

Identity Management zu Ende gedacht

Nach der Öffnung der Banken gegenüber Drittanbietern durch die PSD2-Standards entstehen zusätzliche Zugangswege der Kunden. Dann müssen Third Parties Zugang zu Bankkonten erhalten und Zahlungstransaktionen im Namen des Kunden durchführen können. Die Zeit ist reif, mit neuen Ansätzen an das Customer Identity Management heranzugehen.



Autor:
Thomas Widmann,
CEO Widas
Concepts

Ein Konto – viele Authentifizierungswege. So identifizieren Kunden sich, beziehungsweise autorisieren Kunden ihre Transaktionen heute. Betrachtet man die Autorisierungsverfahren ist die Liste noch wesentlich länger. Diese Verfahren sind für Kunden unbequem. Sicher, die Verfahren haben sich über die Zeit entwickelt. So tun sich viele Banken auf dem Weg vom kontobasierten Zugang zu einem kundenorientierten Zugang bis heute schwer. Denkt man an die Maestro-Card (EC-Karte) wird sehr schnell klar, dass es im Grunde nur um einen Zugang zu einem Konto geht, hat der Kunde mehrere Bankkonten braucht er mehrere Karten, um Transaktionen vornehmen zu können.

Die Digitalisierung ändert vieles

Irgendwann wird das anonyme Geld durch digitales Geld ersetzt. Dass das in Deutschland nicht so schnell geht, liegt im Wesentlichen daran, dass die Initiativen lange Zeit fehlten. Heute versuchen die EU, mit PSD2 und Instant Payments, aber auch die FinTechs oder die Internetriesen viel zu bewegen – die Banken



Es gibt diverse Authentifizierungswege – einer ist die Kombination aus EC-Karte und PIN

sind diesbezüglich nicht wirklich die Innovationstreiber. Kunden möchten bequem und sicher bezahlen und zwar überall. Leistungs- und Zahlungsfluss werden künftig in sync erfolgen, sodass der Bezug der Zahlung nicht verloren geht. Aggregatoren analysieren derweil die finanzielle Situation des Kunden und geben Tipps zum Sparen, Anlegen, Investieren oder Absichern. Haben die Kunden nach wie vor ihre Konten (Wallets) bei einer Bank, dann wird damit der Zugangsweg „Bank API“ zu einem Neuen und gleichzeitig einem der Wichtigsten.

Chancen für die Finanzbranche

Wenn sich nun schon so vieles ändert, warum nicht auch die Authentifizierungsverfahren bei der Gelegenheit einheitlich, einfacher und zugleich sicher gestalten?

Die Authentifizierungen werden zwar insgesamt komplexer, aber für den Benutzer einfacher. Biometrische Verfahren werden zum Standard. Eine intelligente Authentifizierung fordert nur dann ein zweites Identifikationsmerkmal, wenn Zweifel an der Identität bestehen und sichere Vorgänge eine Bestätigung der Identität erfordern. Insgesamt sollte heute nur ein Customer Identity Management, wie zum Beispiel cidaas, ausreichen, um alle Kanäle abzusichern: das Online-Banking-Portal, die dritte Third Party App nach PSD2, die auf ein Kundenkonto im Namen des Benutzers zugreift, über den Filialbesuch des Kunden, bis zum Geldautomaten oder Kontoauszugsdrucker. Der Übergang vom anonymen Nutzer zum Interessenten bis hin zum Kunden wird in einem modernen Customer Identity Management durch ein Progressives Profiling sukzessive hergestellt.

