mail kann daher eindeutig einem Absender zugeordnet werden. Der Empfänger weiß also sicher, wer ihm da geschrieben hat bzw. wer der Aussteller des signierten Dokuments ist.

Zum Dritten ist es möglich, über das in einer elektronischen Signatur enthaltene Zertifikat elektronische Dokumente (E-Mails, deren Anlagen und andere Datenübertragungen, etc.) für einen Empfänger stark zu verschlüsseln. Dazu wird der öffentliche Schlüssel aus dem Zertifikat des Empfängers benutzt. Zum Entschlüsseln ist der private Schlüssel erforderlich, den nur der berechtigte Empfänger kennt (als Inhaber des Zertifikats). Damit kann nur der Inhaber des Zertifikats die empfangenen Daten lesen, nicht aber Dritte.

Ein wichtiges Detail: der TAN
Letztgültig besiegelt wird ein Vertragsabschluss durch die Eingabe eines per SMS verschickten TAN; dieser basiert auf der Handysignatur und wird vom österreichischen Unternehmen A-Trust übermittelt.

Für diese Handysignatur müsste man sich im Normalfall bei bestimmten Zulassungsstellen identifizieren – erfolgt allerdings die Identifikation mittels CRIF- bzw. WebID Solutions-Systemen, hat man sich damit auch für die Handysignatur registriert.

So wird's gemacht

Patentiertes Verfahren

Das Identifikationsverfahren von WebID ist offiziell patentiert und erfüllt die höchsten technischen Sicherheitsstandards. Die Identifikation des Kunden erfolgt einfach und unkompliziert per Smartphone, Tablet oder durch ein anderes Endgerät mit Internetanschluss und Kamera.

Signaturprozess ohne Ausweis

Nach der Beantragung des Signaturzertifikats erhält der Kunde den Signatur-TAN an seine Mobilnummer geschickt, mit dessen Eingabe der Vertrag qualifiziert elektronisch unterschrieben und sofort gültig ist.



Connected Cars

Top-Anwendungsbeispiel: Sichere Video-Identifikation zu Beginn des Prozesses und Follow-up-Authentifizierung, um den Fahrer/Besitzer mit seinem Auto zu verknüpfen und digitale Services rund um das Auto anbieten zu können.

Aus der Kundenpraxis

Prozessvereinfachung für Privat- und Geschäftskunden, präventiver Datenschutz oder sichere Altersverifizierung sind nur einige der wichtigsten Argumente.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Zahlreiche Unternehmen im D-A-CH-Raum haben bereits den Nutzen des digitalen Workflows bei der Video-Identifikation erkannt und bei CRIF nach den entsprechenden Lösungen bzw. Produkten nachgefragt.

Für Kreditinstitute oder auch Versicherungen macht das CRIF-Lösungsset „Alles aus einer Hand“ incl. Regelwerk, Prozessfeatures, digitalem Workflow sowie dem CRIF-„Kerngeschäft“ mächtiger Datenpools sehr viel Sinn.

Dazu kommen laut medianet-Round Table (siehe S. 4 ff.) durchaus auch andere Branchen wie etwa der Telekom-Sektor. Hier bietet sich Video-Identifikation speziell nach der Verschärfung der Telekommunikationsgesetze beispielsweise

bei SIM-Cards als praktische Realisierung einer Anti-Terrormaßnahme an.

Nutzen im Originalton

Bei der Deutschen Bank wiederum war die nahtlose und AML-konforme Kundenidentifikation bei der Kontoeröffnung ausschlaggebend. Damit steigt die Konversionsrate und alle Regularien werden erfüllt. Für den Kunden hingegen vereinfacht sich der Prozess.

Für die zahlreichen weiteren Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen, die bereits CRIF-Services in Anspruch nehmen, resümiert Marcus Kapun von der Bawag PSK: „Für uns geht es nicht ‚nur‘ um die einfache Legitimation inklusive aller Sicherheitsstandards, sondern auch um die problemlose Anmeldung via Handysignatur.“

Im Logistikbereich sticht unter zahlreichen weiteren realisierten CRIF-Lösungen „Secure Customer Login“ der Österreichischen Post hervor. Dabei können Kunden viele Services wie „Meine Sendungen“, „Nachsenden“, „Urlaubsfach“, „Nachforschen“, „Abstellgenehmigung“ oder „Paketmarke“ nutzen. Der sichere Backend-Zugriff schützt die persönlichen Daten des Kunden maximal und gewährt nur dem tatsächlichen Besitzer Zugang.

Langwierige und kostspielige postalische Adresschecks werden durch einen sicheren und einfachen Online-Prozess in Echtzeit ersetzt, der sofortigen Zugang gewährt. Dazu kommt die sichere two-factor authentication (2FA) für nachfolgende Kunden-Logins sowie der präventive Datenschutz.

Auch für Automobilproduzenten oder Carsharing-Anbieter ist sichere Video-Identifikation z.B. zur Follow-up-Authentifizierung „angesagt“, um den Fahrer bzw. Besitzer mit seinem Auto zu „verknüpfen“ und digitale Services rund um das Auto anbieten zu können. „Verlässliche Betrugsprävention sowie die Gewährleistung maximaler Sicherheit sind für die Branche weitere wesentliche Argumente“, beschreibt CRIF-GF Boris Recsey die Anforderungen.

Last but not least noch ein „State Lottery“-Beispiel aus dem Gamingbereich: Mit diesem Tool realisiert die deutsche WestLotto die sichere Altersverifizierung im Einklang mit den Vorgaben des Jugendschutzes (KJM) und erfüllt sämtliche weiteren regulatorischen Vorgaben.



Safety First!

Der höchstmöglichen Sicherheit erster Teil: Wie die Video-Identifikation durchgeführt wird und welche Schutzmechanismen dabei relevant sind.

WIEN. Video-Identifikation spart nicht „nur“ jede Menge Wege und damit Zeit und Geld, sondern reduziert auch etwaige Sicherheitsrisiken auf nahezu Null.

Simple Voraussetzungen

Da nicht jedes Unternehmen dem FMA-Reglement unterliegt, erfolgt die Video-Identifikation des jeweiligen Kunden je nach geforderter Sicherheitsstufe entweder über dessen gescannten Ausweis oder eben zusätzlich via Video-Chat.

Besonders beeindruckend ist dabei die einfache Vorgangsweise für den Kunden: Der Konsument braucht einen PC mit Webcam, ein Smartphone bzw. Tablet sowie eine aktive Internetverbindung – somit alle Voraussetzungen, über die heutzutage die weitaus überwiegende Mehrheit der Haushalte verfügt.

Mit Sicherheit ganz einfach

Im ersten Schritt gibt der Kunde seine persönlichen Daten auf einem Formular auf der Website des jeweiligen Anbieters ein. Danach star-

tet der Video-Call mit einem zertifizierten Mitarbeiter des Videoident-Centers, wobei auf Kundenseite keine besonderen Softwarevoraussetzungen nötig sind

– es reicht das zur Verfügung stehende Endgerät.

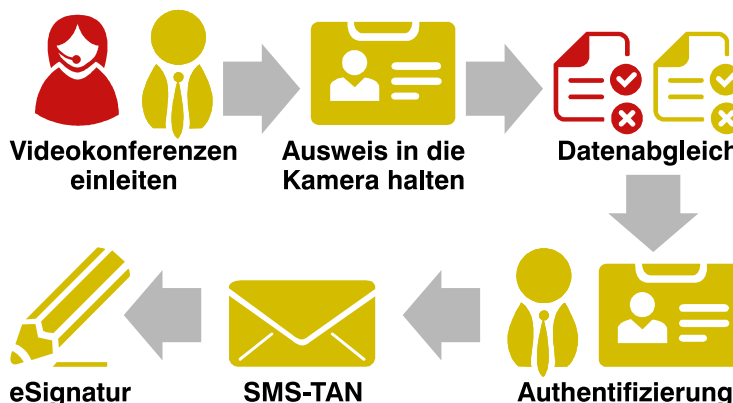
Zur Identitätsprüfung hält der Kunde nun seinen Lichtbildausweis vor die Kamera; dabei wird das jeweilige Ausweisdokument auf verschiedene Sicherheitsmerkmale wie z.B. Hologramme oder auf die Schlüssigkeit der Informationen im maschinenlesbaren Bereich überprüft. Europaweit können mehr als 50 Ausweisdokumente verifiziert werden.

Nach weiteren Angaben wie der Seriennummer des Ausweisdokuments erhält der Kunde einen TAN, den er zur Bestätigung der Identitätsprüfung online eingibt.

Binnen drei bis fünf Minuten ist die Video-Identifikation abgeschlossen, wobei ein Verschlüsselungsverfahren die Sicherheit der Daten gewährleistet.

Digitaler Workflow

Videoidentifikation mit eSignatur



Quelle: DI Jürgen Krenn MBA, 2016/CRIF

Keine Chance für Betrüger und Fälscher

Der höchstmöglichen Sicherheit zweiter Teil: „Fraud Detection“-Systeme können Betrugsversuche schon im Ansatz erkennen.

WIEN. „Der Betrug ist ein Grundübel des Menschen“, definierte Torquato Accetto. „Er ist ein Missbrauch der Vernunft, seiner höchsten Gabe.“

Vier „klassische“ Betrugs-muster sind es, die CRIF mit Hilfe verschiedener Lösungen zu verhindern helfen bzw. bereits „im Keim ersticken“ kann:

1. Die erfundene Person

Bei diesem Betrugs-muster sind Name und Rechnungsadresse komplett erfunden. Als Lieferadresse verwendet der Betrüger die seine und bekommt daher auch die Ware, während die Rechnung im Nirwana landet.

2. Der Identitätsdiebstahl

Im Unterschied zu Fall 1 werden hier Name und Rechnungsadresse einer realen Person verwendet. Der Betrüger erhält auch bei diesem Muster die Ware an seine Adresse, während sich die reale Person über die Rechnung „freuen darf“.

3. Der Übernahmebetrug

Name und Adresse stammen von einer realen Person, an der Lieferadresse übernimmt aber der Betrüger mit einem gestohlenen oder gefälschten Ausweis die Ware. Wie in Fall 2 geht die Rechnung an die reale Person.

4. Der Händlerbetrug

Bei diesem Betrugs-muster ist der Händler eingeweiht, kennt die falsche Identität des vermeintlichen Kunden und wälzt somit das Risiko auf den Lieferanten ab.

Sicherheit dank Video Calls

„Wird jedoch Video-Identifikation im Distanzhandel oder am Point of Sale (POS) eingesetzt,



kann man Betrügereien auf die Spur kommen bzw. betrügerische Personen von vornherein abschrecken“, verspricht CRIF-Chef Boris Recsey. So sind bei den Video Calls über das Videoident-Center von WebID Solutions bereits ein halbes Dutzend Betrüger frühzeitig aufgefliegen und wurden der Polizei übergeben.

Sichere Übertragungswege und sichere Server, wie sie von CRIF/WebID Solutions im Rahmen ihrer Produktpalette offeriert werden, sind ebenfalls eine wesentliche Grundvoraussetzung. „Solche Datenbanken können durchaus beachtliche Größen erreichen und sollen auch möglichst viele Informationen enthalten“, hält CRIF-Chef



© CRIF/Mike Ranz

Boris Recsey

Für den CRIF-GF ist möglicher Online-Betrug ein wichtiges Thema, mit dem sich Unternehmen auseinandersetzen müssen, um Betrugsversuche von vornherein auszuschließen.

Boris Recsey eine möglichst große Datendichte für ein zusätzliches Sicherheitsfeature zur Verhinderung von Betrugsereignissen. „Je mehr Daten enthalten sind, desto größer sind die Möglichkeiten zur sogenannten Fraud Prevention. Damit steigen die Chancen sehr stark, einen Betrugsversuch frühzeitig zu entdecken.“

Hier kommt die Zusammenarbeit von CRIF und WebID Solutions besonders zum Tragen: WebID Solutions steuert Know-how beim Erkennen von Ausweis-Frauds bei, und CRIF liefert Infos zum Verhaltens-Fraud. Diese Kombination ergibt beste Voraussetzungen, um Betrug extrem zu minimieren bzw. überhaupt zu vermeiden.

Win ... Win ... WIN!

Über bestehende Identifikations & Bonitätsinformationen hinaus optimiert CRIF mit hochmodernen Lösungen die digitalen Geschäftsprozesse in Unternehmen.

Mission Statement

••• Von Boris Recsey

WIEN. Als Marktführer bei Personendaten in Österreich offerieren wir Lösungen ebenso wie Daten. Dabei sehen wir uns als Partner unserer Kunden: sie kommen mit einem Problem zu uns, und wir erarbeiten gemeinsam eine maßgeschneiderte Lösung für das jeweilige Geschäftsmodell.

CRIF ist für Banken ebenso da wie für Versicherungsunternehmen, Telcos, Consumer Finance, e-Commerce-Firmen, Payment Service Provider ... – aber auch für Unternehmen aus verschiedensten Sparten wie beispielsweise Großhandel, Gastro und Immobilien.

Wir servieren somit *alle* Unternehmen, die Waren oder Leistungen auf offene Rechnung anbieten und dadurch ein Kreditrisiko eingehen.

Das erfolgreiche Procedere

Unsere Herangehensweise sieht so aus, dass wir gemeinsam mit den Kunden analysieren, wie Prozesse im Alltag ablaufen und wo es Optimierungspotenzial gibt, um die Conversion Rate bei kalkulierte Risiko zu steigern. Ebenso ist die Reduktion von manuellem Aufwand sowie eine verstärkte Prozessautomatisierung eines unserer erklärten Arbeitsziele.



Die Frage ist also, wo kann man einerseits mit Daten die Prozessoptimierung unterstützen, und wo braucht es spezielle Softwarelösungen wie z.B. die Video-Identifikation?

Eine optimale Kombination

Die Erfahrungen in der D-A-CH-Region zeigen, dass die Video-Identifikation im Zusammenspiel mit diversen Checks im Hintergrund, die das Kreditrisiko minimieren, eine optimale Kombination darstellt.

Das Unternehmen bekommt dadurch alles aus einer Hand, kann sein Risiko minimieren und gleichzeitig die Convenience für seine Kunden erhöhen.

Das ist eine Win-Win-Win-Situation: Der Endkunde ist glücklich, weil er sich „abgeholt“ fühlt, das Unternehmen wie etwa eine Bank stellt ihre Kunden zufrieden und macht mehr Geschäft, weil zu den schon etablierten Vertriebskanälen ein weiterer hinzukommt.

Und wir freuen uns selbstverständlich auch, wenn unsere Lösungen am Markt gut ankommen!

Optimierungspotenziale

Da die FMA diesen Prozess in Österreich per 1.1.2017 freigegeben hat, ist die aktuelle Zielgruppe für die Video-Identifikation im Moment in erster Linie der Finanzsektor sowie Consumer Finance und Leasingunternehmen.

Wir sehen dabei das Umfeld in einem noch größeren Rahmen: *Jedes* Unternehmen, das irgendwann im Online-Verkaufsprozess eine Identifikation des Kunden benötigt, profitiert von dieser Lösung.

Es kann sich einerseits um das reine Auslesen von Ausweisdaten handeln oder um die komplette Video-Identifikation.

Wir sehen darin großes Potenzial und denken, dass solche Lösungen schon sehr bald zum Alltag gehören werden!



Die Info-Spezialisten

In Österreich ist CRIF als Wirtschaftsauskunftei Marktführer bei Personenauskünften und gehört bei Unternehmensauskünften zu den wichtigsten Anbietern.



© CRIF

... Von Paul Christian Jezek

WIEN. CRIF ist im renommierten FinTech 100 vertreten, einem Ranking der führenden globalen Technologielösungsanbieter für die Finanzdienstleistungsindustrie. Tag für Tag nutzen rund 6.300 Banken und Finanzinstitute sowie 44.000 gewerbliche Kunden in 50 Ländern die Lösungen von CRIF.

2015 erwirtschaftete CRIF weltweit einen Jahresertrag von 390 Mio. €. Das Eigenkapital beläuft sich derzeit auf rund 170 Mio. €.

Erfolgreich in Österreich

Seit dem Markteintritt 2011 beeindruckt CRIF die B2B-Welt in Österreich mit Branchenlösungen speziell für KMU und fundierten Branchenreports.

Seit November 2016 ermöglicht eine Kooperation zwischen

1988

Aufstieg

Seit der Gründung 1988 in Bologna hat sich CRIF zu einem der wichtigsten internationalen Player im Bereich integrierte Dienste und Lösungen für Wirtschaftsinformationen sowie Kredit- und Risikomanagement sowie zum führenden Anbieter von Kreditinformationen für Bankinstitute entwickelt.

CRIF Österreich und der deutschen WebID Solutions GmbH Personenauthentifizierung mittels Video-Identifikation: das Hauptthema dieses medianet-Dossiers.

Lösungen für Bau und Gastro

Lieferungen auf (offene) Rechnung im Baugewerbe, in der Gastronomie und im Lebensmittelhandel bergen überdurchschnittlich hohe Risiken, weisen diese Branchen doch besonders hohe Ausfall- und Fluktuationsraten auf.

CRIF sammelt Daten direkt von den Lieferanten beider Branchen und bereitet sie als Plattformen übersichtlich auf. Jede Firma kann mitmachen und erhält Kundeninformationen im Austausch für eigene Erfahrungsmeldungen. Daraus sind wertvolle Wissensdatenbanken für das unternehmeri-

Der beliebteste Partner für Bonitätsauskünfte im Handel: CRIF.

sche Risikomanagement in Bau und Gastro entstanden.

Weniger Risiko im Ausland

„Europa wird immer vernetzter und die grenzüberschreitenden Handelsströme nehmen ständig zu“, berichtet CRIF-Chef Boris Recsey. „Aufgrund der erschwerten Informationsbeschaffung bei Auslandsgeschäften kommt es für unsere Kunden zu einem erhöhten Risiko.“

Mit der Lösung für internationale Auskünfte „SkyMinder“ schafft CRIF hier Abhilfe. „SkyMinder“ ermöglicht einen schnellen Zugang zu den besten lokalen Anbietern von Kredit-, Finanz- und Wirtschaftsinformationen zu jedem gewünschten Unternehmen in mehr als 230 Ländern weltweit.

Neuer Zahlungsausfallschutz

Seit Kurzem erweitert CRIF gemeinsam mit dem Kreditversicherer Atradius den klassischen Versicherungsschutz gegen Forderungsausfälle im Firmengeschäft. Das Versicherungskonzept „CRIF Modula Safe“ bündelt die Deckung von offenen Forderungen bei beiden Abnehmergruppen in einer Police. Insbesondere KMU haben damit die Möglichkeit, sich umfassender vor den Folgen säumiger Schuldner abzusichern, die bis zur eigenen Zahlungsunfähigkeit reichen können.

Das Angebot von CRIF

Informationen

- Bonitätsauskünfte über Privatpersonen und Unternehmen
- Internationale Unternehmensauskünfte
- Monitoring
- Fraud Prevention
- KYC & AML Services
- Branchenlösungen

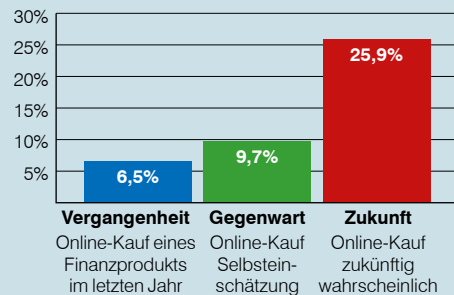
Lösungen

- Risk & Management Consulting
- Online Identification Solutions
- Scoring
- Advanced & Big Data Analytics
- End-to-End Credit Management Platform

Identität und Business

Ordnungsgemäße und problemlose Online-Geschäfte sind ohne sichere Identifikationssysteme (fast) nicht mehr denkbar.

Prognostiziertes Online-Verhalten



25,9%

Rund ein Viertel der Online-Konsumenten hält den Online-Kauf eines Finanzprodukts für „wahrscheinlich“.

1 Mal pro Monat



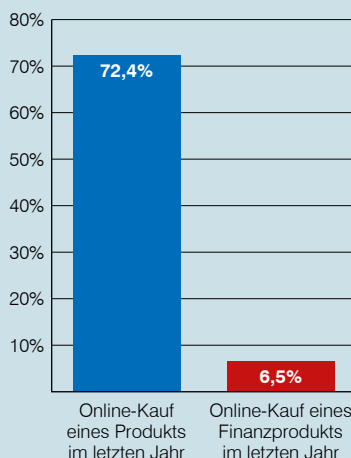
Urbane Konsumenten sind generell online-affiner; höhere Bildungsschichten zeigen ebenfalls ein ausgeprägtes Onlineverhalten. Das Onlineverhalten von Neukunden ist dabei signifikant ausgeprägter. Regelmäßige eCommerce-Nutzer (mindestens 1x monatlich) sind auch bei Finanzprodukten affiner.

Erkennungsquote:

3.500 Dokumente aus
200 Ländern

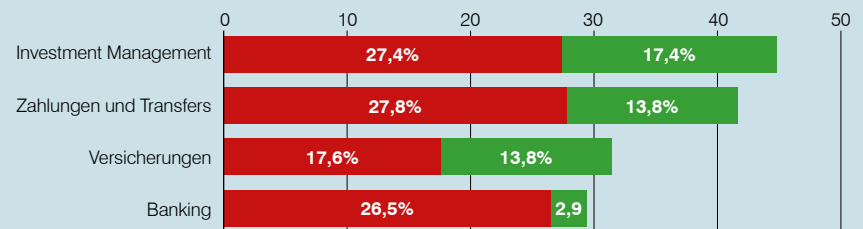
Online-Finanzprodukte haben großes Potenzial

6,5% der Konsumenten haben im Vorjahr ein Finanzprodukt online gekauft; insgesamt haben 72,4% ein Produkt online erworben.



FinTech-Lösungen im Aufwind

● Kunden nutzen keine klassischen Strukturen ● Kunden nutzen beide Arten



FinTechs sind junge Unternehmen, die klassische Strukturen aufbrechen – und im Finanzbereich immer beliebter.



3.000–6.000 Videocalls pro Tag bei WebID ...

... haben CRIF als Wirtschaftsauskunftei, Marktführer bei Personenauskünften und bei Unternehmensauskünften zu einem der wichtigsten Anbieter in Österreich gemacht.