

Digitale Produkte – online verkaufen
Identifikation & Unterschrift automatisieren
Kunden-Drop-out bei der Kreditvergabe verhindern
Identifikationsprozesse optimal gestalten

Mit Identitätsverifikation

Geschäftsziele erreichen





KUNDEN BEWERTEN EINE BANK IN ZUKUNFT VOR ALLEM NACH DEM **DIGITALEN BEREICH.**

Pentti Hakkarainen, Member of the Supervisory Board of the ECB, at the 28th RegTech Convention, November 2021



Warum machen sich Finanzdienstleister die Digitalisierung unnötig schwer?

75 % der Finanzmanager sind mit der Digitalisierung ihres Unternehmens unzufrieden*¹. Zu Recht? In vielen Fällen, ja. Denn gerade digitale Produkte könnten eine viel höhere Erfolgsquote haben.

Vielen unserer Kunden geht es auch so. Ein typisches Beispiel dafür ist der Fall von Ben*².

Ben ist Produktmanager eines mittelständischen Finanzdienstleisters. Er hatte eine solides Kreditangebot zusammengestellt, um sich gegen die wachsende Internet-Konkurrenz zu behaupten.

Das Angebot war gut. Viele Kunden interessierten sich und starteten den Kreditvergabeprozess.

Aber: Nur wenige schlossen ab. Ben musste die Umsatzprognose senken und sich vor dem Management rechtfertigen. Eine sehr unangenehme Situation und mit viel Stress verbunden.

Auf Empfehlung eines früheren Kollegen kam Ben zu uns. Die Analyse des Kreditvergabeprozesses ergab: Rund **30 % der Kunden sprangen bereits bei der Identifikation ab**, weil sie in einen Video-Call oder anderes Tool wechseln mussten.

Ben erkannte das Problem und entschied sich für den Umstieg auf einen **nahtlosen Prozess** von PXL Vision. Nach der Integration, die nur wenige Wochen dauerte, stieg die Abschlussrate massiv an. Gemeinsam analysierten wir den Prozess weiter und stellten durch diverse Anpassungen sicher, dass für den jeweiligen Anwendungsfall **erforderliche Regulierungen erfüllt** und eine **höchstmögliche Konversionsrate erzielt** werden konnte. Ganz nebenbei konnte Ben durch die Automatisierung auch noch die **Kosten spürbar senken**.

Heute ist Bens Online-Produktbereich ein **Flaggschiff für die Digitalisierung seines Unternehmens**. So wie Ben lernten auch andere unserer Kunden: ein Produkt verliert digital, weil Prozesse nicht gut automatisiert werden können – allen voran der erste, entscheidende Kontaktpunkt: **die Identifikation und Verifikation des Kunden**. Hier zeigt sich bei all unseren Kunden, die erste Erfahrung mit Identitätsverifikation (IDV) gemacht haben: Compliance ist selbstverständlich, die Unterstützung von Geschäftszielen ist es nicht.

Wenn Sie wie Ben digital Ihren Umsatz und Gewinn steigern, den Vertriebszyklus verkürzen und Kosten senken wollen, gibt Ihnen dieser Guide erste Anregungen.

Er ist eine Essenz unseres Beratungsprozesses, bei dem wir Kompetenz zu IDV und Onboarding an unsere Kunden weitergeben, damit Sie Ihre Prozesse gestalten und Geschäftsziele erreichen und ausbauen können.

Wenn Sie Fragen haben oder schnell handeln wollen, sollten wir gleich sprechen. Vereinbaren Sie unter www.pxl-vision.com/contact einfach ein unverbindliches Erstgespräch.

Ich freue mich auf den Kontakt mit Ihnen.

Karim Nemr

Chief Business Officer, PXL Vision



**Kontaktieren Sie
Karim Nemr**



info@pxl-vision.com

¹ Zeb Consulting stellte 2020 fest, dass vor allem Geschwindigkeit und Gestaltung von Prozessen kritisiert werden.

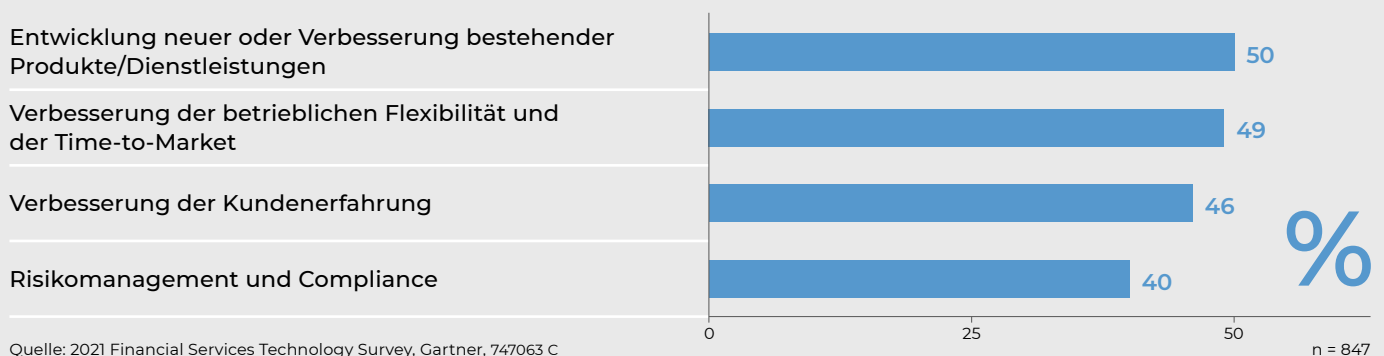
² Wir haben den Namen geändert, um die Vertraulichkeit zu sichern.

Herausforderungen der Digitalisierung im Finanzsektor

Wenn der Finanzsektor wächst, dann digital. Angeheizt von einer aktiven Gründerszene nimmt die Innovationsgeschwindigkeit zu. Dabei geht es vor allem um neue digitale Produkte, also um Umsatz, Vertriebszyklus, Gewinn und Performance.

Top Digitalisierungsmaßnahmen von Finanzdienstleistern

Prozentsatz der Befragten, die die entsprechende Maßnahme zu den drei wichtigsten zählen



Umsatz und Gewinn hängen von digitalen Prozessen ab

Etablierte Organisationen genauso wie spezialisierte Fintech-Startups müssen flexibel neue und immer bessere Dienste anbieten können, um zu wachsen und wettbewerbsfähig zu bleiben. **Schnelligkeit** ist dabei ein wichtiger Parameter, den viele Finanzdienstleister bereits beherrschen: 2020 konnte die Hälfte einen Hypothekenantrag in 2 Tagen bearbeiten. 2015 waren es erst 8 %. Dreiviertel der Banken in Europa können einen Kredit am gleichen Tag vergeben, im Vergleich zu 21 % 2015.

Geschwindigkeit ist das eine, doch was, wenn diese **Prozesse komplett remote**, also nahtlos digital, ablaufen sollen? In absehbarer Zeit wird es kaum noch Filialen geben. Viele Bankmitarbeiter werden im Home-Office bleiben. Damit steht das Thema **Kundenverifikation** ganz oben auf der digitalen Agenda*¹.

Die Compliance-Vorgaben für die Kundenidentifikation sind im Finanzbereich engmaschig festgeschrieben – wenn auch nicht einheitlich. Jede Region in Europa setzt ihre eigenen Schwerpunkte. Das erfordert Flexibilität auf der Anbieterseite. Doch während sich die Regulierungsanforderungen gut lösen lassen, sieht es auf der Geschäftsseite anders aus.

Die Kundenerfahrung entscheidet

Wer digitale Produkte verkaufen will, braucht Automatisierung. Sie muss die Regulierungen erfüllen, genauso aber auch die Kundenerwartungen. **Denn das größte Problem ist nicht die Digitalisierung an sich oder das eigene Produktangebot, sondern die fehlende Gegensteuerung, wenn Kunden den Kaufprozess abbrechen.** Jeder „Drop-out“ kurz vor dem Kauf kann 1:1 mit Umsatzverlust gleichgestellt werden. Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen, welche Mittel Ihnen dafür zur Verfügung stehen.

Was kostet Finanzdienstleister die fehlende Automatisierung bei Vertragsabschlüssen?

Abbrüche im Onboarding-Prozess wirken sich direkt auf Umsatz und Gewinn aus. Je nach Kundenvolumen bleiben hier Einnahmemöglichkeiten in Millionenhöhe ungenutzt. Diese Fehlsummen müssen dann mühsam erneut akquiriert werden. Eine schlechte Performance wiegt also doppelt schwer und belastet Mitarbeiter und Budgets. Ein Rechenbeispiel mit Werten im Branchenbenchmark verdeutlicht das.

Ausgangssituation: Kreditvergabe

Ein Finanzdienstleister vermittelt jährlich **350.000** Kreditverträge, davon **140.000** online. Die Marge ist knapp kalkuliert. Nach Abzug aller Kosten verdient er über die Gesamtlaufzeit im Online-Geschäft pro Monat **21,03 €** pro vergebenem Kredit. Für alle online abgeschlossenen Kreditverträge sind das monatlich in Summe **245.350 €**.

Stellschraube 1: weniger Abbrüche

Die Abbruchrate im Online-Geschäft liegt in unserem Beispiel bei **30 %**. Das ist eine branchenübliche Quote und sie gilt für viele unserer Finanzkunden, darunter auch Ben und sein Team aus der Einleitung des Whitepapers. Würde es Ben und seinem Team gelingen, die Abbruchrate bei der Kreditvergabe um **67 %** zu senken, würden sie **35.219** zusätzliche Kredite online vermitteln und damit die Einnahmen um **25 %** auf **307.071 €** pro Monat steigern.

Stellschraube 2: höhere Konversion

Eine Abbruchrate von **0 %** ist wenig wahrscheinlich. Die Konversion wird allerdings von der Methode im Einsatz mitbestimmt. Das vorherrschende Video-Ident-Verfahren ist in der Regel auf bestimmte Tageszeiten beschränkt und kann nur eine bestimmte Anzahl an Kunden gleichzeitig bedienen. Eine bestimmte

Abbruchquote ist dabei vorprogrammiert. Ein automatisiertes System ermöglicht Abschlüsse ohne Zeit- oder Ressourcen-Beschränkung. Selbst konservativ geschätzt lassen sich damit **10 %** mehr, also **14.000** Abschlüsse zusätzlich erzielen. Das bedeutet im vorliegenden Szenario **294.420 €** an zusätzlichen Einnahmen pro Jahr durch mehr Abschlüsse und **740.656 €** mehr durch vermiedene Abbrüche. Also in Summe über **1 Mio. €** Mehreinnahmen pro Jahr.

Stellschraube 3: Prozesskosten – weniger Kosten pro Abschluss

Der Finanzdienstleister nutzt aktuell eine Video-Ident-Lösung. Um die Identifikationen vorzunehmen, nutzt er ein Callcenter mit **15** Mitarbeitern. Ben hat berechnet, dass allein schon die Personalkosten pro Identifikationsvorgang mit knapp **4 €** zu Buche schlagen. Jede Senkung dieser Kosten erhöht die Gewinnmarge. In unserem Rechenbeispiel mit **140.000** Online-Abschlüssen ergibt sich beim Einsatz einer automatisierten Methode mit PXL Vision eine Gesamtersparnis von **84 %**.

Benchmark-Werte im Überblick

Nutzen Sie gerne unsere Beispielrechnung auf den Folgeseiten, um die Zahlen nachzuvollziehen.

Benchmark-Werte: Beispielrechnung

1. Berechnung des entgangenen Gewinnes

Anzahl Kreditverträge im Jahr 2022 in D*1	7.000.000
Angenommener Marktanteil Ihres Unternehmens	5 %
Kreditverträge Ihres Unternehmens in 2022	350.000
Davon 40 % Online	140.000
Durchschnittliche Kredithöhe*2	10.113,50 €
Durchschnittlicher Zinssatz*3	4,78 %
Durchschnittl. Laufzeit in Monaten/Jahren*4	73/6,1
Gewinn pro Kreditvertrag	1.539,50 €
Gewinn pro Vertragsmonat	21,03 €
Gesamtgewinn pro Monat (11.666 online Kreditverträge × 21,03)	245.350 €
Abbruchrate*5	30 %
Entgangener Gewinn pro Monat*6	77.485 €
Entgangener Gewinn pro Jahr	929.818 €

2. Berechnung der Konversion

Theoretisch maximal realisierbare Konversionen bei 0 % Abbruchrate	200.000
Konversionen bei 30 % Abbruchrate	140.000
Reduktion Abbruchrate	67 %
Abbruchrate neu	10 %
Konversionen mit Abbruchrate neu	175.219
Konversions-Steigerung (relativ/absolut)	25 %/35.219

3. Berechnung der Gewinnsteigerung

Anzahl der zusätzlichen Kreditvergaben im Jahr aufgrund Mehrgeschäft (24/7 Verfügbarkeit): 10 % von 140.000	14.000
Gewinn pro Kunde und Monat	21,03 €
Zusätzlicher Gewinn pro Jahr (14.000 × 21,03)	294.420 €
Anzahl der zusätzlichen Kreditvergaben im Jahr aufgrund von 67 % weniger Dropouts (175.219 - 140.000)	35.219
Zusätzliche Kredite pro Monat (35.219 ÷ 12)	2.935
Zusätzlicher Gewinn pro Monat (2.935 × 21,03)	61.721 €
Zusätzlicher Gewinn pro Jahr (61.721 × 12)	740.656 €
Einnahmen mit klassischem Video-Ident-System (140.000 × 21,03)	2.944.200 €
Einnahmen mit PXL Vision (175.219 × 21,03)	3.979.276 €
Mehreinnahmen in Summe/prozentual	1.035.076 € / 35,2 %

Kosten pro Identifikation in unserem Rechenbeispiel

Video-Ident: 9,93 €
PXL Vision: 1,76 €

4. Berechnung der Kosteneinsparungen

Angenommene Kosten pro Video-Ident-Mitarbeiter/Monat	4.000 €
Angenommene Identifikationen pro Stunde	8
Anzahl Identifikationen pro Tag	64
Identifikationen/Mitarbeiter/Jahr (64 × 210 Nettoarbeitstage)	13.440
Personalkosten pro Identifikation (4.000 × 12 ÷ 13.440)	3,57 €
Nebenkosten Personal/Infrastruktur + Klassische Identity Verification/ Mitarbeiter und Monat*7	400
Kosten Video-Ident/Jahr bei 200.000 versuchten (und 140.000 realisierten) Identifikationen	1.200.000
Kosten Video-Ident-System pro versuchter Identifikation (1.200.000 ÷ 200.000)	6,00 €
Angenommene Nebenkosten pro Identifikation (400 × 12 ÷ 13.440)	0,36 €
Gesamtkosten/Identifikation	9,93 €
Anzahl Mitarbeiter für 200.000 versuchte Identifikationen	15
Gesamtkosten mit Video-Ident bei 200.000 versuchten (und 140.000 realisierten) Identifikationen	1.987.970 €
Gesamtkosten mit PXL bei 200.000 versuchten (und 184.211 realisierten) Identifikationen (exkl. einmalige Setup-Gebühr, incl. Kosten für manuelle Überprüfung von 10 % aller Identifikationen i.H.v. 36.713 €)	308.713 €
Einsparung PXL vs. Video-Ident absolut/relativ	1.679.257 € / 84,47 %

- Quelle: Statista „Anzahl der neu abgeschlossenen Ratenkreditverträge in Deutschland von 2006 bis 2021“
- Quelle: Statista „Durchschnittliche Höhe der im jeweiligen Jahr neu aufgenommenen Kredite (in Euro) von 2018 bis 2020 nach Altersgruppen“
- Quelle: Statista „Entwicklung der durchschnittlichen Zinsen für Ratenkredite in Deutschland von 2013 bis 2020“
- Quelle: FinanceScout24 „FinanceScout24-Kreditstudie“
- Von 200.000 möglichen Konversionen werden nur 140.000 erzielt
- Im Vergleich zu einer um 80 % reduzierten Abbruchrate von 6 %, die in 44.211 zusätzlichen Konversionen resultiert
- Quelle: Run My Accounts

Im Überblick

Bei 140.000 möglichen Vertragsabschlüssen im Jahr führen Prozessabbrüche jeden Monat zu sechsstelligen Gewinnausfällen.

Wie lässt sich verhindern, dass Kunden den Kaufprozess abbrechen?

Ziel: 67 % weniger Abbrüche

Abbrüche im Prozess zu minimieren ist ein mächtiger Hebel, um entgangenen Gewinn zu vermeiden. Die Erfahrung zeigt, dass gerade Medienbrüche im Prozess und schlechte Bedienbarkeit Abbrüche fördern, die man direkt in Umsatzausfälle umrechnen kann.

Darauf kommt es an:

- Hohe Benutzerfreundlichkeit
- Intuitive, bequeme Anwendung
- Nahtlose Integration ins Produktangebot
- Breites Einsatzprofil z. B. IDV, Altersverifizierung, Onboarding, Unterschrift
- Anbindung von Drittsystemen

67 % weniger Abbrüche bedeuten 25 % mehr Einnahmen.

Wie lässt sich die Anzahl der Abschlüsse erhöhen?

Ziel: 10 % – 30 % mehr Abschlüsse

Mit einem automatisierten Ident-System kann Ihr Kunde Ihr Angebot jederzeit nutzen – so sind Abschlüsse auch mitten in der Nacht möglich. Die Lösung muss deshalb zuverlässig funktionieren, sich einfach benutzen lassen und Vertrauen in Ihre Marke fördern.

Darauf kommt es an:

- Intuitive, bequeme Anwendung
- Nahtlose Integration ins Produktangebot
- Verfügbarkeit 24/7, Web/App mit sicherem Datenhosting
- Kurzer, schneller Prüfungsablauf

Durch Kosteneinsparung mit automatisierten Systemen lässt sich die Gewinnmarge weiter steigern. Jeder zusätzliche Abschluss lohnt sich doppelt.

Wie senkt man die Kosten beim Kaufabschluss, ohne an Qualität zu verlieren?

Ziel: 84 % Kosteneinsparungen

Automatisierung senkt die Kosten: Ihr Callcenter mit 15 Mitarbeitern kann sich ab sofort anderen Themen zuwenden, denn das manuelle Identifizieren und Verifizieren von Personen per Video-Call entfällt. Zudem sparen Sie Personal, da die Dokumentation der Prüfungsnachweise automatisiert erfolgt.

Darauf kommt es an:

- Persönlicher Kontakt/manuelle Prüfung lediglich als Fall-Back
- Abfangen von Anfrage-Peaks
- Betrugserkennung
- Flexible Anpassung an Geschäftsregeln und individuelle Anforderungen

Verschiedene Ident-Verfahren und ihr Potenzial in digitalen Prozessen

Je nach Prozess, Regulierungstiefe und Region müssen unterschiedliche Verfahren zur Identitätsverifikation eingesetzt werden. Aber nicht jedes Ident-Verfahren führt gleichartig zum Ziel. Je höher der Aufwand für den Kunden, desto höher die Abbruchgefahr.



Vor-Ort-Verifikation (PostIdent):

Die Identifizierung findet vor Ort mit einem Ausweisdokument durch einen Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin einer Bank oder einer Postfiliale statt. Der Kunde hat den Aufwand, persönlich innerhalb der Öffnungszeiten vor Ort zu erscheinen. Bei zunehmender Filialschließung wird dies immer schwerer. Der Zeitaufwand für den Kunden ist hoch. Die Laufzeiten sind lang. Die Kosten für PostIdent sind relativ hoch.



Video-Ident:

Die Identifikation findet über einen Video-Call statt. Die Kosten im Call Center sind hoch. Die Identifikation ist nicht 24/7 verfügbar, erlaubt aber eine grundsätzliche Skalierung. Der digitale Prozess wird unterbrochen. Tatsächlich ist manchen Kunden das Video-Telefonat mit einer fremden Person in der eigenen Privatsphäre unangenehm. Der Zeitaufwand ist im Vergleich zum PostIdent moderat, birgt aber ein Abbruchrisiko.



Verifizierung via Überweisung:

Die Identifikation mittels Banküberweisung weist den Weg zur Online-identifikation. In Kombination mit Auto-Ident kann sie die kontaktlose Identifikation ermöglichen. Für den Kunden bedeutet das keinen Aufwand. Diese Methode ist allerdings nur für Personen mit existierendem Bankkonto innerhalb der Financial Action Task Force (FATF) möglich.



Auto-Ident:

Die automatische Identitätsprüfung ist im Gegensatz zu anderen Verfahren sehr skalierbar. Je nach Anbieter ist auch eine nahtlose Integration in die eigenen Prozesse möglich. Bei streng regulierten Produktsegmenten und traditioneller Regulatorik kann diese Methode auch in Kombination mit den anderen hier genannten Ident-Verfahren genutzt werden. Die Verifikation über Auto-Ident ist das mit Abstand schnellste und skalierbarste Ident-Verfahren. Für den Kunden bringt diese Methode den geringsten Aufwand mit sich.

Wie bewertet man die IDV-Verfahren aus Compliance- und Geschäftssicht?

Wann lohnt sich welches Verfahren? Wie bewertet man die Leistungsfähigkeit der verschiedenen Identifizierungsmethoden? Sicherlich verdient der Aspekt der Sicherheit und Zuverlässigkeit eines Verfahrens die höchste Gewichtung, genauso aber sollte man die damit verbundenen Kosten, die Benutzerfreundlichkeit und die Anwendbarkeit nicht außer Acht zu lassen.

Methoden im Vergleich:

	Sicherheit/ Compliance	Kosten	Benutzer- freundlichkeit	Anwend- barkeit	Geschäfts- ziele
Vor-Ort-Verifikation (PostIdent)	+	-	-	○	○
Video-Ident	+	○	-	○	○
Verifizierung via Überweisung	○	+	-	-	○
Auto-Ident	+	+	+	+	+

- Schlecht ○ Mittel + Gut

Sicherheit/Compliance:

Dieser Aspekt beleuchtet, wie sicher die Prüfung von Ausweisdokumenten mit dem jeweiligen Verfahren ist. Automatisierte Ausweisprüfung ist oftmals zuverlässiger als eine menschliche Prüfung. Das Erkennen von Fälschungen erfordert Schulungen, gleichbleibend hohe Konzentration und bei Video-Ident entsprechend gute Bildqualität.

Kosten:

Neben der Qualität entscheiden Kosten über die Effizienz von Prüfverfahren. Manuelle, von Menschen durchgeführte Prüfungen führen zu hohen Personalkosten. Die Automatisierung des Prozesses senkt diese Kosten. Die geringen Prozesskosten, z. B. bei einer Kontoeröffnung, fördern die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle.

Benutzerfreundlichkeit:

Im Bereich Benutzerfreundlichkeit bewerten wir den einfachen Zugang, die Dauer und die

intuitive Nutzung der Methoden. Eine Methode zur Identitätsprüfung sollte möglichst einfach und schnell durchgeführt werden können. Das verhindert Prozessabbrüche und Fehlanwendungen. Komplizierte und langwierige Methoden können zu Prozessabbrüchen führen.

Anwendbarkeit:

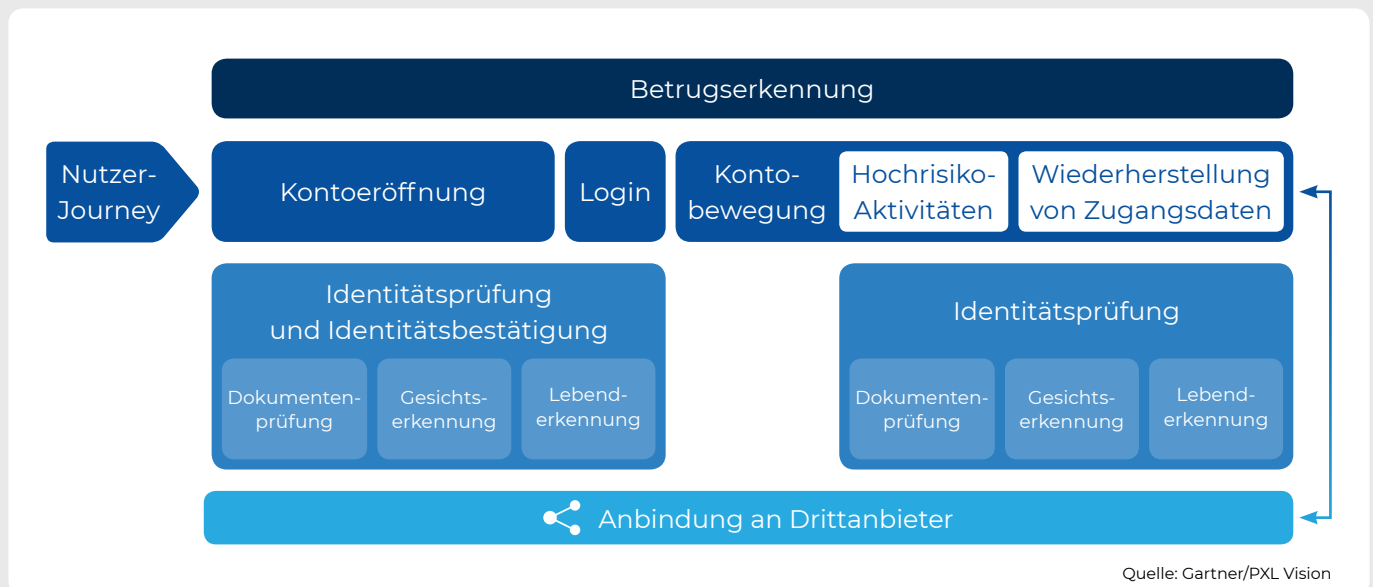
Anwendbarkeit zeigt, wie flexibel die Methode innerhalb von Geschäftsbereichen, Regionen und zeitlich eingesetzt werden kann. Ein orts- und zeitunabhängiger Zugang ist für die Branche von großer Bedeutung. Anerkannte Methoden sollten zudem für verschiedene Einsatz- und Prüfbereiche anwendbar sein und sich leicht skalieren lassen, z. B. für Identitätsprüfung in verschiedenen Regionen oder Altersprüfung.

Auswirkung auf Geschäftsziele:

Dieser Aspekt beleuchtet, wie lange ein Verfahren dauert und wie gut es sich skalieren lässt. Daraus folgt die Höhe des Aufwands für die Anpassung an Kundenwachstum.

Identitätsprüfung produktiv in Prozesse einbinden

Identitätsprüfung ordnet man schnell dem Erstkontakt mit einem neuen Kunden zu. Dazu gehören zum Beispiel die Kontoeröffnung, die Registrierung für Online-Services oder die Beantragung eines Kredits. Genauso erfordern aber hochrisikante Self-Services wie Passwort-Recovery oder die Erhöhung des Kreditrahmens eine präzise, nachweisbare Identifizierung. Beide Bereiche bieten spürbare Kosteneinsparungen und Wachstumschancen.



So läuft die automatische Identifizierung ab

Ein Kunde oder eine Kundin interessiert sich für ein Angebot und klickt mit Kauf- oder Handlungsabsicht. Ist eine Identifizierung vorgeschrieben, fügt sich die Lösung von PXL Vision nahtlos in den bestehenden Prozess ein – ohne Medienbruch. Im Rahmen der Identitätsverifikation wird zunächst das **Ausweisdokument geprüft**. Dabei werden die maschinenlesbaren Sicherheitscodes ausgelesen und geprüft. Dank KI lernt das System ständig dazu. Danach wird die Person mittels **Gesichtserkennung** geprüft. Die Lebenderkennung auf Grundlage der PXL Vision **Passive Liveness Technologie** sorgt dafür, dass Kunden dabei keine unnötig künstlichen und unbequeme Haltungen einnehmen und auch nicht unnatürlich lange stillhalten

müssen. Jetzt werden die Angaben auf dem Ausweisdokument mit den Angaben im Kundenkonto verglichen und **validiert**. Für die Adressprüfung kann auch ein **Dokument** direkt per PXL Vision App **abfotografiert** werden, zum Beispiel die Rechnung eines Stromanbieters. Sind bestimmte Ausweisdokumente ausgeschlossen oder ist ein Prüfkriterium nicht erfüllt, kann ein **manueller Prüfprozess** angeschlossen werden. Die erhobenen Daten und die Prüfdocumentation können direkt an Drittsysteme übergeben werden. Nahtlos geht es dann im Produktangebot für den Kunden weiter.

Wichtig – Durch das Festlegen oder Ausschließen bestimmter Prüfkriterien lässt sich der Onboarding-Prozess beeinflussen. Diese können je nach Produktsegment oder Region angepasst werden.

Must-have – Nahtlose Anbindung in die Corporate Identity, App und Web

Eine Lösung zur Identitätsverifikation muss Vertrauen bilden. Sie darf deshalb den Onboarding-Prozess nicht unterbrechen, sondern soll sich nahtlos in den Gesamtprozess einfügen. Das erfordert z. B. optimale Branding-Möglichkeiten, unternehmenstypische Benutzerführung, die Kunden schon kennen, oder direkte technische Integration.

Nicht vergessen – Einfache Einbindung manueller Checks oder anderer Verfahren

Die kontaktlose Identifikation hat die höchste Effizienz. Es lohnt sich daher, sämtliche Überprüfungen damit zu starten. Im Prozess sind Prüfkriterien festgelegt, zum Beispiel die minimale Restgültigkeit eines Ausweises von sechs Monaten oder die Gültigkeit explizit festgelegter Ausweisdokumente. Erfüllt eine Anfrage diese Kriterien nicht, kann man eine manuelle Überprüfung anbieten, und so einen Prozessabbruch vermeiden. So lassen sich im Regelfall Kosten einsparen und die aufwändige manuelle Prüfung kommt nur in vorher definierten Ausnahmefällen zum Einsatz.

Märkte mit und ohne Zertifizierung von Auto-Ident

In vielen Märkten ist Auto-Ident bereits als Lösung allein oder in Kombination mit Verifizierung via Überweisung oder einem ähnlichen Verfahren zertifizierbar. Die Märkte profitieren von der Lösung. In Märkten, in denen die Gesetzgebung Video-Ident vorgibt, lohnt sich die Einführung von Auto-Ident für nicht-regulierte Produktsegmente und für Self-Services. Auch hier entstehen lohnende Kosteneinsparungen in digitalen Kundenprozessen. Die Nutzung kann dann ausgeweitet werden, sobald die Gesetzgebung in diesen Märkten auf den europäischen bzw. internationalen Standard nachzieht.



Regularien und Zertifizierungen der automatischen Identitätsprüfung

Mit den richtigen Zertifizierungen und Services lässt sich der Prozess durchgängig bis zur elektronischen Unterschrift gestalten. Wichtig für Finanzdienstleister sind neben KYC- und AML-Richtlinien auch eIDAS und QES.

eIDAS ist die einheitliche europäische Regulierung für elektronische Identifizierung. Es standardisiert und regelt die digitale Identifikation im EU-Raum. PXL Vision verfügt über diese Zertifizierung und kann damit in allen europäischen Märkten eingesetzt werden.

Qualified Electronic Signature (QES) wird für digitale Vertragsabschlüsse benötigt. PXL Vision bietet Identitätsverifikationsdienste an, die als eIDAS-konform modulzertifiziert sind und von Vertrauensdiensteanbietern eingesetzt werden können.

KYC und AML stehen für Know your Customer und Anti Money Laundering. Sie enthalten die Vorgaben für Kundenidentifikation und gegen Geldwäsche.

Warum stellt ein führender Finanzdienstleister auf einen digitalen Identifikationsprozess um?

Bei der Eröffnung eines Bankkontos, beim Kauf eines Anlageprodukts oder einer Lebensversicherung muss ein führender Finanzdienstleister (im Folgenden einfach nur „der Finanzdienstleister“) die Identität ihrer Kunden rechtssicher prüfen. Das kostet Zeit und unterbricht den Onboarding-Prozess.

Warum auf einen digitalen Prozess umstellen?

Dank des Einsatzes von PXL Vision verhindert der Finanzdienstleister Betrugsfälle, senkt die Kosten des Prüfungsverfahrens und entlastet die Mitarbeiter in der Geschäftsstelle. Die Anwendung ist damit der Kontrolle durch einen Kundenbetreuer deutlich überlegen. Ein Video-telefonat mit einem Call Center oder das Vorstellen in einer Filiale ist in einigen Ländern nicht mehr nötig. Dank des schnellen und für die Kunden einfachen Verfahrens sinkt die Zahl der Abbrüche und die Konversionsrate steigt: Die Anzahl der Vorgangsabbrüche liegt im unteren einstelligen Bereich. Die Mitarbeiter können die gewonnene Zeit für den Vertrieb nutzen.

Was bewirkt Künstliche Intelligenz im Identifikationsprozess?

Die automatisierte Identitätsprüfung erhöht die Handlungsfähigkeit, steigert Performanz und senkt Kosten. Der Finanzdienstleister ist inzwischen von dem System so überzeugt, dass er den Einsatz ausbauen will: Inzwischen haben sich die regulatorischen Anforderungen zum Abwenden von Geldwäsche erhöht. Seit 2022 muss der Finanzdienstleister die Identität jedes Kunden regelmäßig erneut prüfen. Das wäre händisch, ohne eine Multi-Channel-Access-App nicht zu leisten. Sie kennt keine Öffnungszeiten und steht an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr zur Verfügung.

Was hat sich verändert?

Der Finanzdienstleister hat Kunden im sechsstelligen Bereich. Etwa 20 Prozent nutzen inzwischen die mobile App zur digitalen Identitätsverifikation – Tendenz steigend: Von ihren Kunden erhalten die Mitarbeiter sehr positive Rückmeldungen und auch die Berater, die das System in der Filiale einsetzen, freuen sich. Durch den standardisierten Prozess gewinnen sie wertvolle Kundenzeit zurück.



Identitätsverifikation im Finanzbereich: die drei häufigsten Fragen

Wir bieten Unterstützung bei der Überprüfung der Identität von Personen. Dabei stellen wir sicher, dass der Prozess den jeweils relevanten Vorschriften und Anforderungen gerecht wird. Drei der uns am häufigsten gestellten Fragen beantworten wir Ihnen hier. Sie haben noch weitere Fragen? Unsere Berater verfügen über viel Erfahrung und stehen Ihnen für alle Fragen rund um Identitätsverifikation zur Verfügung.

Was treibt die Kosten bei der Identitätsprüfung in die Höhe?

Viele unserer Kunden generieren gerade am Anfang vermeidbare Kosten. Das liegt daran, dass sie zu viele manuelle Identitätsprüfungen durchführen, auch wenn sie eigentlich schon in der Lage sind, die Identität ihrer Kunden digital und vollautomatisiert zu überprüfen.

Gleichzeitig sind zwei weitere Faktoren zu berücksichtigen. Entweder sind die Prüfkriterien zu streng und viele Kunden müssen zusätzlich geprüft werden, oder die Prüfkriterien können zu lasch sein. Das bedeutet dann gegebenenfalls Zahlungsausfälle, was wiederum einen negativen Effekt auf das Betriebsergebnis hat. Die Kostenfrage muss also individuell und immer im Zusammenhang mit Compliance und Risiko betrachtet werden. Flexible Systeme sind eine sehr gute Möglichkeit, Daten zu sammeln und auszuwerten. Dabei sollte man jedoch die Analysen und die Dokumentation der Prüfungen für den Nachweis der Compliance nicht vergessen.

Alles rund um IDV

Mehr Information zur Markt- und Kundensituation, zur Auswahl von Anbietern und Lösungen sowie Infos zu Begriffen und Trends rund um IDV.



Welche Stellschrauben habe ich bei der Identitätsprüfung im Onboarding-Prozess?

Sehr viele Lösungen im Markt sind vorkonfiguriert. Das bedeutet, die Einstiegshürden und die Geschäftslogik ist bereits vorgegeben. Wenn sich dann im Onboarding-Prozess Lücken auf-tun oder Chancen zur Kosteneinsparung ergeben, kann man diese nicht nutzen. Wichtige Stellschrauben sind: Das Festlegen von Prüfkriterien für Ausweise, z. B. die Mindestgültigkeitsdauer, die Art des Ausweises oder die Akzeptanz einer abweichenden Meldeadresse.

Welche Faktoren beeinflussen Konversion und Abbrüche?

Die Gestaltung des Onboarding-Prozesses hat einen großen Einfluss auf die Konversion. Konsistenz und Dauer machen einen großen Unterschied. Vertrauen und Datenschutz sind ebenfalls wichtig. Wenn der Kunde nach der Identitätsprüfung mit einem mulmigen Gefühl zurückbleibt, weil er nicht weiß, auf welchem Server seine Daten gelandet sind, wirkt sich das sicher nicht positiv auf die Kundenbindung aus. Vertrauen wird vor allem durch einen gut gestalteten, nahtlosen Prozess geschaffen, der die typische Benutzerführung des Unternehmens exakt fortsetzt. Die Erfahrung zeigt, dass man beim Onboarding leicht 30 % der Kunden verliert, wenn man die Plattform bzw. das Medium wechselt.

”

DIE PLATTFORM VON PXL VISION IST **FLEXIBEL** UND KANN AN DIE VERSCHIEDENEN **REGULATORISCHEN ANFORDERUNGEN** UND **GESCHÄFTSPRÄFERENZEN** ANGEPASST WERDEN.

“

*Roger Huber, Project Lead Multichannel Management,
Zürcher Kantonalbank*

Was sind Ihre Unternehmensziele?

Welche Anwendungsfälle passen am besten?

Welche Technologien und Regulierungsanforderungen müssen Sie berücksichtigen?

**Nutzen Sie die kostenlose
Erstberatung von PXL Vision.**

Karim Nemr hilft Ihnen gerne weiter:



info@pxl-vision.com

Mehr Informationen zu PXL Vision:



www.pxl-vision.com



*Karim Nemr,
Chief Business Officer
und Fachberater
für die Bereiche Finanzen,
Versicherungen und
E-Commerce*

Unser Experte für Identitätsprüfung, **Karim Nemr**, beantwortet Ihnen gerne Ihre Fragen zum Thema IDV und bespricht mit Ihnen die individuellen Anforderungen Ihres Unternehmens: Vorschriften, Kostenreduzierung, Integration,