



## Digitale Identifikation in der Online Kundeneröffnung – aber wie?

**Zunehmend werden auch im Bankensektor Online- und Self-Service-Dienste immer beliebter. Grund dafür sind nicht zuletzt die Kundenbedürfnisse, welche sich immer mehr in Richtung 24/7 und online bewegen. Gleichzeitig erhoffen sich Banken durch die Auslagerung von Tätigkeiten an (potentielle) Kunden zurecht ein gewisses Einspar- und Effizienzpotential.**

Viele Banken fragen sich heute, ob und welche Online Services sie ihren Kunden anbieten sollen. Neben bereits etablierten Applikationen wie E-Banking und Informationsplattformen rückt dabei immer mehr die Eröffnung der Kundenbeziehung in den Fokus - gerade auch im Retail-Bankenmarkt.

### **Aber wie wird ein Kunde online "richtig" und regulatorisch konform eröffnet?**

In erster Linie geht es darum, die Bedürfnisse des Kunden nach Einfachheit, Verständlichkeit und Durchgängigkeit (d.h. ein Kundenerlebnis ohne Systembrüche) zu erfüllen. Nicht zuletzt spielen hierbei auch Sicherheits- und Datenschutzaspekte eine wichtige Rolle - die Kundenbedürfnisse verlagern sich zwar in die Online-Welt, sie verändern sich aber auch zunehmend hinsichtlich Datensicherheit und Privatsphäre. Ein Kundeneröffnungsprozess muss nicht nur über verschiedene Kanäle angeboten werden, sondern auch einfach, schnell, selbsterklärend und sicher sein. Während im Fall einer Eröffnung in der Filiale der Kundenberater eine unterstützende und erklärende Funktion übernimmt, so fällt diese bei der reinen Online-Eröffnung weg. Ein Beispiel: während der Berater dem Kunden erklären kann, wieso die Angabe von Einkommen und Vermögen für den Erwerb einer Kreditkarte notwendig ist, so ist der Kunde im Self-Service-Modus eher gehemmt von der Vielzahl an persönlichen Daten, die er von sich preisgeben muss. Die Hürde, den Online-Eröffnungsprozess abzuberechnen, ist viel niedriger - keine "Flucht" aus der Filiale ist notwendig, sondern der Kunde muss nur das Browser-Fenster schliessen.

Grosser Bedeutung im Kundeneröffnungsprozess kommt der digitalen Identifikation zuteil. Dieser Schritt ist für die Bank zwar elementar wichtig, für den Kunden aus Usability-Sicht aber eher ein notwendiges Übel. Daher gilt es hier einmal mehr, für den Kunden relevante Aspekte wie Einfachheit, Verständlichkeit und Sicherheit konsequent entlang eines durchgängigen Identifikationsprozesses umzusetzen.

Heute gibt es drei etablierte Methoden, wie eine digitale Identifikation erfolgen kann. Für Banken ist dabei das FINMA-Rundschreiben von 2016 (siehe hierzu auch [FINMA-RS 16/7](#)) ausschlaggebend. Das Rundschreiben definiert die Voraussetzungen, unter welchen Aspekten eine Kundeneröffnung respektive eine Identifikation über Online-Kanäle erlaubt ist.

Die verschiedenen Methoden, sowie ihre Vor- und Nachteile sind untenstehend zusammengefasst: Video-Identifikation, Online-Identifikation und Self-Service-Identifikation.

### **1. Video-Identifikation**

Nach Auswahl der gewünschten Produkte erfasst der Kunde auf der Webseite der Bank seine persönlichen Daten und startet im Anschluss den Videoanruf. Der Call Agent führt durch den Videoanruf und überprüft die Gültigkeit des Ausweisdokuments, die identifikationsrelevanten Kundendaten und schliesst die Identifikation ab.

Für die digitale Signatur der notwendigen Dokumente gibt der Kunde sein Einverständnis durch Eingabe eines Einmalpassworts, welches ihm per SMS zugestellt wird (eine sogenannte Transaktionsnummer, kurz TAN). Die Dokumente sind damit elektronisch signiert und sicher verschlüsselt (mittels Hash-Wert).



#### *Vorteile der Video-Identifikation:*

- ✓ Die Identifikation ist FINMA-RS2016/7-konform
- ✓ Die digitale qualifizierte Signatur gilt als rechtsverbindliche Unterschrift, d.h. sie ist der handschriftlichen Unterschrift gemäss OR Art. 59a gleichgestellt (gemäss [ZertES](#))
- ✓ Mit Zustimmung des Kunden kann die Unterschrift, sofern "richtig" gespeichert, für die Unterzeichnung von weiteren Verträgen zu einem späteren Zeitpunkt genutzt werden
- ✓ Gemäss Regulator (BAKOM) ist dies die einzige Möglichkeit, eine Person, welche nicht persönlich vortritt, zu identifizieren und im Anschluss mittels einer qualifizierten elektronischen Signatur rechtsgültig signieren zu lassen

#### *Nachteile der Video-Identifikation:*

- ✗ Der Videoanruf vom Kunden als unangenehm oder umständlich empfunden werden und ihn unter Umständen sogar abschrecken. Daher ist es wichtig, den potentiellen Kunden im Vorfeld innerhalb des Prozesses auf diesen Schritt vorzubereiten
- ✗ Die (omnichannel-fähige) Integration eines Videokanals über verschiedene Geräte und Betriebssysteme (Apple vs. Android) ist im Vergleich zu anderen Lösungen weitaus komplexer und setzt eine entsprechende Infrastruktur voraus - u.a. ein Callcenter, welches die Videoanrufe in der gewünschten Sprache annehmen und professionell durchführen kann
- ✗ Die Verfügbarkeit dieser Methode der Identifikation ist an die Service-Zeiten des jeweiligen Callcenters gebunden (i.d.R. Montag - Samstag 8:00 - 22:00 Uhr)

## **2. Online-Identifikation**

Bei der Online-Identifikation wird die Identität über die Eingabe der persönlichen Daten und mittels eines gültigen Ausweisdokumentes überprüft. Mittels MRZ-Check ("Machine Readable Zone") werden systemisch diverse Sicherheitsmerkmale auf dem Ausweisdokument geprüft. Zusätzlich wird die "Echtheit" des Kunden durch das (digitale) Einreichen einer Utility-Bill (z.B. einer Stromrechnung) und einer Geldüberweisung von einem bestehenden Bankkonto verifiziert.

Die digitale Signatur der notwendigen Dokumente wird mittels TAN-Bestätigung elektronisch ausgeführt, allerdings gilt diese Art der digitalen Signatur als nicht qualifiziert.

#### *Vorteile der Online-Identifikation:*

- ✓ Die Identifikation ist FINMA-RS2016/7-konform
- ✓ Der Kunde kann die Identifikation jederzeit selbstständig und ohne Interaktion mit einem Call Agenten oder Bankvertreter durchführen (d.h. 7/24 Stunden Verfügbarkeit)
- ✓ Die Integration eines zusätzlichen Kanals (Videokanal) ist nicht erforderlich, d.h. diesbezüglich bestehen keine besonderen Voraussetzungen an die Infrastruktur

#### *Nachteile der Online-Identifikation:*

- ✗ Es können nur Personen mit einem MRZ-fähigen Ausweisdokument identifiziert werden
- ✗ Die Unterschrift genügt nur der fortgeschrittenen elektronischen Schriftlichkeit (und nicht der qualifizierten gemäss [ZertES](#))
- ✗ Der Geldtransfer erfordert vom potentiellen Bankkunden eine eBanking-Überweisung, welche den Abschluss der Online-Identifikation verzögert

## **3. Self-Service-Identifikation**

Bei der Self-Service-Identifikation wird die Identität über die Eingabe der persönlichen Daten und mittels eines gültigen Ausweisdokumentes überprüft. Das Foto des Ausweisdokumentes wird nur auf wenige Sicherheitsmerkmale geprüft. Zusätzlich findet ein biometrischer Gesichtvergleich zwischen dem Passfoto und dem im Identifikationsprozess gemachten Selfie statt.

Die digitale Signatur der notwendigen Dokumente wird mittels TAN-Bestätigung elektronisch ausgeführt, allerdings gilt diese Art der digitalen Signatur als nicht qualifiziert.

#### *Vorteile der Self-Service Identifikation:*

- ✓ Die Identifikation kann zeit-, orts- und Geräteunabhängig erfolgen
- ✓ Die Integration eines zusätzlichen Kanals (Videokanal) ist nicht erforderlich, d.h. diesbezüglich bestehen keine besonderen Voraussetzungen an die Infrastruktur

#### *Nachteile der Self-Service Identifikation:*

- ✗ Es können nur Personen mit einem MRZ-fähigen Ausweisdokument identifiziert werden
- ✗ Die Unterschrift genügt nur der fortgeschrittenen elektronischen Schriftlichkeit (und nicht der qualifizierten gemäss [ZertES](#))



## Abschliessend lässt sich festhalten

Egal für welche Methode der Identifikation und welche Kanäle sich die Bank entscheidet, wichtig sind die folgenden Punkte:

- Die Methode der Identifikation, welche eine Bank anbieten möchte, hängt immer auch von den Präferenzen ihrer Kunden, den angebotenen Produkten und Risikoüberlegungen der Bank ab. (In diesem Sinne sind die Ausführungen in diesem Artikel auch als Richtlinien und nicht als rechtliche Empfehlung zu verstehen!)
- Trotz Online und Self-Service bleibt der persönliche Kontakt zwischen Kunde und Berater auch in Zukunft wichtig. Eine vollständige Ablösung der traditionellen Kanäle (wie beispielsweise der Bankfiliale) wird es in nächster Zeit nicht geben
- "Gute" Anbieter bieten neben reinen Identifikations- und Unterschriftsapplikationen weitere Services entlang des Kundeneröffnungsprozess an. Beispiele: Weitere Checks des Ausweisdokuments, Integration und Handling vom Personen-Screening (wie PEP- und Sanktionslisten-Checks) und eine in jedem Fall möglichst automatisierte Verarbeitung und Ausführung aller Checks. (An dieser Stelle ein wenig Werbung für die [Lösung von Swisscom](#).) Eine end-to-end Betrachtung des Eröffnungsprozesses lohnt sich in jedem Fall.

## Auch für Sie interessant?

Stehen Sie vor ähnlichen Herausforderungen im Bereich Online-Identifikation und suchen einen Sparringpartner?

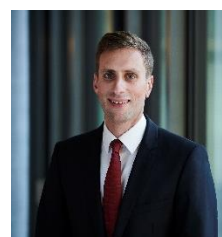
Wir bei Swisscom Management Consulting beschäftigen uns täglich intensiv mit diesem Thema. Da, wo es am meisten hilft: an der Schnittstelle zwischen Business und IT.

Wir freuen uns auf den Austausch.

## Ihre Kontakte



Alina Klaus  
Management Consulting  
Alina.Klaus@swisscom.com  
+41 79 355 71 81  
[www.swisscom.com/banking](http://www.swisscom.com/banking)



Silvan Lohri  
Management Consulting  
Silvan.Lohri@swisscom.com  
+41 79 700 47 49  
[www.swisscom.com/banking](http://www.swisscom.com/banking)