

# **Identity Economy – Report**

---

## **Banken als ID-Dienstleister Skandinavien als Vorbild?**

**Autor: Ralf Keuper**

Oktober 2021

**INHALTSVERZEICHNIS**

EINLEITUNG..... 3

DAS SKANDINAVISCHES MODELL.....4

BankID in Schweden..... 4

BankID in Norwegen..... 5

NemID und MitID in Dänemark..... 7

TUPAS und FTN in Finnland..... 9

SKANDINAVIEN ALS VORBILD ? .....10

Kulturspezifische Aspekte..... 10

Schwach ausgeprägte Kooperationsbereitschaft der deutschen Banken ..... 11

Fehlende funktionsfähige Ökosysteme..... 12

SCHLUSSBETRACHTUNG.....13

## EINLEITUNG

Bei der digitalen Identifizierung spielen die Banken eher eine Nebenrolle. Es lassen sich daher nur wenige Beispiele nennen, wo es Banken gelungen ist, als ID-Dienstleister in Erscheinung zu treten, wie in den skandinavischen Ländern.

In den meisten Fällen weisen sich die Nutzerinnen und Nutzer im Internet mit ihren SocialLogin-Daten von facebook oder Google aus. Zwar erfüllt dieses Verfahren nicht das Sicherheitsniveau hoch oder substanziell – für die Internetkonzerne ist es jedoch ein Mittel, die Nutzerinnen und Nutzer (noch) näher an sich zu binden und offen gegenüber weiteren Angeboten im Bereich der digitalen Identifizierung zu halten. Inzwischen sind Apple und Google dabei, Lösungen für die Hinterlegung hoheitlicher Ausweisdokumente bzw. der darin enthaltenen Identitätsinformationen auf ihren Smartphones zu entwickeln. Marktbeobachter gehen davon aus, dass die Zukunft der digitalen Identifizierung zu weiten Teilen geräte- bzw. hardwarebasiert ist. Dazu zählen nicht nur Smartphones, sondern auch SIM-Karten und Computerchips der neuen Generation. Neben den Internetkonzernen sind es daher die Telekommunikationsunternehmen, die sich bei der digitalen Identifizierung in Stellung bringen.

Eine nicht zu unterschätzende Rolle übernehmen Standards. Wer sie definiert und als allgemeinen Maßstab durchsetzt, dem gehört der Markt. Eine wachsende Anzahl von Banken setzt große Hoffnungen auf Selbstbestimmte Digitale Identitäten und der ihnen zugrunde liegenden Standards. In diesem Szenario könnten sie die Rollen des Herausgebers und Verifizierers übernehmen. Weiterhin bestünde die Möglichkeit, die bei den Banken im Rahmen ihrer KYC-Prozesse gewonnenen Identitätsdaten für die Identifizierung und Authentifizierung der Nutzerinnen und Nutzer zu verwenden. Ganz abgesehen davon kann die Verbreitung des digitalen Zentralbankgeldes dafür sorgen, dass die Rolle der Banken bei der Identifizierung aufgewertet wird. Abzuwarten bleibt, welchen Weg facebook mit Novi einschlagen wird.

Ob die Banken sich als ID-Dienstleister etablieren, hängt auch davon ab, inwieweit es ihnen gelingt, die Kosten für die Unterhaltung der dazu nötigen Infrastruktur durch zusätzliche Services zu decken. Als mahndendes Beispiel kann diesbezüglich die schleppende Verbreitung des online-Bezahlverfahrens paydirekt dienen. Die Annahme, die Zahlungsabwicklung verursache nur Kosten, wurde durch Apple Pay, Alipay, WeChat und andere widerlegt. Der Bezahlvorgang mit seinen zahlreichen „Touching Points“ ist ein zentrales Element für den Erfolg der digitalen Ökosysteme.

Die Digitale Identifizierung ermöglicht in der vernetzten Wirtschaft überdies eine Reihe neuer Geschäftsmodelle, wovon die Identifizierung natürlicher Personen nur ein Teil ist. Nicht minder wichtig ist die Identifizierung juristischer und technischer Personen wie überhaupt von Maschinen, Geräten, Prozessen und Komponenten.

Der vorliegende Identity Economy-Report ist der Auftakt einer mehrteiligen Serie. Er geht der Frage nach, was die deutschen Banken von dem „Skandinavischen Modell“ lernen können, wenn sie die Rolle der ID-Dienstleister übernehmen wollen.