

Ergebnisbericht: Nutzung der eID von privaten Diensteanbietern

Januar 2022

Agenda

01. Executive Summary

Übergreifende, wichtige Erkenntnisse auf einen Blick

02. Handlungsempfehlungen

Antworten auf die Forschungsfragen

03. Prototyp

Erkenntnisstand aus dem Prototypentest

04. Hypothesen & Idealtypen

Erstellung von Idealtypen anhand qualitativer Interviews

05. Analysen & Visualisierungen

Fokus auf einzelne Erkenntnisse

01.

Executive Summary

Übergreifende, wichtige Erkenntnisse auf einen Blick

Hypothese

Organisatorische, technische und wirtschaftliche Hürden müssen abgebaut werden, um die Integration der eID zu erleichtern.

Fazit

Organisatorische, technische und wirtschaftliche Anforderungen stellen nicht die größte Hürde dar. Damit Diensteanbieter die eID neben anderen Optionen der Identifizierung anbieten, muss eine höhere Nutzer:innen-Basis mit eingerichteter PIN gewonnen sowie die Erfahrung der Bürger:innen mit der staatlichen digitalen Identität verbessert werden.

Gleichzeitig sollten durch weiteren aktiven Austausch Erkenntnisse und Bedürfnisse der Privatwirtschaft in die Weiterentwicklung der digitalen Identität einfließen.

Private Diensteanbieter alleine lösen Henne-Ei Problem nicht



Großes Interesse an eID

- Schnelle & günstige Option zum Identifizieren
- Nur in Branchen mit rechtlicher Anforderung
- eID nur für Erst-Identifizierung (Niveau hoch)



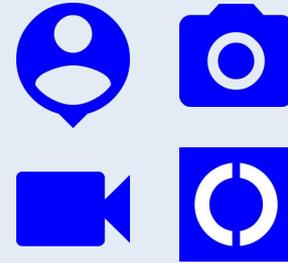
Konkurrenz funktionierender Alternativen

-  Video-Ident  Foto-Ident  Filial-Ident
- Erstaktivierung mit PIN für eID im Vergleich große Hürde



User Experience als erste Priorität

- Max. 2 Optionen für Nutzer:innen anbieten
- Abbruchquote relevant, bei eID durch PIN beeinflusst
- Nutzer:innen-Basis bei eID im Vergleich zu gering



Entwicklung der Leitfrage in einem Satz

Die Frage ist nicht nur, welche Hürden die eID-Einführung an sich hat, sondern warum sich die eID als Lösung aktuell nur schwer gegen die anderen etablierten Identifizierungsoptionen durchsetzen kann.

Insights zu privaten Diensteanbietern



Ausgangspunkt rechtliche Notwendigkeit

- Sie identifizieren Kund:innen aktuell nur, wenn eine rechtliche Anforderungen besteht
- Bisher keine Fälle für Authentifizierung



Ungelöste Hürden der eID-Nutzung

- Private Diensteanbieter haben kein Interesse, die Erstnutzung der eID zu forcieren, da es die Abbruchquote in einem Prozess erhöht.
- eID-Nutzer:innen vergessen die PIN.



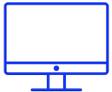
Mehrere Identifizierungsmöglichkeiten

- eID, Videoident, Autoident oder die persönliche Identifizierung in einer Filiale
- Wichtigster Faktor: Geringste Abbruchquote



Integrationsmodelle sind vorhanden

- Für die meisten Anwendungsfälle kann ein technisch, organisatorisch und wirtschaftlich passendes eID-Modell gefunden werden.
- Überwiegend Integration über Identifizierungsanbieter



User Experience first

- Diensteanbieter sind nicht von der Nutzer:innenanzahl überzeugt
- Außerdem möchten sie Kund:innen nicht zu viele Optionen zumuten.



Grundsätzliches Interesse an eID

- Viele Unternehmen sind gut über die eID als Identifizierungsoption informiert und interessiert.
- Aktuell überwiegt der Nutzen jedoch nicht den Aufwand.

Idealtypen der privaten Diensteanbieter

Typenbildung

Die Bildung von Idealtypen trägt der Vielfalt der Diensteanbieter Rechnung und ermöglicht so die Entwicklung passgenauer, bedarfsorientierter Handlungsempfehlungen zur verstärkten Anwendung der eID.



Digital First

Unternehmen mit hoher UX-Priorität und primär digitalen Angeboten, die auf eine verbesserte Nutzer:innenerfahrung und hohe Conversion Rate achten



Etablierte

Großunternehmen, die getrieben vom Wunsch nach Investition und dem Wettbewerb ihre Prozesse und Software an Industriestandards und Landesvorgaben anpassen



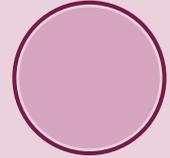
Digital Träge

Unternehmen mit geringer, digitaler Expertise und zahlreichen persönlichen Prozessen, die auf eine Kostenersparnis und die regulatorische Konformität achten



Internationale

Unternehmen mit komplizierten, grenzüberschreitenden rechtlichen Vorgaben und Anforderungen an international effiziente Prozesse



Sicherheitsinteressierte

Unternehmen, die sich gegen Betrug sichern und Zugriff auf sensible Daten schützen wollen, wofür meist das Vertrauensniveau substantiell ausreicht

Priorisierte Ansprache

Die Idealtypen *Digital First* und *Etablierte* können am ehesten für die eID erreicht werden. Mit dem Angebot einer staatlichen Identifikationskomponente auf dem Niveau substantiell können mit dem Idealtyp *Sicherheitsinteressierte* viele Firmen angesprochen und zahlreiche Anwendungsfälle der Authentifizierung etabliert werden. *Digital Träge* und *Internationale* sind schwerer zu erreichen.

Zusammenfassung in einem Satz

Damit mehr private Diensteanbieter die eID neben anderen Optionen der Identifizierung anbieten, muss eine höhere Nutzer:innen-Basis mit gesetzter PIN gewonnen sowie die Nutzungserfahrung der Bürger:innen mit der staatlichen digitalen Identität verbessert werden.

Primäre Handlungsempfehlung
Anwendungsfälle für
staatliche digitale Identität mit
der Verwaltung umsetzen, um
Nutzer:innen-Basis für
Wirtschaft zu erhöhen.



Nutzung der eID und staatlichen digitalen Identität sowie insbesondere Erstaktivierung erhöhen.

Staatliche digitale Identität als Option zum Identifizieren für alle Vertrauensniveaus anbieten.

In der Zukunft eine klare Kommunikation der digitalen Identität als Marke an die Bürger:innen, Anbieter von Identifizierungsverfahren, Diensteanbieter und IT-Dienstleister umsetzen.



Das Angebot der staatlichen digitalen Identität muss aufgeräumt werden.

Mitarbeiter eines
Telekommunikationskonzerns



Wenn die eID weiter verbreitet ist, binden wir sie direkt in den Identifizierungsprozess ein.

Mitarbeiter einer Versicherung

Handlungsempfehlungen um das Henne-Ei-Problem anzugehen

- Zuerst geeignete **eID-Anwendungsfälle in der Verwaltung** identifizieren, umsetzen und anschließend mit IT-Dienstleistern skalieren, damit noch mehr Menschen die eID nutzen können.
- Schulungen und **Erklärungsmaterial** anbieten, damit **Mitarbeiter:innen der Verwaltung und privater Diensteanbieter** den Nutzen der eID überzeugend erklären können und so möglichst viele neue Erstnutzer:innen dazu gewinnen.
- Unternehmen, die staatlich beauftragt sind, sollten eine bessere Testumgebung anbieten und die technische Dokumentation veröffentlichen, um die **technische Integration** zu **vereinfachen**.
- Die **Ersteinrichtung verbessern**, damit eID auch bei der nächsten Gelegenheit wieder gerne genutzt wird.
- Die **Website** für private Diensteanbieter auf dem Personalausweisportal **übersichtlicher gestalten**, damit Entscheidungsträger:innen die Entscheidung möglichst einfach fällt.
- **Neuerungen der eID** an die Öffentlichkeit, Identifizierungsdiensteanbieter, Diensteanbieter, IT-Dienstleister und auch innerhalb der Verwaltung **ansprechend kommunizieren**.

02.

Handlungsempfehlungen

basierend auf den Erkenntnissen aus Interviews mit privaten Diensteanbietern

Zuerst geeignete eID-Anwendungsfälle in der Verwaltung identifizieren, umsetzen und anschließend mit IT-Dienstleistern skalieren, damit noch mehr Menschen die eID nutzen können.

Anstatt Anwendungsfälle in der Privatwirtschaft zu forcieren, sollten zunächst starke Anwendungsfälle in der Verwaltung geschaffen werden. Hier hat die Verwaltung den größten Hebel, den sie selber direkt betätigen kann.

Nächste Schritte

- eID-Anwendungsfälle in der Verwaltung identifizieren, die möglichst viele Menschen erreichen bzw. Mehrwert schaffen und Pioniere finden, die motiviert sind und Ressourcen haben, die ersten Anwendungsfälle umzusetzen
- Umsetzung ausgewählter, bundesweiter Anwendungsfälle
- Nach erfolgreicher Umsetzung erster Anwendungsfälle den Integrationsprozess verbessern und mit IT-Dienstleistern skalieren



Es war wichtig erstmal Use Cases umzusetzen. Die Stadt [x] war die erste Stadt, die gesagt hat: „Wir machen das.“ Jetzt brauchen wir gar nicht besonders viele Argumente, warum unser Service genutzt werden soll. Wenn man auf Andere verweisen kann, bei denen das auch funktioniert, dann erzeugt das den Effekt von ganz alleine.

Mitarbeiter eines Großkonzerns



Hab den Brief gut in einen Aktenordner weggepackt, weil ich noch gar nicht wusste, wofür ich den digitalen Personalausweis überhaupt nutzen kann.

Mitarbeiter einer Bank



Die Verbreitung hat noch nicht das Ausmaß erreicht, dass man bereitstellen müsste, um es als zusätzliches Verfahren anzubieten. Soweit ich weiß braucht man auch ein separates Lesegerät.

Digitalisierungsbeauftragter einer Versicherung



Es braucht vor allem mehr kritische Anwendungsfälle, damit mehr Menschen die eID erstmalig einrichten. Daran haben private Dienstleister kein Interesse, weil es den Prozess verlängert und die Conversion Rate ihrer Prozesse mindert. Der größte direkte Hebel den die Verwaltung selber betätigen kann: Anwendungsfälle in der Verwaltung umsetzen. Gleichzeitig muss die Nutzer:innenerfahrung verbessert werden, damit eID auch bei der nächsten Gelegenheit wieder gerne genutzt wird.



Private Dienstleister entscheiden sich für andere Identifizierungsmethoden, weil sie hohe Ansprüche an die Nutzer:innenführung haben und die Abbruchrate so klein wie möglich halten möchten. Die Befürchtung: Nicht genug Menschen sind mit der eID vertraut.



Private Dienstleister identifizieren ihre Kund:innen aktuell nur auf dem Niveau hoch, weil es rechtliche Vorgaben wie §GWG und §TKG gibt für Banken, Versicherungen und Telekommunikationsanbieter. Dabei identifizieren sie ihre Kund:innen nur einmalig, weil eine spätere Authentifizierung (Anmeldung) entweder über ein Passwort erfolgt oder gar nicht erst nötig ist.



Die Meisten nutzen dafür Identifizierungsanbieter, weil das gleichzeitige Angebot mehrerer Identifizierungsmethoden wie z.B. eID und Videoident zu einer höheren Akzeptanz bzw. zu einer geringeren Abbruchquote führen.



Das Potential der eID: Es ist die kostengünstigste und schnellste Möglichkeit für private Dienstleister, um Nutzer:innen online zu identifizieren, insbesondere im Vergleich zu Video- oder Autoident.



Wir werden nie Standards setzen können. Dafür sind wir viel zu klein.

Mitarbeiter eines Großkonzerns



Ich würde es persönlich nutzen, wenn eID irgendwo angeboten würde.

Mitarbeiter einer Versicherung



Aber die Scheitern an der Verbreitung. Was für uns zählt, ist die Conversion Rate im Funnel. Also wie viele beginnen den Prozess und wie viele kommen am Ende wieder raus. Wo immer ich kann, will ich Video-Ident loswerden. Es ist wirklich ein Pain in the Back, weil es hat schlechte Conversion Rates und ist unheimlich teuer. Ich will Video-Ident nicht in weiteren Ländern ausrollen müssen. Mit IDnow muss ich warten bis ein Agent Zeit hat, dann muss ich mit dem Agenten das durchgehen und das ist mühsam.

Mitarbeiter einer Bank

Die Ersteinrichtung verbessern, damit eID auch bei der nächsten Gelegenheit wieder gerne genutzt wird.

Vor allem die Ersteinrichtung der eID muss verbessert werden, um noch mehr neue Erstnutzer:innen zu gewinnen und somit auch mehr Anreize für private Diensteanbieter zu schaffen. Das umfasst z.B. die AusweisApp2 aber auch die Kommunikation der Vorteile in der Öffentlichkeit und beim Bürgeramt.

Nächste Schritte

- Ausführliche Verbesserungsvorschläge wurden in dem Workstream für Onboarding bereits erarbeitet und können hier als gute nächste Schritte dienen

”

Während der Pandemie würde eine digitale, 100% einwandfreie Identifizierung wirklich helfen.

Anlageberaterin einer Großbank

”

Für Alles, was mit Kapitalanlagen in den Versicherungen verbunden ist, müssen sich unsere Kunden ausweisen. In Corona-Zeiten hat der Kunde schon mal den Personalausweis-Nachweis per WhatsApp gesendet. Wir machen einen Stempel drunter, dass wir den Kunden kennen. Das ist aktuell eine Ausnahmesituation. QR-Codes machen wir, wenn wir keine Möglichkeit haben das mit der Post zu schicken. Das dauert manchmal eine Woche. Meine Visitenkarte hat auch einen QR-Code.

Selbstständige Versicherungsmaklerin



Private Diensteanbieter befürchten, dass Nutzer:innen wegen der schlechten Nutzer:innenerfahrung bei der Einrichtung den Identifizierungsprozess abbrechen.



Viele wissen nicht wo der PIN-Brief ist bzw. haben ihren PIN vergessen. Bisher haben nur ca. 9% aller Inhaber:innen eines Personalausweises die eID mindestens 1 x benutzt.



Von den wenigen privaten Diensteanbietern, die die eID anbieten, wird der Prozess zur Umwandlung der Transport-PIN in die 6-stellige PIN so gut wie nie angeboten.



Der Nutzen der eID muss klar kommuniziert werden, um Erstnutzer:innen zu gewinnen. Dabei spielt der PIN-Brief als auch das persönliche Gespräch beim Bürgeramt eine große Rolle.



Die Mehrheit der privaten Diensteanbieter entscheiden sich für einen Identifizierungsanbieter mit mehreren Identifizierungsmethoden, um möglichst viele der Kund:innen abholen zu können. Dabei nehmen sie sogar Kosten in Kauf, die drei bis vier Mal so hoch sind wie bei der eID.



Private Diensteanbieter hatten bei der Basis ID die Hoffnung, dass die Nutzer:innenerfahrung der eID vereinfacht wird.



Der größte Hebel ist glaube ich die Methode per se und dann gibt es ganz viele kleine Hebel um die Conversion Rate zu erhöhen. Das hat mit gutem Erwartungsmanagement, Kommunikation und der richtigen Vorbereitung zu tun. Post-Ident interessiert mich einfach null, denn ein Teil des Versprechens ist: Eröffne dein Konto online innerhalb von 5 Minuten. In Deutschland haben wir in den letzten Wochen die Conversion Rate von 40% auf 60% erhöht, indem wir erklärt haben, was Nutzer:innen erwartet: Du musst etwas auf Video-Ident warten, bis jemand da ist. Wir wollen den Nutzer:innen nicht 7 verschiedene Verfahren bieten, das wäre suizidal. Wir sortieren die Methoden nach Häufigkeit der Nutzung. Idealerweise nur 1 Option.

Mitarbeiter einer Bank

Schulungen und Erklärungsmaterial anbieten, damit Mitarbeiter:innen der Verwaltung und privater Diensteanbieter den Nutzen der eID überzeugend erklären können und so möglichst viele neue Erstnutzer:innen dazugewinnen.

Das persönliche Gespräch beim Antrag eines neuen Personalausweises im Bürgeramt oder beim Beratungsgespräch eines privaten Diensteanbieters ist eine große Chance mehr Menschen an die eID heranzuführen. Dafür müssen Mitarbeiter:innen vom Mehrwert überzeugt sein und geschult werden. Damit es ihnen leichter fällt, Anderen den Nutzen zu erklären, brauchen sie ggfs. zusätzliches Erklärungsmaterial.

Nächste Schritte

- Interviews mit Verwaltungsmitarbeiter:innen und Vertreter:innen der Wirtschaft mit persönlichem Kontakt zu Kund:innen führen, um besser zu verstehen, wie man sie vor Ort unterstützen kann
- Unterstützungsmaterialien und Schulungen konzipieren, testen, pilotieren und anschließend skalieren, damit alle Bürgerämter sowie Wirtschaftsvertreter:innen erreicht werden können

”

Fachliche Prozessanpassungen sind das schwierigste. Wir müssen alle schulen. Das ist viel aufwändiger.

Mitarbeiter eines Großunternehmens

”

Das wäre für mich auch eine super Erleichterung. Vor allem jetzt wo wir im Homeoffice sind.

Selbstständige Versicherungsmakler:in

”

Letztendlich muss es auch der Vermittler verstehen. Ist aber nicht ganz ohne, weil der Berater mit diesen Tools auch zusätzlich umgehen muss. Er muss aufklären, Dinge abfragen ... das sind alles Dinge woran er denken muss und für manche ist es ganz schön schwierig alles im Blick zu behalten.

Digitalisierungsbeauftragter einer Versicherung



Mitarbeitende schließen von sich auf Andere. Wenn ich z.B. als Bankberater:in oder Verwaltungsmitarbeitende eID noch nie benutzt habe, habe ich auch kein Interesse, anderen davon zu erzählen.



Jährlich werden ca. 800.000 neue Personalausweise ausgestellt. Es gibt also so viel Mal pro Jahr die Gelegenheit, neue Erstnutzer:innen zu gewinnen.



Mehrere Identifizierungsoptionen anzubieten gibt den Nutzer:innen zwar eine gewisse Wahlfreiheit, bedeutet aber auch, dass Vertriebler:innen sich mit allen Prozessen auskennen müssen. Der Administrationsaufwand sollte daher so schlank wie möglich gehalten werden.

Die Website für private Diensteanbieter auf dem Personalausweisportal übersichtlicher gestalten, damit Entscheidungsträger:innen die Entscheidung möglichst einfach fällt.

Mit der Website müssen sowohl Entscheidungsträger:innen als auch die technischen und rechtlichen Ansprechpersonen in einer Organisation angesprochen und überzeugt werden. Dafür müssen nicht nur die technischen Integrationsoptionen, sondern auch die praktischen Anwendungsfälle überzeugend kommuniziert werden.

Nächste Schritte

- Den aktuellen Prototypen weiter testen und stetig weiterentwickeln
- Umgesetzte eID-Anwendungsfälle zur Website hinzufügen und eID erfahrbarer machen z.B. Mithilfe einer Demo
- Ein Vertriebsteam aufbauen, um Fragen besser beantworten und den Integrationsprozess persönlich betreuen zu können u.a. auch um die Conversion Rate zu erhöhen

Für Details siehe
Kapitel 3. zum Prototypen



Die Integrationsoptionen sind für technisch nicht versierte Menschen, in der Regel die Entscheidungsträger:innen, nicht gut verständlich aber letztendlich kein Blocker.



Bei der Einführung einer neuen Identifizierungsmethode ist die fachliche Integration eine Barriere.



Rechtliche Vorgaben sind nicht immer eindeutig bzw. private Diensteanbieter sind nicht immer auf dem aktuellsten Stand und richten sich nach veralteten, internen Richtlinien.



Das Personalausweisportal erweckt den Eindruck, dass alle Identifizierungsanbieter gelistet werden und die beste Option gefunden werden kann. Es werden jedoch nur Identifizierungsanbieter gelistet, die vom BVA zertifiziert wurden. Außerdem wird die eID Technologie als Produkt kommuniziert, welches man direkt kaufen und integrieren kann.



Viele private Diensteanbieter entscheiden sich für die Bundesdruckerei, weil sie ein großes Vertrauen in der Wirtschaft hat.



Private Diensteanbieter hätten beim Prozess der eID-Integration am liebsten einen einzigen Kontakt.



Ist das sicher? Wo gehen meine Daten wirklich hin? Kann man die App vielleicht knacken? Nichts ist wirklich 100% sicher.

Selbstständige Versicherungsmakler:in



Der IT-Einkauf muss einbezogen werden, die bewerten das Thema als Business Case. Produktteam bzw. Business-Owner könnten den Prozess anstoßen.

Digitalisierungsbeauftragter einer Versicherung



Die Ausgestaltung rechtlicher Rahmenbedingungen sind ein Flickenteppich, der mir als grenzüberschreitende Bank Probleme bereitet.

Mitarbeiter einer Bank

Unternehmen, die staatlich beauftragt sind, sollten eine bessere Testumgebung anbieten und die technische Dokumentation veröffentlichen, um die technische Integration zu vereinfachen.

Unentschlossenen Entscheidungsträger:innen fällt die Entscheidung leichter, wenn sie das Risiko einer Veränderung besser verstehen und einschätzen können. Eine leicht zugängliche Testumgebungen und eine öffentlich einsehbare technische Dokumentation kann dabei helfen.

Nächste Schritte

- Unternehmen mit staatlicher Beauftragung wie der Bundesdruckerei und Governikus den Mehrwert der Handlungsempfehlung aufzeigen
- Eine übergreifende Arbeitsgruppe aufsetzen, um Neuigkeiten zu kommunizieren und zusammen iterativ effektive Maßnahmen auszutauschen und voneinander zu lernen
- Diese Anbieter sollten weitere Interviews mit technischen Mitarbeiter:innen führen, um konkrete Verbesserungspotentiale der technischen Integration besser zu verstehen.

”

Fachliche Implementierung in das Abrechnungssystem — da spreche ich eher von 2-3 Jahren.

Mitarbeiter:in einer Versicherung

”

IDnow hat unterschiedliche Verfahren unter unterschiedlichen APIs. Das ist fast so viel Aufwand wie einen neuen Anbieter zu nutzen. Wir möchten max. mit 2 verschiedenen Anbietern zur Identifikation arbeiten müssen. Mit einem kommst du nicht durch, sobald du lokal aktiv sein willst.

Mitarbeiter einer Bank

Neuerungen der eID an die Öffentlichkeit, Identifizierungsanbieter, Diensteanbieter, IT-Dienstleister und auch innerhalb der Verwaltung ansprechend kommunizieren.

Nur die Ersteinrichtung zu verbessern reicht nicht. Die Menschen müssen von den Neuerungen auch erfahren, um ihre bisherigen negativen Erfahrungen und irrtümlichen Erwartungen abzulegen. Um bei den privaten Diensteanbietern Vertrauen aufzubauen, braucht es eine klare und transparente Kommunikation.

Nächste Schritte

- Marketingkampagnen vorbereiten: Wie können die verschiedenen Zielgruppen am besten erreicht werden?
- Kampagne erst starten, nachdem durch Schulung der Verwaltungsmitarbeiter:innen ein bestimmter Reifegrad erreicht ist
- Sobald die Akzeptanz der eID nachweislich gestiegen ist, kann auf die Identifizierungsanbieter zugegangen werden, um aufzuzeigen, dass der Prozess mittlerweile besser ist und sie sich somit stärker für die Integrationsoption eID einsetzen können
- Regelmäßige Austauschformate zwischen Verwaltung und Privatwirtschaft insbesondere mit Identifizierungsanbieter



Neuerungen der Software vom Deutschen Maklerverbund erscheinen immer gleich im System oder auf der Facebook-Seite. Wird eine App was kosten? Weil ich sag immer: Alles was nix kostet, taugt nix. Wer steckt denn hinter dem Service? Es gibt so sensible Kunden, da möchte ich vorbereitet sein.

Selbstständige Versicherungsmakler:in



Viele der Personen mit denen wir gesprochen haben, können sich nur vage an den PIN-Brief und die Einsatzmöglichkeiten der eID erinnern.



Identifizierungsanbieter empfehlen eID nicht immer an Diensteanbieter und wissen nicht gut über den Transport-PIN-Prozess Bescheid, obwohl sie ihn anbieten. Hier ist mehr Information & Unterstützung der Identifizierungsanbieter wichtig



Branchen in denen Vertrauen eine zentrale Rolle spielt (Versicherungen, Finanzen und Immobilien) könnten als Multiplikator:innen fungieren. Abgesehen von der Zeitersparnis für beide Seiten kann eine persönliche Einführung zur eID von als ein zusätzlicher Service sein.



Private Diensteanbieter brauchen Planungssicherheit, um tiefgreifende Entscheidungen wie z.B. die Integration der eID zu treffen. Das betrifft sowohl die rechtlichen als auch die technischen Rahmenbedingungen.



Weil die Mehrheit der privaten Diensteanbieter Identifizierungsanbieter benutzen, müssen diese auch als Nutzer:innengruppe anerkannt und in den Entwicklungsprozess miteinbezogen werden.



Viele der privaten Diensteanbieter hatten sich vor Jahren mit der Frage beschäftigt, ob sie die eID anbieten sollen. Seit dem hat sich Einiges verbessert, wie die Nutzung des Handys statt des Kartenlesegerätes, jedoch ist dies leider nicht allen privaten Diensteanbietern bekannt.



Zeit sparen beim Kunden ist immer fehl. Ich muss mir für meine Kunden einfach immer Zeit nehmen. Es darf keine Massenabfertigung sein. Ich arbeite auch mal am Wochenende. Ich kanns mir ja selber einteilen. Wenn er mir bei Versicherungen vertraut, dann vertraut er mir dann auch bei sowas. Es geht um sensible Daten und kann den Kund:innen Sicherheit vermitteln. Da haben die doch weniger Probleme, wenn man den Ausweis richtig digital benutzt. Das ist ein Service, der mich interessiert, und den ich gerne den Kund:innen anbieten möchte.

Selbstständige Versicherungsmakler:in

03.

Prototyp

Erkenntnisstand aus dem Prototypentest

Mit Feedback von Nutzer:innen und Expert:innen wurden Hypothesen und ein Prototyp getestet



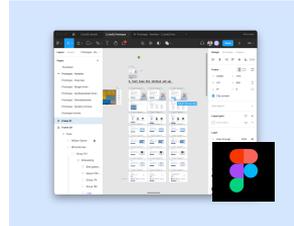
1. Recherche zu Hürden für Diensteanbieter

Erste Erkenntnisse aus Phase 1&2 wurden in einer fokussierten Recherche vertieft und validiert. Bestehende Erkenntnisse und Rahmenbedingungen wurden geklärt.



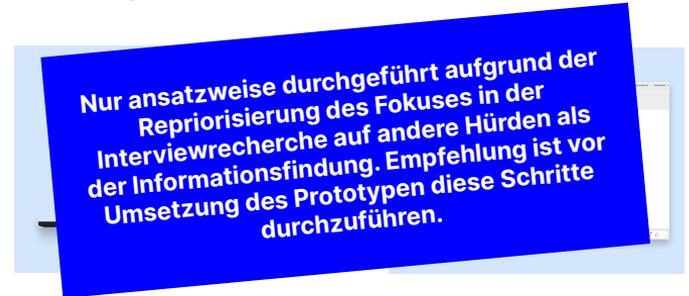
2. Qualitative Expert:innen & Nutzer:innen Interviews

Systematisch wurden die Bedürfnisse und Probleme der Diensteanbieter erhoben sowie diese in Idealtypen innerhalb der Nutzer:innengruppe kategorisiert.



3. Visualisierung, Iteration & Prototyp

Iteration der Konzeptskizze für eine Informationswebsite basierend auf erhaltenem Feedback.



4. Usability Test

Iteratives testen der Prototypen mit potentiellen Diensteanbietern, um zu validieren, welche Lösungsansätze das größte Potential haben.

5. Abstimmung zu Machbarkeit & Iteration

Machbarkeit mit relevanten Projektpartner:innen und Stakeholder:innen anhand der Erkenntnisse aus dem Prototypen überprüfen und Konzepte weiterentwickeln.

Fazit der Nutzer:innentests



Schon eine einfache Restrukturierung hat Potential

Selbst ohne neue Inhalte würde die Website schon viel von einer einfachen Restrukturierung und aussagekräftigen Überschriften profitieren.

Auch die erarbeiteten Idealtypen können hier als Grundlage für eine spezifische Kommunikation dienen, in dem die dargestellten Informationen an die Zielgruppe angepasst werden.



Anwendungsfälle aus der Praxis stärker herausarbeiten

Der Mehrwert der eID lässt sich am besten mit konkreten Anwendungsfällen aus der Praxis erläutern. Diese Beispiele noch stärker und nach Idealtypen herauszuarbeiten hilft Interessierten besser zu verstehen, wo und wie eID integriert werden kann.

Best-Practice Bsp. aus der Wirtschaft:

[Beispiel von PayPal](#)

[Beispiel von weblD](#)



Allgemeine Infos zur eID und Integrationsoptionen trennen

Die aktuelle Website und Prototyp versuchen Interessierte zur eID zu informieren und gleichzeitig die passende Integrationsoption zu finden. Es sollte evaluiert werden, ob sich dafür nicht zwei separate Websites besser eignen. Somit könnten die Informationen gezielt für die jeweilige Fragestellung aufbereitet und vereinfacht werden.

Titel + Call-to-Action Button

- Formulierung vom Titel teils noch zu technisch und sollte stattdessen stärker die Vorteile in der Praxis betonen.
- Besuchende haben wenig Zeit. Anstatt dem Foto könnte ein Video eine eID-Kurzübersicht geben.
- Interessierte sind am Anfang noch gar nicht bereit, eine passende Integrationsoption zu wählen, sondern brauchen vorher noch mehr Informationen.
 - Annahme nach ersten Tests: Es braucht den Call-to-Action Button nicht.
 - Seitenführung sollte unterscheiden zwischen Interessierten, die allgemeine Informationen suchen und solchen, die die spezifischen Integrationsoptionen verstehen wollen



The screenshot shows a website interface for the Federal Ministry of Finance. The main heading is "Die eID-Funktion als Identifizierungsoption integrieren, um Ihre Kund:innen zu identifizieren". Below the heading is a blue button with the text "Passende Integrationsoptionen wählen →". The background image shows a person's hands holding a smartphone displaying a blue circular logo, with a laptop screen in the background showing a document titled "Kundenkonto Bund".

Rechtliche Vorgaben prüfen, die Sie erfüllen müssen

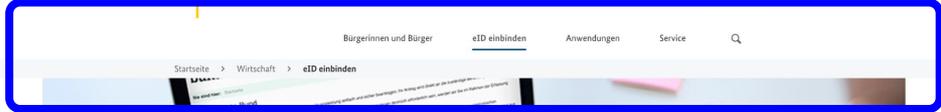
In einigen Branchen ist die Legitimationsprüfung vor Vertragsabschluss gesetzlich vorgeschrieben, so zum Beispiel bei Finanzdienstleistern gemäß Geldwäschegesetz (GwG) und auch bei Mobilfunkanbietern gemäß Telekommunikationsgesetz (TKG).

Identifikationsmethoden im Überblick

Identifikationsmethode	Legitimation
eID-Ausweis Mit einem eID-Ausweis und einem Smartphone mit NFC bzw. Kartenlesegerät können sich Kund:innen jederzeit identifizieren. ✓ Konform mit §GwG und §TKG	Persönlich vor Ort Der Ausweis wird vor Ort von Mitarbeiter:innen überprüft. ✓ Konform mit §GwG und §TKG
Videochat Über ein Videochat wird innerhalb weniger Minuten der Ausweis überprüft. ✓ Konform mit §GwG und §TKG	Foto- und Videoaufzeichnungen Kund:innen schicken Fotos und Videos von sich und des Ausweises und werden anschließend überprüft. ✗ Nicht konform mit §GwG und §TKG

Menü

- Wenn Besuchende noch weitere Information gesucht haben, ist es ihnen schwer gefallen, den passenden Menüpunkt zu finden.
- Insbesondere die zahlreichen Untermenüpunkte innerhalb des aktuellen Reiters "Wirtschaft" sollten vertestet werden.
 - Was erwarten Besuchende unter den jeweiligen Menüpunkten?
 - Wie können die Menüpunkte noch stärker auf die jeweiligen Idealtypen ausgerichtet werden?
 - Eine Konsolidierung zu maximal 4 Unterseiten wird empfohlen.
- Der Begriff Diensteanbieter ist schwer verständlich, die meisten assoziieren es mit einem Identifizierungsanbieter.



Die eID-Funktion als Identifizierungsoption integrieren, um Ihre Kund:innen zu identifizieren

Passende Integrationsoptionen wählen →

Rechtliche Vorgaben prüfen, die Sie erfüllen müssen

In einigen Branchen ist die Legitimationsprüfung vor Vertragsabschluss gesetzlich vorgeschrieben, so zum Beispiel bei Finanzdienstleistern gemäß Geldwäschegesetz (GwG) und auch bei Mobilfunkanbietern gemäß Telekommunikationsgesetz (TKG).

Identifikationsmethoden im Überblick

 eID-Ausweis Mit einem eID-Ausweis und einem Smartphone mit NFC bzw. Kartenlesegerät können sich Kund:innen jederzeit identifizieren. ✓ Konform mit §GwG und §TKG	 Persönlich vor Ort Der Ausweis wird vor Ort von Mitarbeiter:innen überprüft. ✓ Konform mit §GwG und §TKG
 Videochat Über ein Videochat wird innerhalb weniger Minuten der Ausweis überprüft. ✓ Konform mit §GwG und §TKG	 Foto- und Videoaufzeichnungen Kund:innen schicken Fotos und Videos von sich und des Ausweises und werden anschließend überprüft. ✗ Nicht konform mit §GwG und §TKG

Rechtliche Vorgaben

- Disclaimer: Inhalte sind bisher reine Platzhalter und müssen von Expert:innen ergänzt werden.
- Für eID-Diensteanbieter sind rechtliche Vorgaben der Ausgangspunkt, sich mit der eID zu beschäftigen.
- Für die Mehrheit war diese Übersicht praktisch und hat ihnen ein Stück Sicherheit gegeben.
- Für Unternehmen, die sich nicht nach spezifischen rechtlichen Vorgaben richten müssen, ist diese Sektion überflüssig. Es sollte klar gemacht werden, dass mit der eID das Vertrauensniveau hoch erreicht wird, was für nicht-regulierte Branchen oft nicht erforderlich ist. Es bleibt fraglich ob diese Sektion als erstes kommen sollte.

Passende Integrationsoptionen wählen →

Rechtliche Vorgaben prüfen, die Sie erfüllen müssen

In einigen Branchen ist die Legitimationsprüfung vor Vertragsabschluss gesetzlich vorgeschrieben, so zum Beispiel bei Finanzdienstleistern gemäß Geldwäschegesetz (GwG) und auch bei Mobilfunkanbietern gemäß Telekommunikationsgesetz (TKG).

Identifikationsmethoden im Überblick

eID-Ausweis

Mit einem eID-Ausweis und einem Smartphone mit NFC bzw. Kartenlesegerät können sich Kund:innen jederzeit identifizieren.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Persönlich vor Ort

Der Ausweis wird vor Ort von Mitarbeiter:innen überprüft.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Videochat

Über ein Videochat wird innerhalb weniger Minuten der Ausweis überprüft.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Foto- und Videoaufzeichnungen

Kund:innen schicken Fotos und Videos von sich und des Ausweises und werden anschließend überprüft.

✗ Nicht konform mit §GwG und §TKG



Demo der eID-Identifizierung

Demo starten →

6 eID-Vorteile für Sie und Ihre Nutzer:innen



Demo zur eID

- Wurde oft übersehen. Eventuell könnten Bilder der eID im Einsatz helfen, damit diese Sektion nicht übersehen wird.
- Gleichzeitig wurde von allgemein Interessierten immer nach einer Demo für den Produktflow gefragt, also den Ablauf für die Endnutzer:innen.
- Es konnte nicht final validiert werden, welche Art von Demo für Besuchende am hilfreichsten wäre. Letztendlich geht es darum zu verstehen, wie die eID in der Praxis funktionieren könnte. Dafür wären auch andere Formate wie z.B. ein Video vorstellbar, ähnlich wie die Videos auf der Website der AA2.

eID-Ausweis

Mit einem eID-Ausweis und einem Smartphone mit NFC bzw. Kartenlesegerät können sich Kund:innen jederzeit identifizieren.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Personlich vor Ort

Der Ausweis wird vor Ort von Mitarbeiter:innen überprüft.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Videochat

Über ein Videochat wird innerhalb weniger Minuten der Ausweis überprüft.

✓ Konform mit §GwG und §TKG

Foto- und Videoaufzeichnungen

Kund:innen schicken Fotos und Videos von sich und des Ausweises und werden anschließend überprüft.

✗ Nicht konform mit §GwG und §TKG



6 eID-Vorteile für Sie und Ihre Nutzer:innen



24/7 verfügbar

Im Vergleich zur Authentifizierung über Video ist eID jederzeit verfügbar.

Mehr Informationen →



~3€ pro Identifizierung

Im Durchschnitt kostet eine Identifizierung ca. 3 Euro und somit im Vergleich zur Videoidentifikation nur ein Drittel.

Mehr Informationen →



Transparente Datenübermittlung

Es wird angezeigt, welche Daten abgefragt werden und wer die Daten erhält. Ohne Zustimmung durch PIN-Eingabe werden keine Daten übermittelt.

Mehr Informationen →



Ende-zu-Ende-Verschlüsselung

Die Daten werden mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselung geschützt und können nicht angefangen werden oder eingesehen werden.

Mehr Informationen →



7 Mio. Menschen haben 2020 die



5 Mio. Menschen haben die eID-

Vorteile

- Befragte fanden diese Übersicht hilfreich.
- Dargestellte Informationen sind Platzhalter und müssen von Expert:innen ergänzt werden.
- Nutzungszahlen sind abhängig von der Erwartungshaltung nicht immer positiv.
 - Von allgemein Interessierten konnte nicht eingeordnet werden, wie diese Zahl zu bewerten ist.
 - Empfehlung: Idealerweise konkret für Diensteanbieter beantworten, wie viel Prozent ihrer Zielgruppe bereits die eID aktiviert hat, also z.B. der Zielgruppe, die digital affin sind und zahlreiche Produkte online benutzen.

6 eID-Vorteile für Sie und Ihre Nutzer:innen



24/7 verfügbar

Im Vergleich zur Authentifizierung über Video ist eID jederzeit verfügbar.

[Mehr Informationen →](#)



~3€ pro Identifizierung

Im Durchschnitt kostet eine Identifizierung ca. 3 Euro und somit im Vergleich zur Videoidentifikation nur ein Drittel.

[Mehr Informationen →](#)



Transparente Datenübermittlung

Es wird angezeigt, welche Daten abgefragt werden und wer die Daten erhält. Ohne Zustimmung durch PIN-Eingabe werden keine Daten übermittelt.

[Mehr Informationen →](#)



Ende-zu-Ende-Verschlüsselung

Die Daten werden mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselung geschützt und können nicht angefangen werden oder eingesehen werden.

[Mehr Informationen →](#)



7 Mio. Menschen haben 2020 die eID-Funktion bereits 1 × benutzt

Insgesamt haben ca. 43 Millionen Menschen in Deutschland einen Ausweis mit aktivierter eID-Funktion.

[Mehr Informationen →](#)



5 Mio. Menschen haben die eID-Funktion 2020 mehr als × benutzt

Insgesamt haben ca. 43 Millionen Menschen in Deutschland einen Ausweis mit aktivierter eID-Funktion.

[Mehr Informationen →](#)

3 eID-Integrationsoptionen für Ihren Dienst



Fullservice-Identifizierung

Am besten wenn Sie ihre:n Kund:in einmalig identifizieren



Vorkonfigurierter eID-Server

Am besten wenn Sie viele Identifizierungen vornehmen



Selbstkonfigurierter eID-Server

Am besten wenn Sie maximale Kontrolle wünschen

Integrationsoptionen

- Die Übersicht wurde generell als hilfreich bewertet. Die Befragten wünschen sich jedoch noch mehr Informationen zur konkreten Zusammenarbeit mit den verschiedenen Anbietertypen. Was genau übernimmt der Anbieter und was muss der Diensteanbieter übernehmen? Ein kurzer Absatz wäre vorstellbar.
- Es wurde sehr oft übersehen, dass die einzelnen Zeilen ausgeklappt werden können, um weitere Informationen einzublenden.
- Da die Integrationsprozesse etwas variieren ist fraglich, ob sich der Aufbereitungsaufwand lohnt. Die Integrationsprozesse wurden kaum angesprochen, sind momentan jedoch auch nur Platzhalter. Weiteres Testen ist erforderlich.

3 eID-Integrationsoptionen für Ihren Dienst

	 Fullservice-Identifizierung Am besten wenn Sie ihre:n Kund:in einmalig identifizieren	 Vorkonfigurierter eID-Server Am besten wenn Sie viele Identifizierungen vornehmen	 Selbstkonfigurierter eID-Server Am besten wenn Sie maximale Kontrolle wünschen
Volumen-Preisverhältnis	Unter 5.000 pro Jahr	Mehr als 5.000 pro Jahr	Mehr als 100.000 pro Jahr
Integrationsaufwand			
Antrag beim BVA notwendig	Nein	Ja	Ja
API bzw. Plugin vorhanden	Ja	Nein	Nein
Kosten			
Einmalige Einrichtungskosten	Mittel	Standard	Standard
Transaktionskosten	Hoch	Mittel	Niedrig
Für Logins geeignet	Nein	Ja	Ja

5 Fullservice-Anbieter	4 Anbieter für vorkonfigurierte eID-Server	3 Anbieter für selbstkonfigurierte eID-Server
------------------------	--	---

Rundum-eID-Serviceanbieter wählen

 Postident → Integrationstutorial → Dokumentation →	 IDnow → Dokumentation →	 AusweisID → Integrationstutorial → Dokumentation →
 SkIDentity →	 Authada →	

Der grobe Integrationsprozess bei Rundum-Serviceanbietern

- 1 Eigenen Dienst konzipieren**
Beschreibungstext.
- 2 Anbieter kontaktieren und Optionen besprechen**
Beschreibungstext.

Persönlicher Kontakt

- Befragte wünschen sich eine Kontaktperson, die sie beim Integrationsprozess begleitet.
- Wir konnten noch keine häufig gestellten Frage identifizieren. Im Idealfall sind alle Information so gut strukturiert, dass ein FAQ nicht notwendig ist.

5 Fullservice-Anbieter

4 Anbieter für vorkonfigurierte eID-Server

3 Anbieter für selbstkonfigurierte eID-Server

Unser Support hilft Ihnen gerne weiter

- Chat starten
- 022899 358-3300
- npa@bva.bund.de

FAQ – häufig gestellte Fragen

- Eine häufig gestellte Frage
- Eine häufig gestellte Frage
- Eine häufig gestellte Frage

Seite teilen Seite drucken

Seitenanfang

Suchbegriff

BESUCHEN SIE UNS AUF



Kontakt

KONTAKTFORMULAR
BÜRGERKOMMUNIKATION



AUSWEIS WEG



Bürgerkommunikation

Allgemeine Fragen zum Personalausweis und zur Online-Ausweisfunktion richten Sie an die Bürgerkommunikation.

HINWEIS: Für Verwaltungsaufgaben, wie z. B. Terminvergabe, sind die Bürgerämter zuständig.
Kosten: 3,9 ct/Min. aus dem deutschen Festnetz, max. 42 ct/Min. aus dem Mobilfunknetz
auch aus dem Ausland erreichbar
Montag bis Freitag: 08.00 - 17.00 Uhr

0180 1 3333 33

Sperrhotline

Die Online-Ausweisfunktion können Sie über die telefonische Sperrhotline sperren lassen.

Kosten: aus dem deutschen Festnetz und Mobilfunknetz gebührenfrei, aus dem Ausland gebührensichtlich
Aus dem Ausland wählen Sie: +49 116 116 oder +49 30 40 50 40 50
Montag bis Sonntag: rund um die Uhr

116 116

04.

Hypothesen & Idealtypen

Erstellung von Idealtypen anhand qualitativer Interviews

Durchführung der Interviews

Leitfrage

Organisatorische, technische und wirtschaftliche Hürden müssen abgebaut werden, um die Integration der eID zu erleichtern.

Interviews

November 2021 – Januar 2022
Insgesamt 25 qualitative 60-min. Interviews mit anschließender Auswertung

Vorgehen

Validierung von neun Hypothesen sowie der Erstellung von Idealtypen

Zielsetzung

Identifikation von Hürden zur Integration der eID bei privaten Diensteanbietern sowie Erarbeitung von passenden Lösungsansätzen

Bestätigte Hypothesen

Die eID wird nur in Branchen angeboten, in denen hohe rechtliche Anforderungen zu erfüllen sind.



→ Die Identifizierung auf dem Vertrauensniveau hoch erfordert einen erhöhten Aufwand in den Identifizierungsmaßnahmen. Dieser wird nur aufgrund einer regulatorischen Verpflichtung in Kauf genommen.

Die eID ist für interessierte Diensteanbieter als Option bekannt und wird als relevante Option betrachtet.



→ Bei Interessierten ist die eID bekannt und wird als sichere Methode angesehen. Gleichzeitig bleibt der Wunsch nach einer staatlichen Lösung mit geringeren Hürden für die Nutzer:innen bestehen (wie z.B. für substantielle Ident- und Authentifizierungen).

Diensteanbieter sind von der eID als Identifizierungsoption überzeugt bzw. haben grundsätzlich Interesse daran.



→ Das Interesse der Wirtschaft beruht insbesondere in den Schwächen der aktuellen Identifizierungsoptionen. Viele sind nicht einfach genug (wie z.B. Video-Ident), während andere ungern von Bürger:innen genutzt werden (wie z.B. Online-Bank-Ident).

Bestätigte Hypothesen

Im Vergleich zu anderen Identioptionen wird der organisatorische eID-Integrationsaufwand in Kauf genommen. 

→ Die organisatorische Komplexität von bestehenden Prozessen bestimmt den Aufwand einer Einführung. Die Anpassung von Prozessen sowie die Schulung von Support-Mitarbeiter:innen ist für alle Identifizierungsoptionen zu berücksichtigen.

Für Anwendungsfälle kann ein wirtschaftlich passendes Integrationsmodell gefunden werden. 

→ Diensteanbieter, für die sich grundsätzlich die Digitalisierung der Identifikationsprozesse rechnet, finden mit den Identifizierungsanbietern und/oder den eID-Integrationsoptionen ein wirtschaftlich passendes Modell. Die eID ist im Vergleich sehr günstig.

Für Anwendungsfälle kann ein technisch passendes Integrationsmodell gefunden werden. 

→ Am häufigsten wird die einfache technische Anbindung an die Plattform eines Identifizierungsanbieters gewählt. Für die Integration der erweiterten eID-Optionen wurden keine größeren Hürden festgestellt.

Fragliche oder widerlegte Hypothesen

Die Optionen zur Integration sowie dem zugehörigen Prozess sind auffindbar und gut verständlich.

?

→ Die Informationen werden teils über Identifizierungsanbieter vermittelt. Es gibt kein neutrales, umfassendes Informationsangebot. Die Werbeaktivitäten sowie Darstellung auf staatlichen Websites kann verbessert werden (s. Kapitel Prototyp).

Der Aufwand der eID-Integration steht im Verhältnis zum Nutzen.

X

→ Nein. Die meisten Diensteanbieter entscheiden sich aktuell gegen das Angebot der eID, da die eID-Vorteile die Nachteile der anderen Identifizierungsoptionen noch nicht überwiegen.

Die eID erfüllt die UX-Anforderungen der privaten Diensteanbieter

X

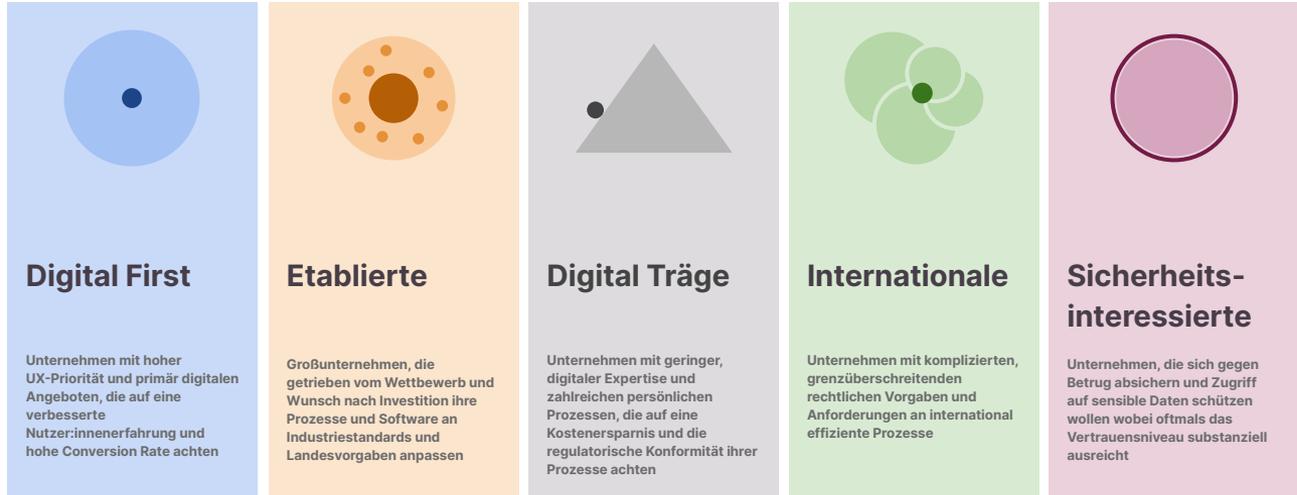
→ Nein. Die meisten Anbieter inkl. den Identifizierungsanbietern zweifeln an der Nutzer:innenbasis der eID. Auch wird die Erstnutzung (Einrichtung der PIN) als zu große Hürde gesehen, um die eID zu bewerben.

Fünf Idealtypen privater Diensteanbieter

Aus den Interviews sowie der Marktrecherche wurden Idealtypen abgeleitet. Die Typenbildung erlaubt es, der Unterschiedlichkeit der Diensteanbieter gerecht zu werden und passgenaue, bedarfsorientierte Handlungsempfehlungen zur weiteren Akzeptanz der eID zu entwickeln.

Was sind Idealtypen?

- Zugespitzte Konstrukte
- Spiegeln nicht die umfassende komplexe Realität wider
- Eine Firma kann im Zweifel mehreren Idealtypen zugeordnet werden



Digital First

Unternehmen mit hoher UX-Priorität und primär digitalen Angeboten

Für Digital First Unternehmen hat die Nutzer:innenerfahrung höchste Priorität. Physische Angebote werden vernachlässigt, um junge und digital affine Kund:innen zu erreichen. eID passt äußerst gut zu den Anforderungen der Kundschaft: digital, jederzeit, ohne persönlichen Kontakt und schnell. Was fehlt? Eine bessere Nutzer:innenerfahrung um den hohen Ansprüchen der Unternehmen gerecht zu werden und die Conversion Rate aufrecht zu erhalten.

Treiber

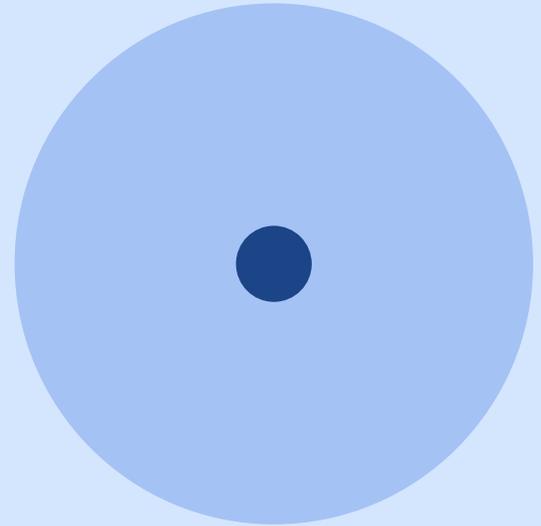
Nutzer:innenerfahrung/ Conversion Rate

Handlungsempfehlung

Identifizierungsanbieter über künftige Verbesserungen informieren, damit mehr Anbieter eID aktivieren

Anwendungsfälle

Digitales Erstidentifizieren



Etablierte

Großunternehmen, die ihre Prozesse und Software an Industriestandards und Landesvorgaben anpassen

Da das Unternehmen einen großen Markt in Deutschland hat, lohnt sich der Aufwand, sich an den deutschen Markt anzupassen. Das Unternehmen ist bereit Ressourcen zu investieren, sobald es sich finanziell lohnt und erst recht wenn dadurch auch die Nutzer:innenerfahrung verbessert wird. Die bestehenden Prozesse sind jedoch meist komplex und die Integration erfordert erheblichen Aufwand. Da die bestehenden Prozesse erst Stück für Stück digitalisiert und automatisiert werden können, gibt es auch Unterabteilungen, die davon noch nicht profitiert haben, weil sich der Aufwand an der Stelle noch nicht lohnt und sie somit depriorisiert wurden.

Treiber

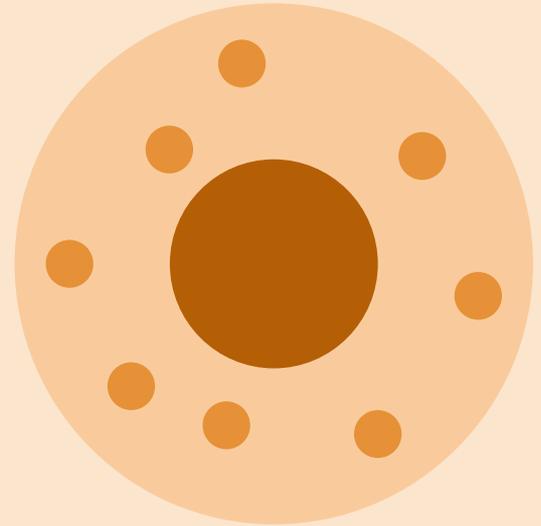
Wettbewerb & Investition

Handlungsempfehlung

Vorteile und Nutzer:innenzahlen kommunizieren sowie Fallstudien aufbereiten

Anwendungsfälle

Ausweis Auslesen + digitales Erstidentifizieren



Digital Träge

Oftmals kleinere Filialunternehmen mit geringer digitaler Expertise und zahlreichen persönlichen Prozessen

Digital träge Unternehmen zeichnen sich durch eine geringe, digitale Expertise und einer skeptischen Einstellung gegenüber Neuem aus. Prozesse und Software werden erst ersetzt, wenn diese nicht mehr funktionieren bzw. ein erheblicher Effizienzgewinn erreicht werden kann. Daher ist dieser Idealtyp aktuell besonders schwer für die eID zu erreichen. Das größte Potential ist das Auslesen des Ausweises. Dieser Anwendungsfall lässt sich vergleichsweise einfach integrieren und könnte das notwendige Vertrauen schaffen, um im nächsten Schritt auch die Identifizierung zu digitalisieren.

Treiber

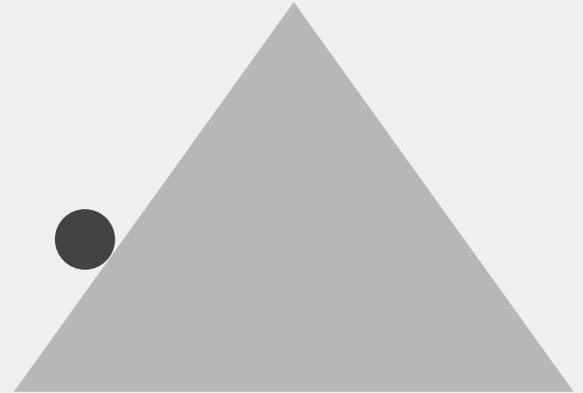
Kostensparnis & regulatorische Konformität digitaler Prozesse

Handlungsempfehlung

Auslesen des Ausweises stärker bewerben

Anwendungsfälle

Auslesen + digitales Erstidentifizieren



Internationale

Unternehmen mit komplizierten, grenzüberschreitenden rechtlichen Vorgaben

Da Komplizierte Unternehmen viele Märkte abdecken, müssen deren Prozesse und Software im Idealfall mit allen Ländern kompatibel sein. Das führt dazu, dass sie im Zweifelsfall sich lieber für die Option entscheiden, die überall funktioniert, selbst wenn die Nutzer:innenerfahrung nicht die beste ist. Um Internationale Unternehmen zu erreichen, muss sich eID nicht nur in Deutschland sondern auch in vielen anderen europäischen Ländern durchgesetzt haben.

Treiber

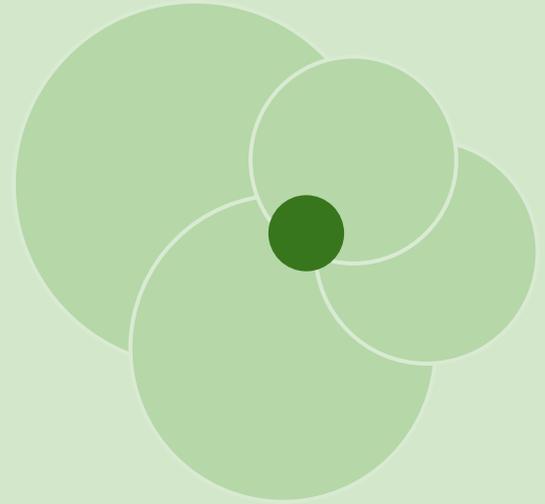
Kompatibilität und Effizienz internationaler Prozesse

Handlungsempfehlung

Staatliche Identität anbieten, die leicht nach internationalen Standards zu nutzen ist

Anwendungsfälle

Digitales Erstidentifizieren



Sicherheitsinteressierte

Unternehmen, die sich gegen Betrug absichern und Zugriff auf sensible Daten schützen wollen

Das Unternehmen möchte sich rechtlich gegen Betrug absichern, weil es bei dem Vorgang um viel Geld geht. Deswegen identifiziert das Unternehmen ihre Kund:innen, obwohl es rechtlich eigentlich nicht vorgeschrieben ist. In diesem Kontext reicht jedoch auch schon das Vertrauensniveau „Substanziell“, um sich im Betrugsfall verteidigen zu können. Für das Unternehmen ist es wichtig, dass die Absprungrate nicht größer wird — der Prozess muss für deren Kund:innen also möglichst einfach sein.

Treiber

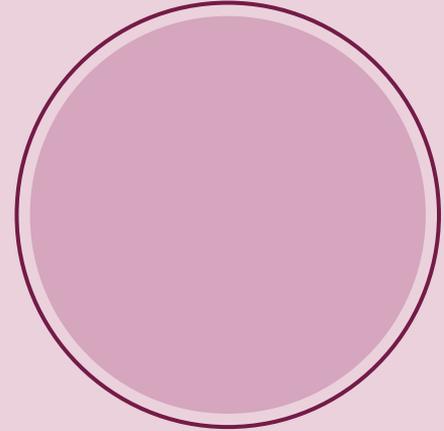
Rechtliche Absicherung gegen Betrug und Schutz von Daten

Handlungsempfehlung

Vertrauensniveau „substanziell“ integrieren

Anwendungsfälle

Digitales Erstidentifizieren & Authentifizieren



Empfehlung aus dem Modell der Idealtypen



Empfehlung

Für die weitere Produktentwicklung und Ansprache von Unternehmen dienen die Idealtypen als Grundlage für den Entwurf einer "Go-to-market"- sowie Marketingstrategie. Angesprochene Unternehmen werden gezielter und somit überzeugender erreicht.

Priorisierte Ansprache

Die Idealtypen *Digital First* und *Etabliert* können am Ehesten für die eID erreicht werden. Mit dem Angebot einer staatlichen Identifikationskomponente auf dem Niveau substantziell können mit dem Idealtyp *Sicherheitsinteressierte* viele Firmen angesprochen und zahlreiche Anwendungsfälle der Authentifizierung etabliert werden. *Digital Träge* und *Internationale* sind für jegliches digitale Angebot bzw. für nationale Lösungen schwerer zu erreichen.

Weitere Gruppen sind zu betrachten

Auch weitere Gruppen innerhalb der Diensteanbieter sind bei einer konkreten Produktentwicklung zu betrachten.

Identifizierungsanbieter

Etwa 90% der privaten Diensteanbieter wählen einen Identifizierungsanbieter für die Umsetzung. Damit spielen Identifizierungsanbieter eine zentrale Rolle in der Vermarktung der eID in Konkurrenz zu den anderen Identifizierungsoptionen.

Verwaltung

Durch das Onlinezugangsgesetz ist die Verwaltung verpflichtet, Prozesse zu digitalisieren. Dabei stellt die staatliche digitale Identität eine zentrale Komponente dar sowohl für das Vertrauensniveau hoch als auch substantziell.



Idealtypen für die Verwaltung

Auch innerhalb der Verwaltung kann die Erstellung von Idealtypen helfen, ein für die Verwaltung passendes Angebot zu entwickeln

Betrachtete Kriterien zur Erstellung der Idealtypen



Nutzung der eID

- Stand der eID-Integration
- In Frage kommende Integrationsoptionen
- Interesse & Kenntnis zu eID-Integrationsoptionen



Treiber der Digitalisierung von Identifizierung

- Kosten & Effizienz
- Organisatorische & prozessuale Anforderungen
- Technische Anforderungen



Unternehmen

- Größe des Unternehmens & Internationalität
- Branche & regulatorische Anforderungen
- Entscheidungsprozesse & involvierte Rollen



Anspruch an User Experience

- Konkurrenz der Identifizierungsoptionen eID, Videoident, Autoident, Filial-Ident etc.
- Angebot von Optionen für Nutzer:innen
- Tiefe der Integration z.B. in unternehmenseigene Apps



Anwendungsfälle

- z.B. Erstidentifizierung/ Authentifizierung
- Art des Prozesses
- Anzahl der Nutzer:innen pro Prozess

Iterative Validierung anhand der gesammelten Aussagen

→ Nach jedem Interview wurden die Hypothesen aus Sicht der Interviewer eingeordnet. Neben einer Kommentierung gibt vor allem die grafische Bildermarkierung einen schnellen Überblick zur aktuellen Bewertungstendenz.



Die Hypothesen wurden von den Interviewteilnehmer:innen teilweise unterschiedlich bewertet. Insbesondere bei der Abweichung von grundsätzlicher Umsetzbarkeit bei gleichzeitig schlechtem Aufwand-Nutzen-Verhältnis war ein guter Hinweis für die Erweiterung der Hypothesen, um Ursachen für diese Bewertung festzustellen.

→ Die Hypothesen wurden für den zweiten Interviewzyklus angepasst bzw. ergänzt, um offene Fragestellungen genauer zu validieren.

Hypothesen	Gewinnvis [Interview]	BOR [Expert]	TK [DAP]	MSS [Expert]	StoCommerce [Expert]	Merian Margraf [Expert]	PayPal [Expert]	ecac [Expert]	growity [DAP]	Deutsche Bahn [DAP]
1 Die eID ist für Interviewer:innen in einem Bekanntheits- und Akzeptanzbereich. Die eID ist für Interviewer:innen in einem Bekanntheits- und Akzeptanzbereich.	😊	😞	✅	❌	✅	😊	😊	😊	✅	😊
2 Die eID wird nur in Branchen angeboten, in denen hohe rechtliche Anforderungen zu erfüllen sind.	✅	✅	😊	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
3 Die Optionen zur Integration sowie dem zugehörigen Prozess sind auffälliger und gut verständlich.	✅	✅	😊	😊	😊	😊	😊	😊	✅	😊
4 Für Annehmlichkeiten kann ein wirtschaftlich passendes Integrationsmodell gefunden werden.	✅	✅	✅	✅	✅	✅	😊	✅	✅	😊
5 Für Annehmlichkeiten kann ein technisch passendes Integrationsmodell gefunden werden.	✅	✅	✅	✅	✅	😊	😊	✅	✅	✅
6 Für Annehmlichkeiten kann ein wirtschaftlich passendes Integrationsmodell gefunden werden.	✅	✅	✅	✅	✅	😊	✅	❌	✅	✅
7 Im Aufwand der Integration sieht ein Interviewer:in einen Nutzen für ein Unternehmen & die Endnutzer:innen.	✅	❌	😊	❌	❌	❌	❌	❌	✅	❌

Iteration 10.01.	Großbank Deutsche Bank [DAP]	Mandata [DAP]	Württembergische [DAP]	banq [DAP]	T&T [DAP]	Scout 24 [DAP]	Teleclinic [DAP]	Sparkasse [DAP]	GENO Broker [DAP]
1 Die eID wird nur in Branchen angeboten, in denen hohe rechtliche Anforderungen zu erfüllen sind.	✅	✅	✅	✅	✅	😊 (✓)	✅	✅	✅
2 Die eID ist für Interviewer:innen in einem Bekanntheits- und Akzeptanzbereich. Die eID ist für Interviewer:innen in einem Bekanntheits- und Akzeptanzbereich.	❌	😊	😊	✅	✅	😊 (✓)	✅	✅	😊
3 Die Optionen zur Integration sowie dem zugehörigen Prozess sind auffälliger und gut verständlich.	✅	✅	✅	✅	✅	😊	😊	😊	❌
4 Die Organisation ist grundsätzlich von der eID als Identifizierungsoption überzogen. Sie hat grundsätzlich Interesse daran.	😊	✅	✅	✅	✅	😊	😊	✅	😊
5 Auch langfristige Lösungen sind möglich. Die Integration ist ein wirtschaftlich passendes Integrationsmodell.	❌	❌	❌	✅ (✓)	✅ (✓)	❌	❌	😊	❌
6 Die eID erfüllt die eID-Anforderungen der Organisation über B2B & auch für Endnutzer:innen.	✅	✅	✅	❌	😊	❌	❌	❌	😊
7 Im Vergleich zu anderen Identifizierungsoptionen zwischen Unternehmen dem organisatorischen Integrationsmodell der eID in Kauf.	✅	✅	✅	✅	✅	😊	😊	✅	✅
8 Für Annehmlichkeiten kann ein wirtschaftlich passendes Integrationsmodell gefunden werden.	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅
9 Für Annehmlichkeiten kann ein technisch passendes Integrationsmodell gefunden werden.	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅	✅

05.

Analysen & Visualisierung

Weitere Erkenntnisse aus den Interviews sowie erarbeitete Analysen

Fazit: Die eID steht in Konkurrenz zu etablierten und funktionierenden Identifizierungsoptionen



eID

- Schnell & günstig
- Mit Personalausweis
- Erstnutzung erfolgt
- PIN muss bekannt sein, dann Abbruchquote nahe 0%



Videoident

- Viele (ausländische) Ausweisdokumente möglich
- Abbruchquoten von ca. 40%
- Wartezeit sowie Videogespräch erforderlich
- Teuer



Post-/ Filial-Ident

- In beliebiger Postfiliale
- Fast alle Ausweisdokumente
- Vor-Ort-auslesen
- Teuer



Auto-/ Fotoident

- AI-gestützter Prozess für Fotoaufnahmen
- Mit mehreren Ausweisdokumenten möglich
- Geringe Abbruchquoten
- Nur mit Zusatzschritten (wie Bank-Login) für hohes Vertrauensniveau nutzbar

Wunsch der Wirtschaft nach einer digitalen Identität

Die Nachteile der aktuell weitläufig genutzten Identifizierungsverfahren sind weiterhin so gravierend, dass sich die meisten Unternehmen kontinuierlich nach Alternativen, wie auch der eID, umschauen. Private Anbieter wie IDnow und Verimi versuchen, sich als Anbieter für eine zentrale Identität zu positionieren.

Anwendungsfälle für verschiedene Vertrauensniveaus

- Erstidentifikation (Niveau hoch)
- Signaturen
- Authentifizierung/ Verifiziertes Log-In (Niveau substantiell)

Methode: Wardley-Map

Strategien & Hebel analysieren

Eine Wardley-Map ist eine Karte für die Unternehmensstrategie und eignet sich, um z.B. Strategien zu visualisieren und Hebel zu identifizieren.

Ganz oben steht das zentrale Nutzungsbedürfnis: Person digital identifizieren. Die einzelnen Komponenten die dafür notwendig sind, ordnen sich dem unter und werden mit einer Linie verbunden. Es braucht ein Anwendungsfall, eine gute Ersteinrichtung & UX, ein Gerät um den Ausweis auszulesen und natürlich der physische Ausweis.

Die X-Achse beschreibt dabei die Reife der Komponente. Der physische Ausweis steht dabei ganz rechts, weil die Produktion recht ausgereift ist und es mehrere Produzenten gibt, bei denen man den physischen Ausweis als fertiges Produkt einkaufen kann. Im Gegensatz dazu stehen die Anwendungsfälle ganz links, weil diese erst individuell erarbeitet werden müssen.

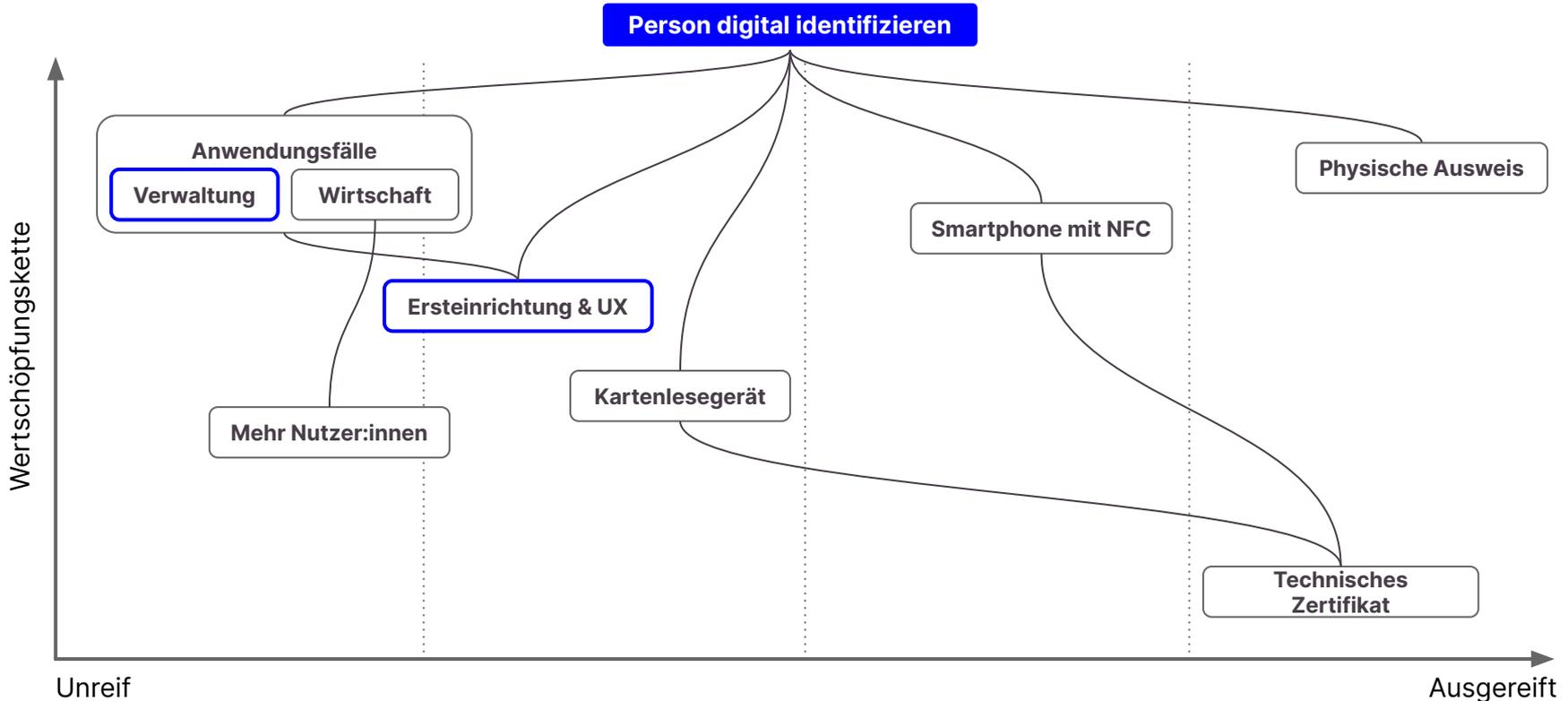
Die Y-Achse zeigt die Wertschöpfungskette auf. Um potentielle Hebel zu identifizieren, werden deswegen weitere Komponenten aufgeführt, die notwendig sind, um die oberen zu erfüllen. Damit es z.B. in Zukunft mehr Anwendungsfälle in der Privatwirtschaft gibt, braucht es mehr Nutzer:innen und eine bessere Ersteinrichtung & UX.



Wardley-Maps sind nach [Simon Wardley](#) benannt, der diese Methode 2005 bei Fotango entwickelte.

Weiteres Informationsmaterial zur Methode
[Ausführliche Artikelserie von Simon Wardley](#)
[\[Video\] Intro zur Methode in 1 Stunde](#)

Die Hebel: Anwendungsfälle in der Verwaltung + Ersteinrichtung und verbessertes Nutzungserlebnis



Methode: Systems Mapping

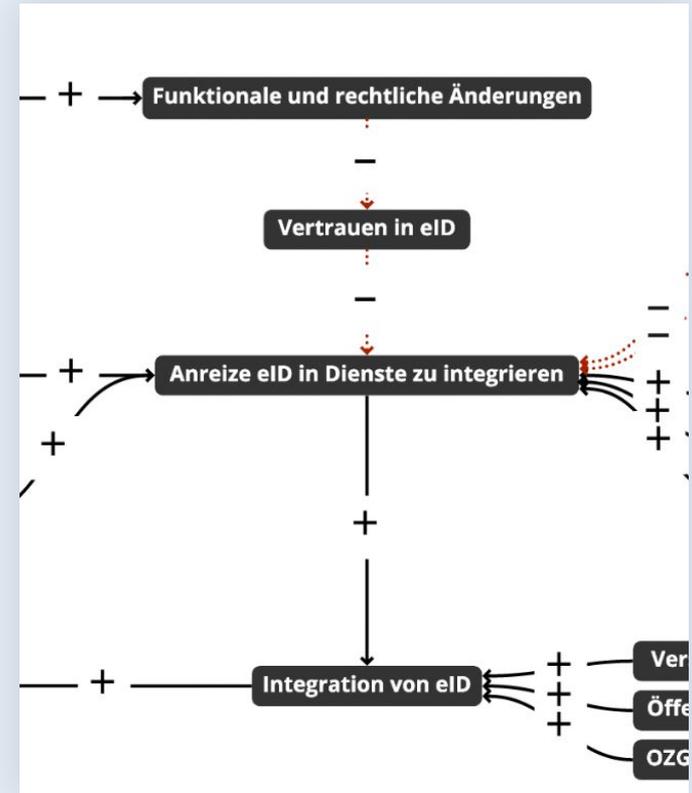
Zusammenhänge eines Systems verstehen

Systems Mapping ist eine Art der Modellierung, um Zusammenhänge und Strukturen eines Systems zu offenbaren. Es kann uns dabei helfen zu verstehen, wie eine bestimmte Systemstruktur die beobachteten Auswirkungen produziert.

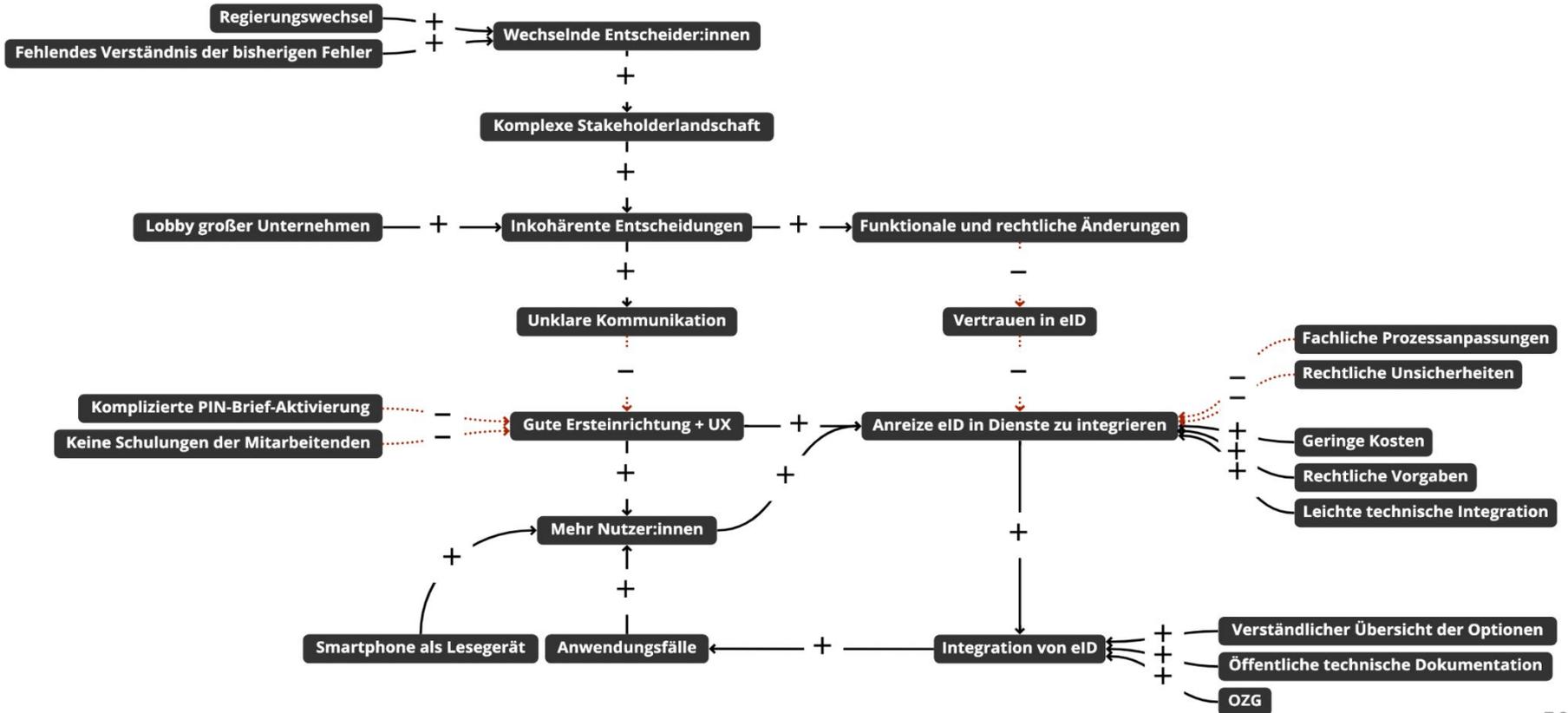
Dabei werden die einzelnen Komponenten in Relation gesetzt und mit Linien verbunden. Funktionale und rechtliche Änderungen führen z.B. dazu, dass das Vertrauen in eID sinkt. Deswegen wird die Linie mit einem Minus-Symbol ergänzt. Je mehr Funktionale und rechtliche Änderungen es gibt, desto weniger Vertrauen gibt es. Dies führt wiederum dazu, dass es weniger Anreize und somit auch weniger eID-Integrationen gibt usw.

Im Idealfall können wir so kritische Rückkopplungsschleifen identifizieren und anschließend gezielt durchbrechen.

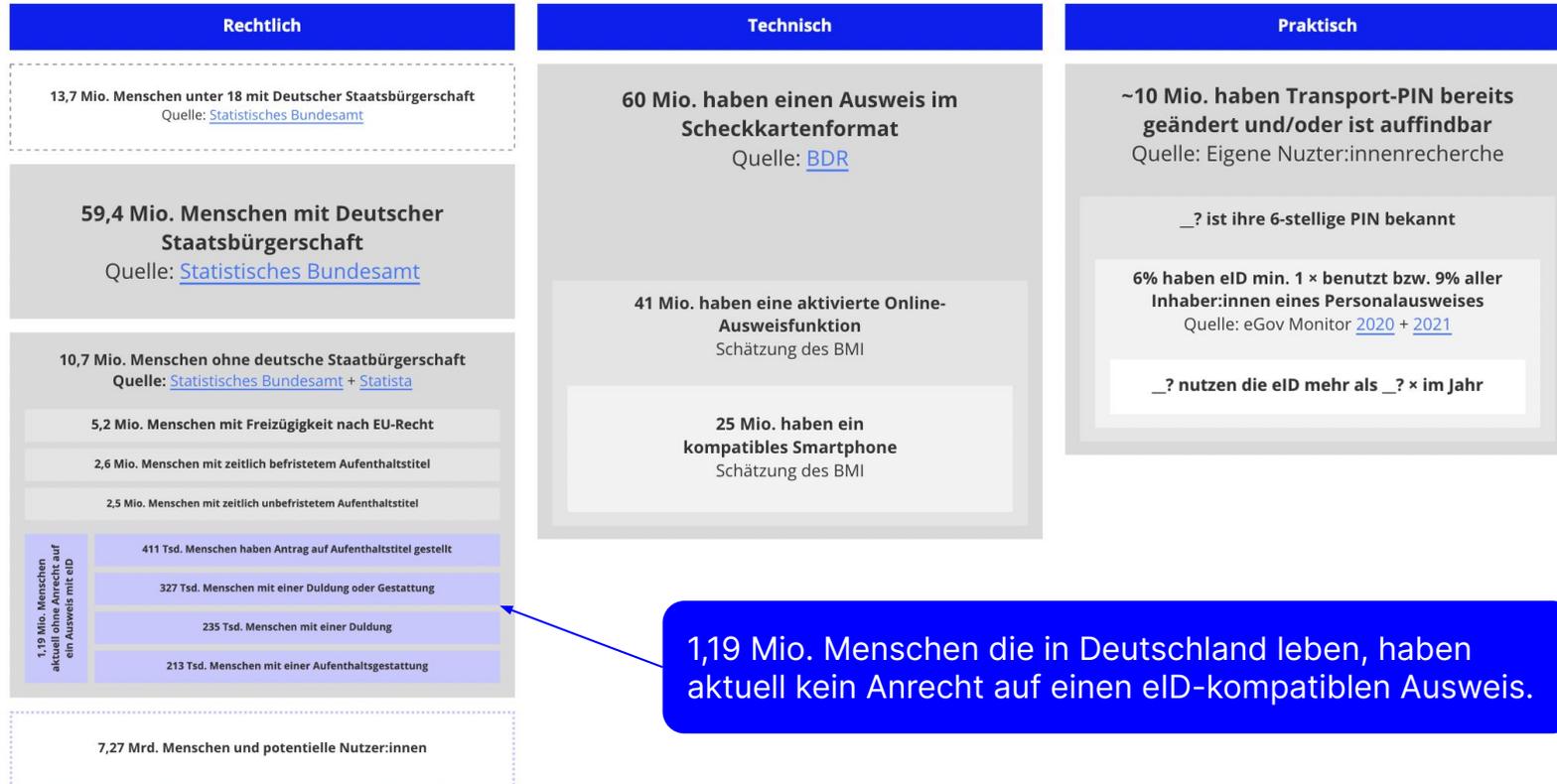
[\[Video\] Intro zur Methode in 10 Minuten](#)



Systems Mapping



Wer kann 2021 die eID rechtlich, technisch & praktisch nutzen?



Der Integrationsprozess, vereinfacht dargestellt

