

Stimmbiometrie auf dem Vormarsch

Biometrische Authentifizierung liegt direkt hinter dem traditionellen Passwort in der Nutzerbeliebtheit. Befürworter sehen ihre Stimme als bequemen, zeitsparenden und sicheren Authentifikationsfaktor

Aachen, 12. September 2018 – Biometrische Authentifizierung liegt in der Gunst der deutschen Verbraucher dicht hinter dem traditionellen Passwort, wie eine repräsentative Umfrage von Nuance unter mehr als 1.000 Deutschen zeigt. Die eigene Stimme gilt für 34 Prozent der Biometrie-Befürworter dabei als Identifikationsfaktor der Wahl und das obwohl Stimmbiometrie in Deutschland bisher noch nicht weit verbreitet ist.

Die Umfrage von Nuance ergab, dass die biometrischen Authentifikationsmethoden in der Beliebtheit nur noch knapp hinter dem traditionellen Passwort liegen. 46 Prozent wählten Passwort oder PIN, 41 Prozent dagegen biometrische Methoden wie Fingerabdruck, Iris-Scan oder die eigene Stimme als bevorzugte Authentifizierungsmethode.

„Nutzer sind es heute gewohnt, Geräte wie Handy, Lautsprecher oder auch den Boardcomputer im Auto mit ihrer Stimme zu bedienen“, sagt Heiner Kruessmann, Sales Director DACH bei Nuance. „Fast die Hälfte der Deutschen (46%) nutzt bereits Sprachsteuerung für Dienste wie Alexa, Siri und Co. 50 Prozent davon sprechen oft oder täglich mit ihrem Gerät. Diese Gewöhnung werden wir auch im Einsatz von Stimmbiometrie sehen.“

Am Telefon jedoch bevorzugt noch immer die große Mehrheit (68%) einen menschlichen Gesprächspartner. Vor allem im Call-Center kann es eine frustrierende Erfahrung sein, sich erst durch standardisierte Frageprotokolle arbeiten zu müssen, bevor man authentifiziert und zum Berater durchgestellt wird. Stimmbiometrie macht Schluss damit.

Weltweit authentifizieren sich heute bereits 300 Millionen Kunden von Telekommunikationsunternehmen, Banken und Versicherungen über ihren Stimmabdruck beim Anruf im Call Centern. Das Analystenhaus Opus Research sagt für 2020 bereits 600 Millionen Nutzer voraus. Auch in Deutschland können seit einigen Wochen die Kunden der Deutschen Telekom den Service SprachID nutzen und sich mit ihrer Stimme bei der Hotline anmelden. Anrufer benötigen weder Rechnungsnummern oder Zahlenkombinationen noch ein zusätzliches Gerät, wie etwa beim Fingerabdruckscan. Um noch mehr Sicherheit zu schaffen, nutzen Unternehmen neben der Sprache auch andere biometrische Merkmale ihrer Kunden, wie Gesichtserkennung bis hin zur Erfassung der individuellen Tippgeschwindigkeit von Computernutzern.

„Wir leben in den letzten Tagen der Passwortdominanz. Viele wählen der Bequemlichkeit halber einfache Zahlenkombinationen oder Phrasen, die sich auch leicht von Fremden oder simplen Tools erraten lassen“, fügt Heiner Kruessmann hinzu. „In Zukunft werden sich biometrische Verfahren als sicherere Lösungen durchsetzen. In Bereichen, in denen der Nutzer situationsbedingt spricht, wird die Stimmbiometrie weiter wachsen – etwa am Telefon oder in der Interaktion mit Software-Assistenten sowie im Smart Home.“

Die Pressemappe zum Thema Stimmbiometrie finden Sie [hier](#) und mehr Informationen auf der Nuance – Webseite sind [hier](#) zu finden.

Nuance Communications, Inc.

Nuance (NASDAQ: NUAN) ist Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI-Innovationen, die Intelligenz in die tägliche Arbeit und das tägliche Leben bringen. Der Marktführer liefert Lösungen, die die

menschliche Sprache verstehen, analysieren und darauf reagieren können, um die Produktivität zu steigern und die menschliche Intelligenz zu verstärken. Mit jahrzehntelanger Erfahrung in Domainwissen und künstlicher Intelligenz arbeitet Nuance mit Tausenden von Unternehmen zusammen, die in globalen Branchen wie Gesundheitswesen, Telekommunikation, Automobil, Finanzdienstleistungen und Einzelhandel tätig sind, um stärkere Beziehungen und bessere Erfahrungen für ihre Kunden und Mitarbeiter zu schaffen. Weitere Informationen finden Sie online unter www.nuance.de.

Markenrechtlicher Hinweis: Nuance und das Nuance-Logo sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der Nuance Communications, Inc. oder ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten von Amerika und/oder anderen Ländern. Alle anderen hier genannten Warenzeichen sind das Eigentum ihrer jeweiligen Eigentümer.

Ihr Pressekontakt:

Vanessa Richter
Nuance Communications
+32-9-239-8031
vanessa.richter@nuance.com

Karina Goderski
Hotwire für Nuance Communications
+49 69 25 66 93 67
NuanceGermany@hotwireglobal.com