



STUDIE VON NUANCE:

# Konsument:innen wollen digitale Kanäle und eine menschliche Note

e-Book



# Inhalt

## Hintergrund

- Vorwort
- Unternehmen müssen die Identifikation sicherer und komfortabler gestalten
- In anderen Ländern herrscht mehr Offenheit gegenüber der Digitalisierung

## Resultate

- Digitaler Aufschwung
- Beschleunigte Veränderungen
- Gestiegenes Vertrauen
- Positive Erfahrungen
- Einfluss schlechter Passwörter
- Das Ende von PINs und Passwörtern
- Biometrie zur Betrugsprävention

## Nach Ländern



# Hintergrund

Die Herausforderungen des vergangenen Jahres förderten den Einsatz digitaler Kanäle, unabhängig ob es sich um Kunden oder Patienten handelt. Unsere aktuelle Studie, durchgeführt von OnePoll in elf Ländern von den USA bis Australien, beleuchtet die Einstellung der Menschen zu digitalen Technologien - und findet eine Welt, die bereit ist für intelligente, schnelle und sichere Kundenlebnisse.

OnePoll ist ein Marktforschungsunternehmen, das sich auf Online- und mobile Umfragen spezialisiert hat. Es ist Mitglied der ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) und alle OnePoll-Mitarbeitenden sind Mitglieder der MRS (Market Research Society), was bedeutet, dass alle Forschungsprojekte auf die Einhaltung des MRS-Verhaltenskodex geprüft werden.





49%

*49 Prozent der deutschen Befragten wollen in Zukunft stärker digital mit Unternehmen kommunizieren, gleichzeitig bleibt die Interaktion mit „echten“ Menschen ein wichtiger Faktor im Kundenservice.*

\*Methodik der Studie: Die von Nuance Communications in Auftrag gegebene Online-Umfrage wurde von OnePoll zwischen dem 21. April und 7. Mai 2021 durchgeführt. Befragt wurden 10.000 Verbraucher:Innen aus Australien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Mexiko, den Niederlanden, Schweden, Spanien und den USA. In Deutschland nahmen 1.000 Menschen an der Studie teil.

# Konsument:innen wollen digitale Kanäle und eine menschliche Note

**Aachen, 24. Juni 2021** – Eine neue internationale Studie\* von **Nuance** gibt Aufschluss darüber, was Kund:innen künftig von Marken erwarten: einen integrierten Ansatz, der verschiedene digitale Zugangspunkte zu Dienstleistungen und Produkten mit persönlicher Betreuung und Beratung verbindet.

So bestätigt unter den deutschen Teilnehmer:innen der Umfrage knapp die Hälfte (49 Prozent), dass sie auch nach Ende der COVID-19-Pandemie verstärkt über digitale Kanäle mit Unternehmen kommunizieren möchten. Schon jetzt nennen 30 Prozent der Befragten E-Mails als präferierten Kommunikationsweg, der damit knapp hinter persönlicher Interaktion (32 Prozent) folgt. Die meistgenannten Gründe für die jeweils gewählte Methode sind Schnelligkeit und Bequemlichkeit. Aber auch die Möglichkeit, mit einem „echten“ Menschen zu sprechen wird als dritthäufigste Antwort genannt und hat einen hohen Stellenwert. Gleichzeitig wollen allerdings zwei aus fünf (40 Prozent) der Befragten in Zukunft eher Firmen-Webseiten oder Apps nutzen, um Aufgaben wie Bankgeschäfte oder Einkäufe zu erledigen, anstatt dafür eine Filiale aufzusuchen.

Daraus ergeben sich Herausforderungen für Unternehmen, die einerseits ihre Geschäfte stärker online abwickeln wollen, um zukunftsfähig zu bleiben und andererseits weiterhin Möglichkeiten für den persönlichen Kundenservice anbieten müssen.

# Unternehmen müssen die Identifikation sicherer und komfortabler gestalten

Durch die Verlagerung vieler Angebote und Dienstleistungen in den digitalen Raum während der Pandemie ist das Vertrauen der Verbraucher:innen in Technologien gestiegen und mehr als ein Drittel (34 Prozent) fühlt sich heute wohler dabei, über das Smartphone auf Konten zuzugreifen. Dabei werden häufig noch Passwörter oder PINs für die Authentifizierung genutzt – die Methode, der in Deutschland die meisten Befragten (32 Prozent) vertrauen. Jedoch können Kriminelle sich solche Zugangsdaten leicht im Dark Web beschaffen und großen Schaden anrichten, zumal jede vierte Person (25 Prozent) nur ein bis drei verschiedene Passwörter oder Passwortvariationen für alle Konten verwendet.

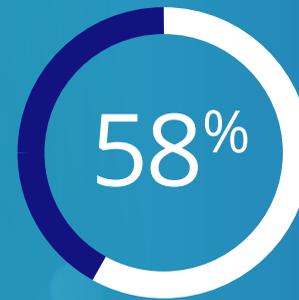
Unternehmen sollten deshalb auf Multifaktor-Methoden zurückgreifen, die zur Identifizierung biometrische Merkmale nutzen wie beispielsweise einen Finger- oder auch Stimmabdruck. Ein weiterer Vorteil hierbei ist, ein wesentlich höheres Maß an Komfort und Geschwindigkeit. Kund:innen müssen sich keine langen Kundennummern und komplizierte Passwörter merken, sondern können ihre Anliegen schnell klären oder Transaktionen abschließen. Fast die Hälfte (45 Prozent) der Befragten in Deutschland fühlt sich heute wohler dabei, persönliche Konten mithilfe biometrischer Eigenschaften zu authentifizieren als noch vor der Pandemie. Für ebenfalls 45 Prozent ist die biometrische Identifikation, durch Stimme, Gesicht, Fingerabdruck, Verhalten oder eine Kombination aus diesen Merkmalen, bereits heute schon die Methode, der sie am meisten vertrauen.

# In anderen Ländern herrscht mehr Offenheit gegenüber der Digitalisierung

Im internationalen Vergleich zeigt sich allerdings auch, dass die deutschen Teilnehmer:innen neuen technologischen Möglichkeiten häufig noch zögerlicher gegenüberstehen als Befragte aus anderen Ländern: Während in Deutschland 31 Prozent zustimmten, dass sie heute digitalen Zugängen zu Dienstleistungen, beispielsweise über ihr Smartphone mehr vertrauen als noch vor der Pandemie, beträgt dieser Wert auf globaler Ebene 46 Prozent. In den USA und Spanien bestätigen sogar mehr als die Hälfte (55 bzw. 51 Prozent) diese Aussage. Auch planen in den USA und in Schweden zwei Drittel (66 bzw. 65 Prozent) der Befragten sowie in Spanien und Italien jeweils 62 Prozent in Zukunft mehr digitale Interaktion nach Ende der Pandemie und damit wesentlich mehr als in Deutschland (49 Prozent).



# Digitale Interaktionen sind im Aufschwung



glauben, dass mehr Interaktionen mit Unternehmen über digitale Kanäle statt persönlich stattfinden werden, selbst nach einer Pandemie.

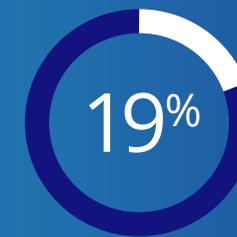
Wenn es um die Kommunikation mit Marken geht:



persönlich



E-Mail



Telefon



Text-Message,  
Live-Chat oder  
Chat-Bots

---

Auf die Frage, warum solche Kommunikationsmethoden bevorzugt werden, sind Bequemlichkeit (**42%**) und Schnelligkeit (**33%**) die am häufigsten genannten Gründe, dicht gefolgt vom Gespräch mit einem Menschen (**26%**)

---

# Die Pandemie beschleunigte Veränderungen

- Die Hälfte der Erwachsenen **(50%)** ist heute eher bereit, sich beim Zugriff auf Konten biometrisch zu authentifizieren als vor der Pandemie
- Fast gleich viele **(47%)** nutzen lieber ihre Smartphones, um auf ihre Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie.

Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.



■ Stimme ich sehr zu     
 ■ Stimme ich zu     
 ■ Weder noch  
■ Stimme ich weniger zu     
 ■ Stimme ich nicht zu

# Das Vertrauen in Digital war noch nie so groß

**38%** Zwei von fünf Erwachsenen vertrauen einer Form der biometrischen Authentifizierung (entweder Stimme, Gesicht, Fingerabdruck, Verhalten oder Kombinationen davon)

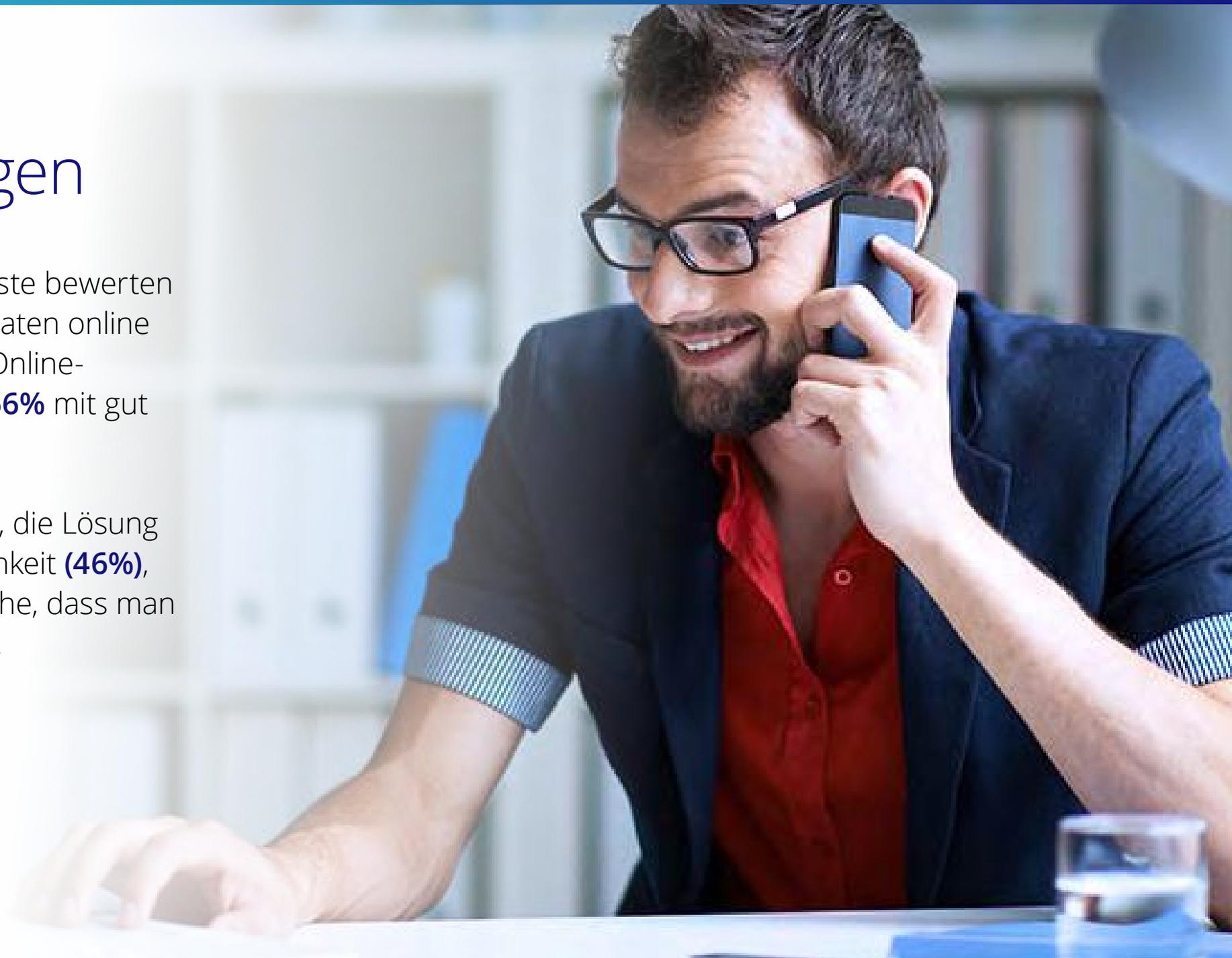
**51%** Würden lieber Apps oder die Website eines Unternehmens nutzen, um Aufgaben wie Einkaufen und Bankgeschäfte zu erledigen, als eine Filiale oder ein Geschäft aufzusuchen



# Ausgelöst durch positive Erfahrungen

Auf die Frage, wie sie die Kundendienste bewerten würden, die sie in den letzten 12 Monaten online statt In-Person genutzt haben, z. B. Online-Banking oder -Einkauf, antworteten **66%** mit gut oder ausgezeichnet.

Die wichtigsten Gründe dafür waren, die Lösung von Problemen (**48%**), die Bequemlichkeit (**46%**), die Schnelligkeit (**45%**) und die Tatsache, dass man das Haus nicht verlassen muss (**44%**).



# Schlechte Passwörter fördern Betrug



Ein Fünftel (1/5) der befragten Erwachsenen wurden in den letzten 12 Monaten Opfer von Betrug

## Schlechte Passwörter fördern diese Situation:

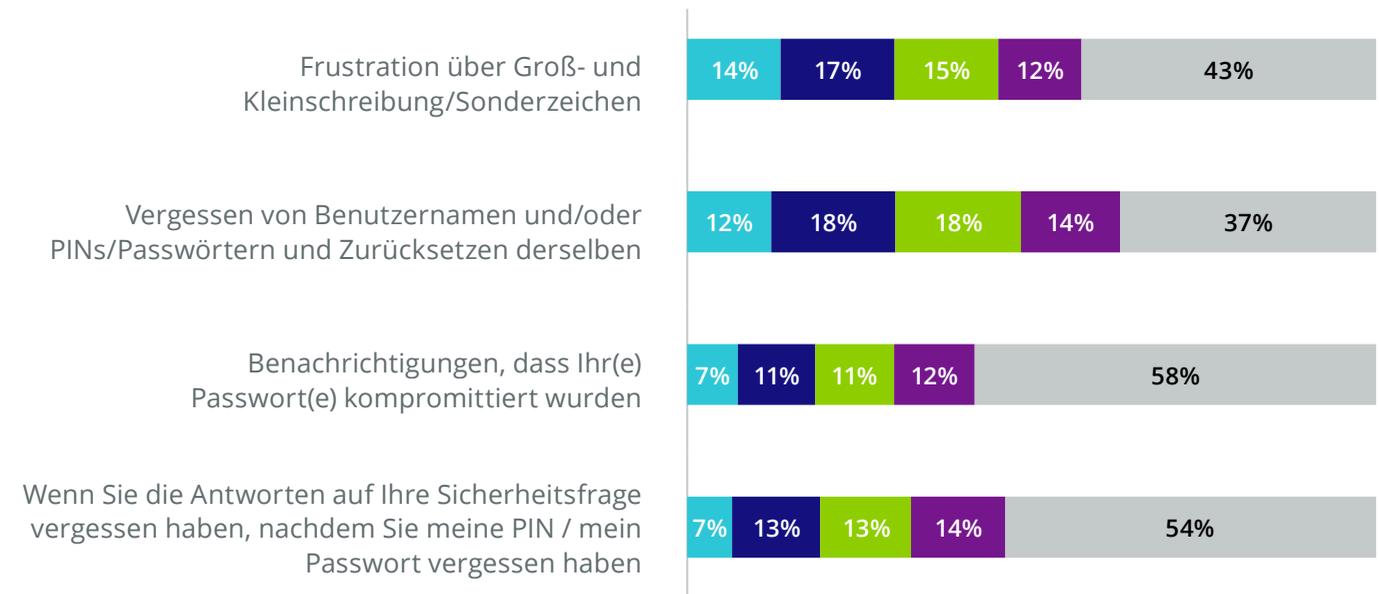
- Knapp ein Viertel (**24%**) versucht, für jede Website unterschiedliche Passwörter zu verwenden.
- Jeder Fünfte (**21%**) hat zwei oder drei verschiedene Passwörter und wechselt zwischen ihnen oder ähnlichen Variationen.
- Mehr als einer von 10 (**11%**) wählt für fast alles das gleiche Passwort unabhängig von der Sicherheit oder Einzigartigkeit.
- Nur **18%** folgen den Vorgaben für "Passwortsicherheit" und wählen die stärkste Option

# Haben PINs und Passwörter ausgedient?

→ Obwohl die Multi-Faktor-Authentifizierung **(27 %)** und PINs und/oder Passwörter **(24%)** immer noch als die vertrauenswürdigsten Formen der Authentifizierung genannt werden, sind die Verbraucher alles andere als zufrieden.

→ Verlässt man sich auf PINs/Passwörter, passiert das Folgende mindestens einmal im Monat:

- Frustration mit Groß- und Kleinschreibung / Sonderzeichen **(31%)**
- Vergessen von Benutzernamen und/oder PINs/Passwörtern und Zurücksetzen derselben **(30%)**
- Benachrichtigungen, dass Ihr(e) Passwort(e) kompromittiert wurden **(18%)**



# Biometrie ist gut positioniert, um Betrug zu bekämpfen

50%

Die Hälfte der Erwachsenen nutzt heute eher als vor der Pandemie biometrische Daten, um sich beim Zugriff auf Konten zu authentifizieren.

38%

Zwei von fünf Erwachsenen vertrauen einer Form der biometrischen Authentifizierung (entweder Stimme, Gesicht, Fingerabdruck, Verhalten oder Kombinationen davon).



# Die Resultate im Detail



1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

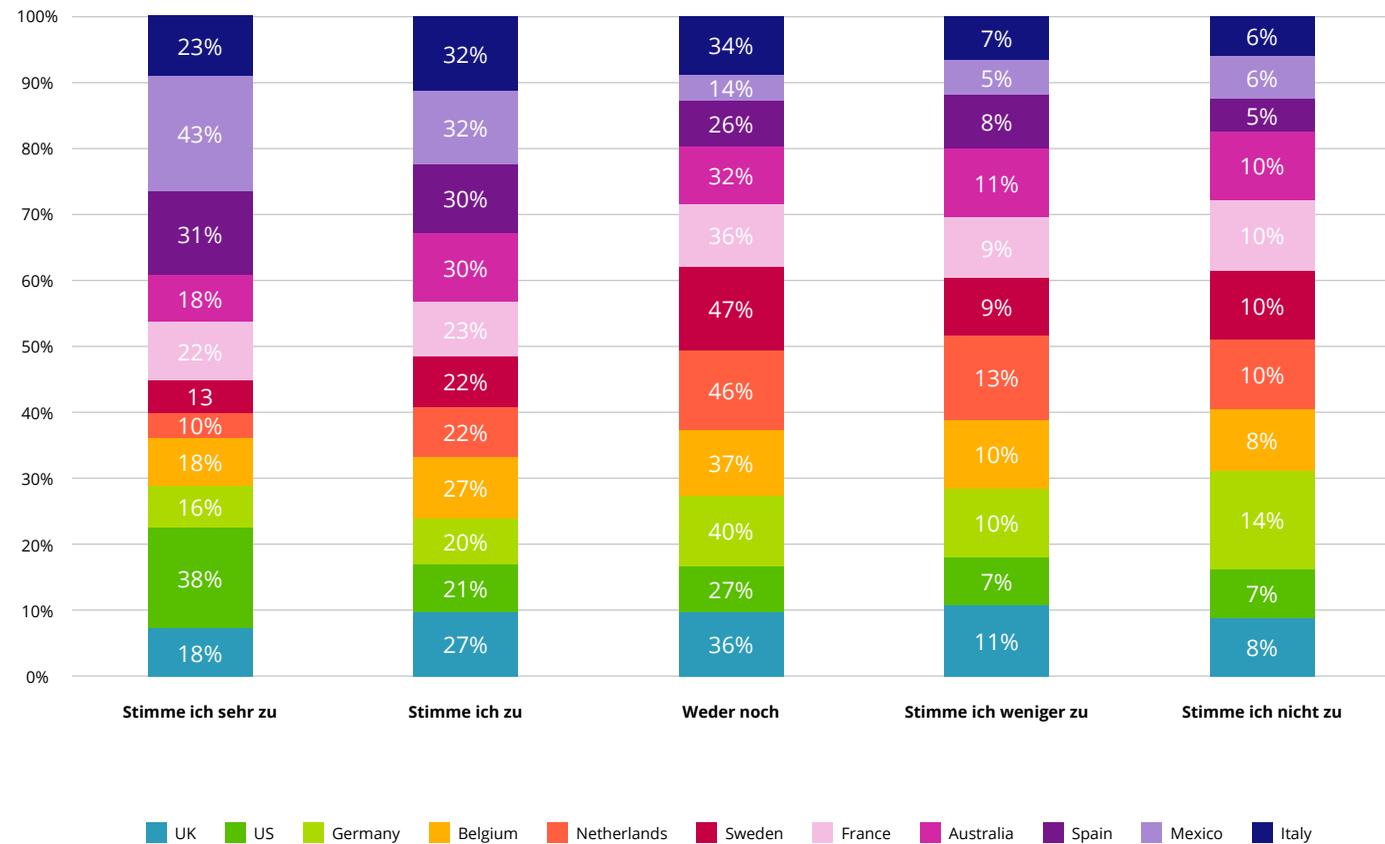
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.



1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

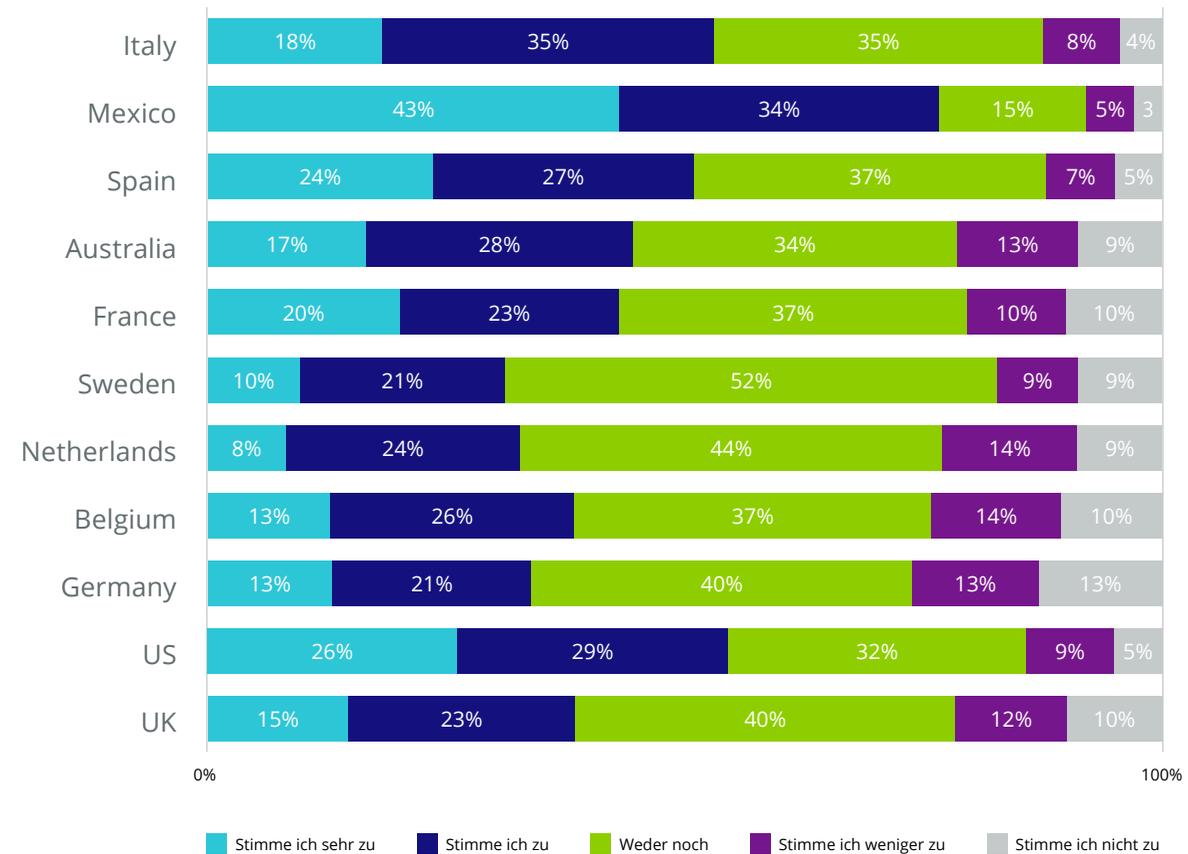
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie.



1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

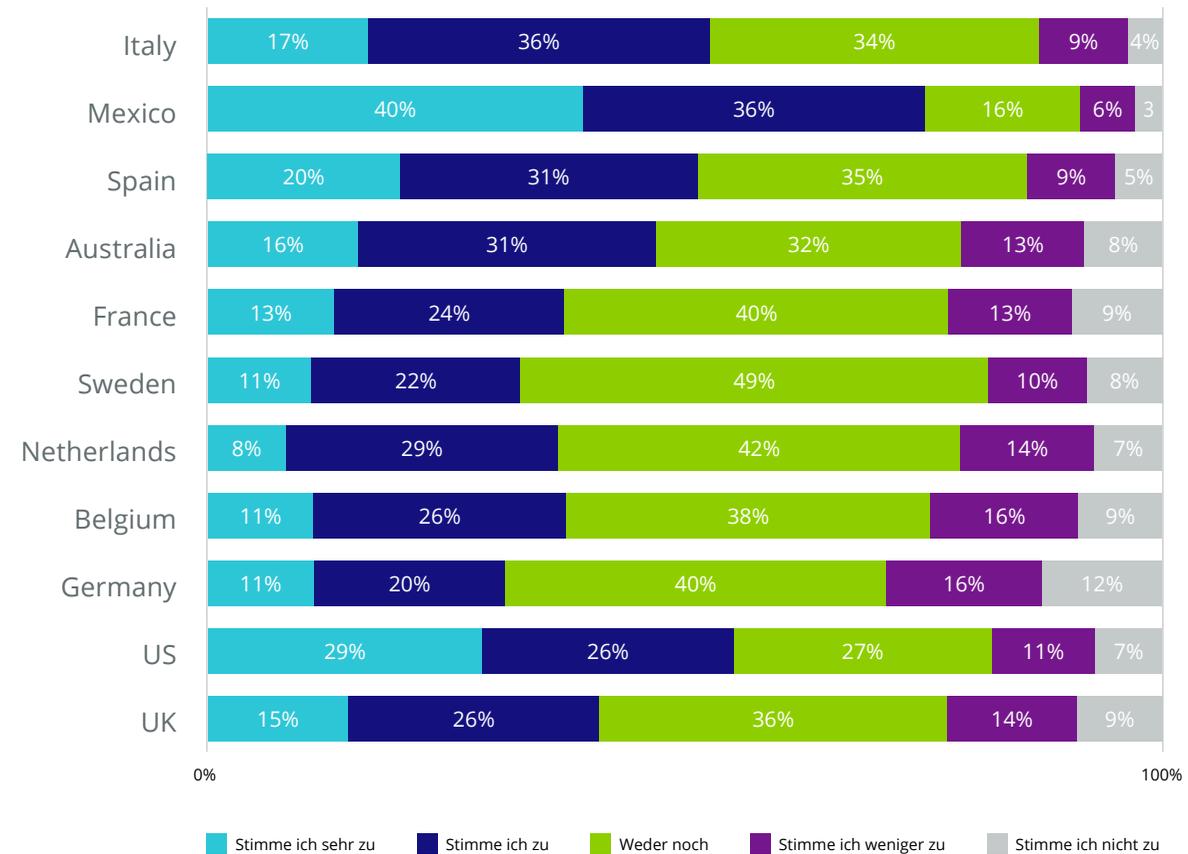
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden).



1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

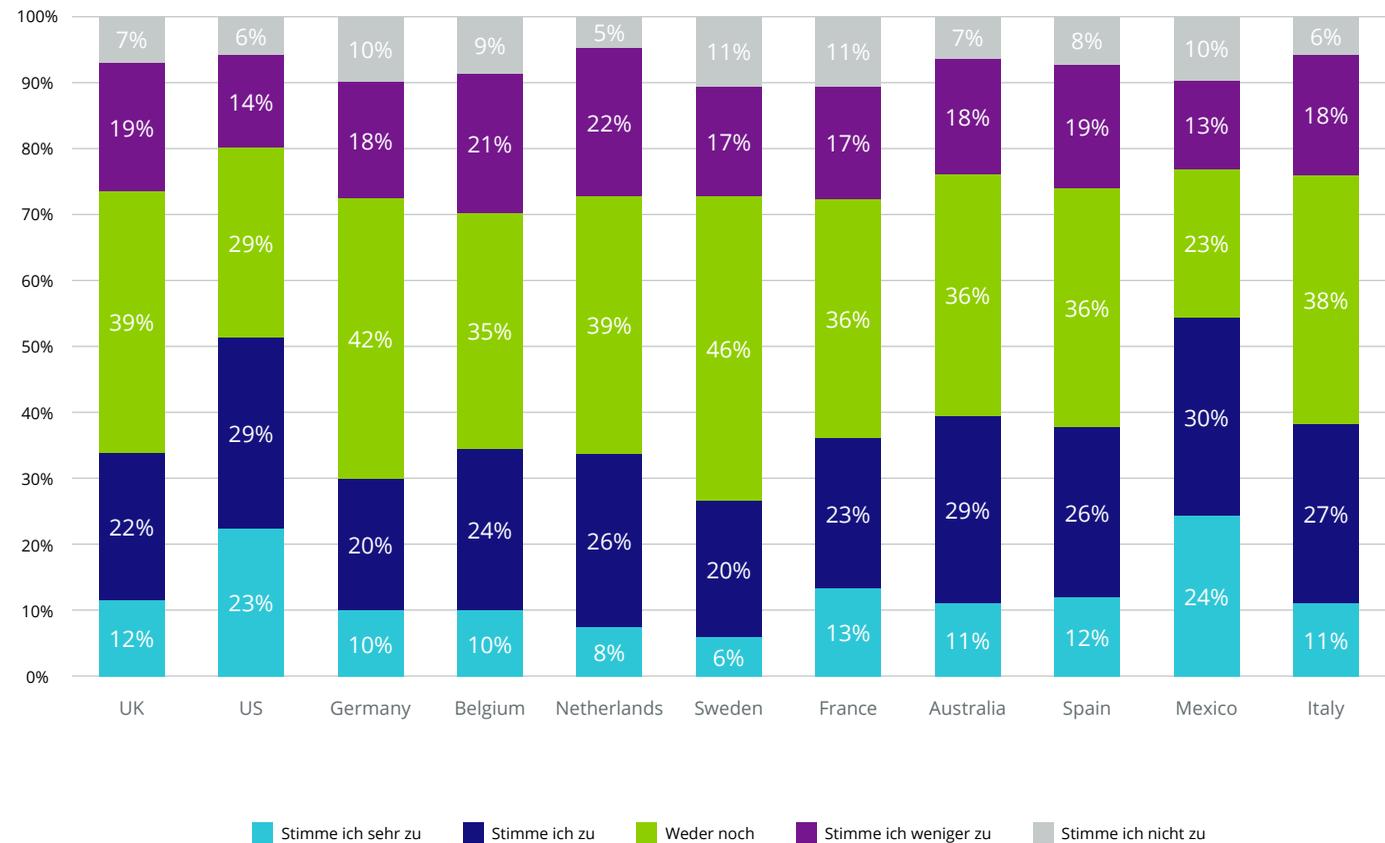
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.



■ Stimme ich sehr zu   
 ■ Stimme ich zu   
 ■ Weder noch   
 ■ Stimme ich weniger zu   
 ■ Stimme ich nicht zu

1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

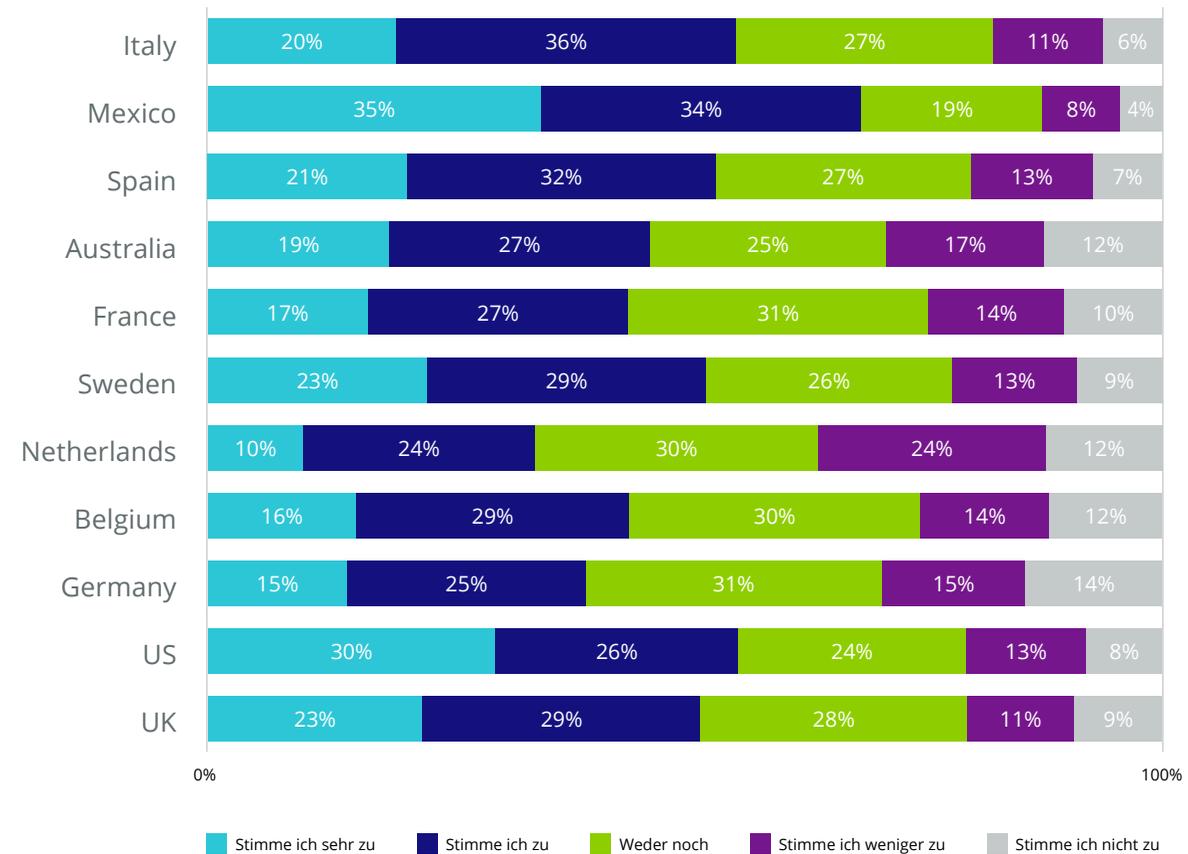
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.



1 Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu oder nicht zu? In dieser Umfrage beziehen wir uns durchgehend auf biometrische Technologie. Unter Biometrie verstehen wir eine Technologie, die Sie als Kunden oder Nutzer anhand Ihrer eigenen einzigartigen Merkmale.

Ich vertraue heute mehr auf biometrische Lösungen, – wie Fingerprint, Gesichts-, Stimm- oder Verhaltensbiometrie – um mich zu authentifizieren.

Ich nutze mein Smartphone heute mehr, um auf Konten zuzugreifen, als noch vor der Pandemie

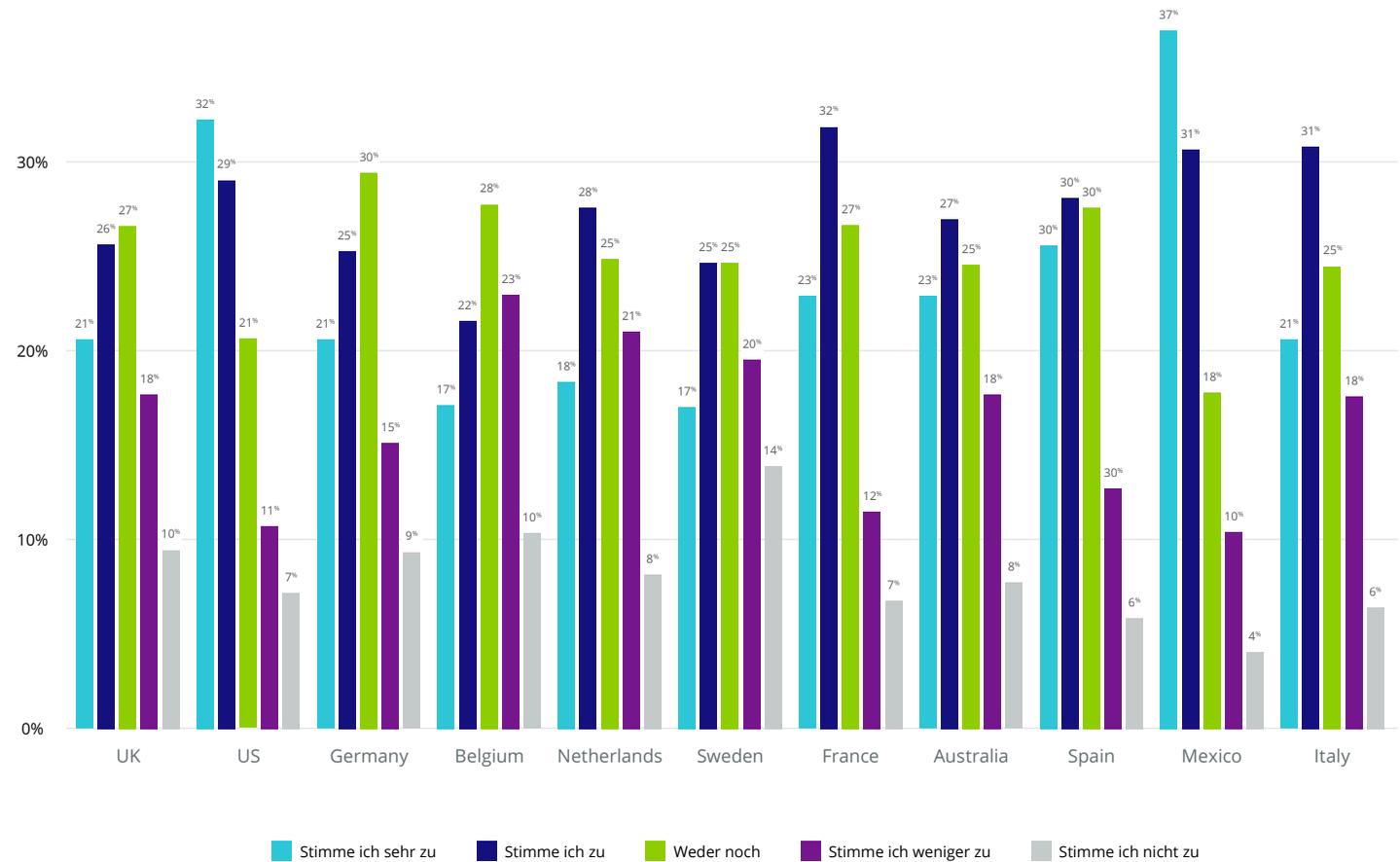
Ich nutze heute vermehrt Smartphones oder digitale Kanäle, um verschiedene Services zu nutzen (z.B. Banken/Telko/Handel/Behörden)

Mein Vertrauen in die Sicherheit von Passwörtern und PINs ist in den letzten 12 Monaten gesunken.

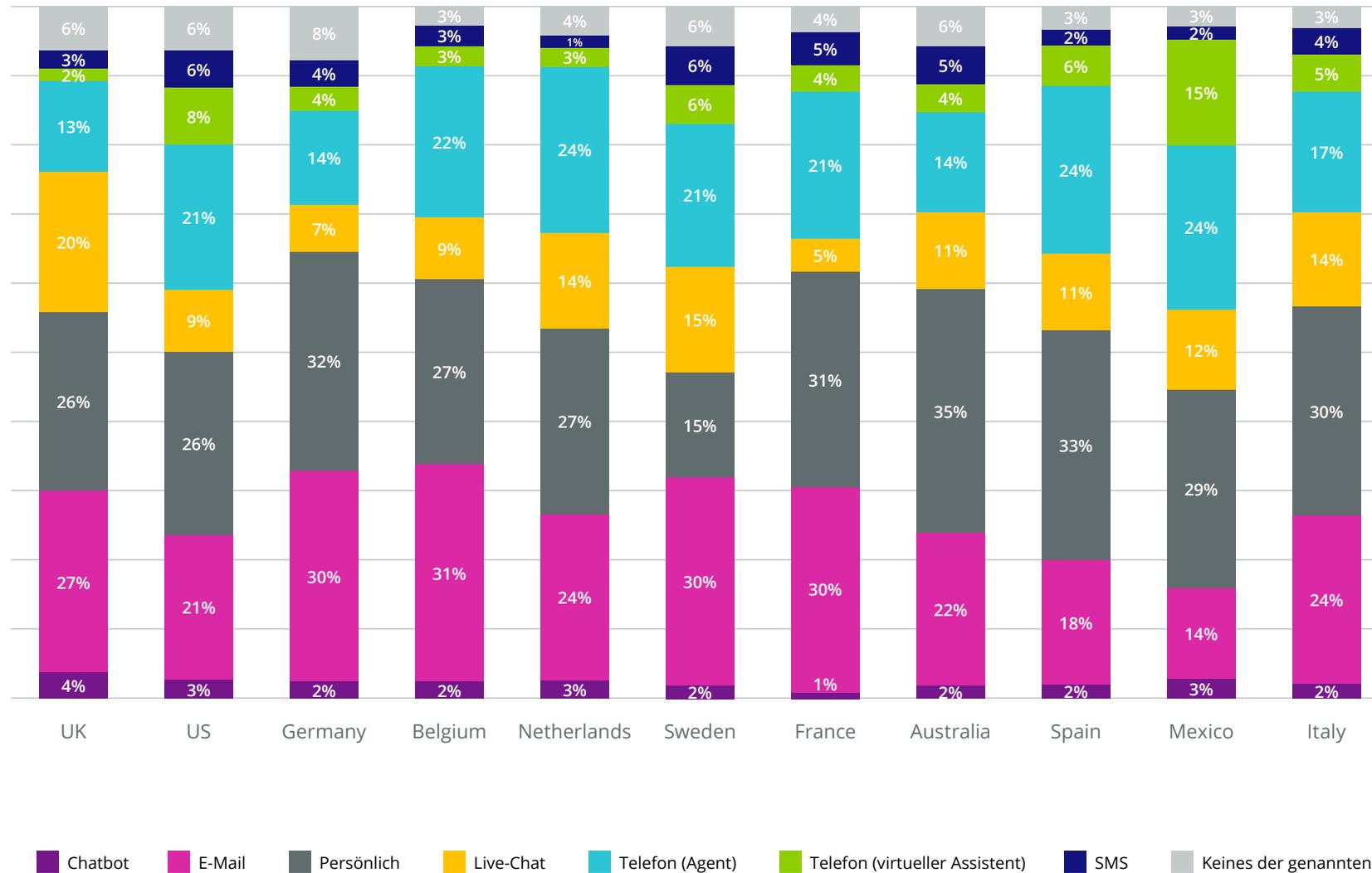
Ich verwende lieber Apps oder Websites, um z.B. einzukaufen oder Banktransaktionen durchzuführen, statt in Filialen zu gehen.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

Wenn ich eine Frage habe, bevorzuge ich das Telefon, statt SMS, E-Mail, Live-Chat, etc.

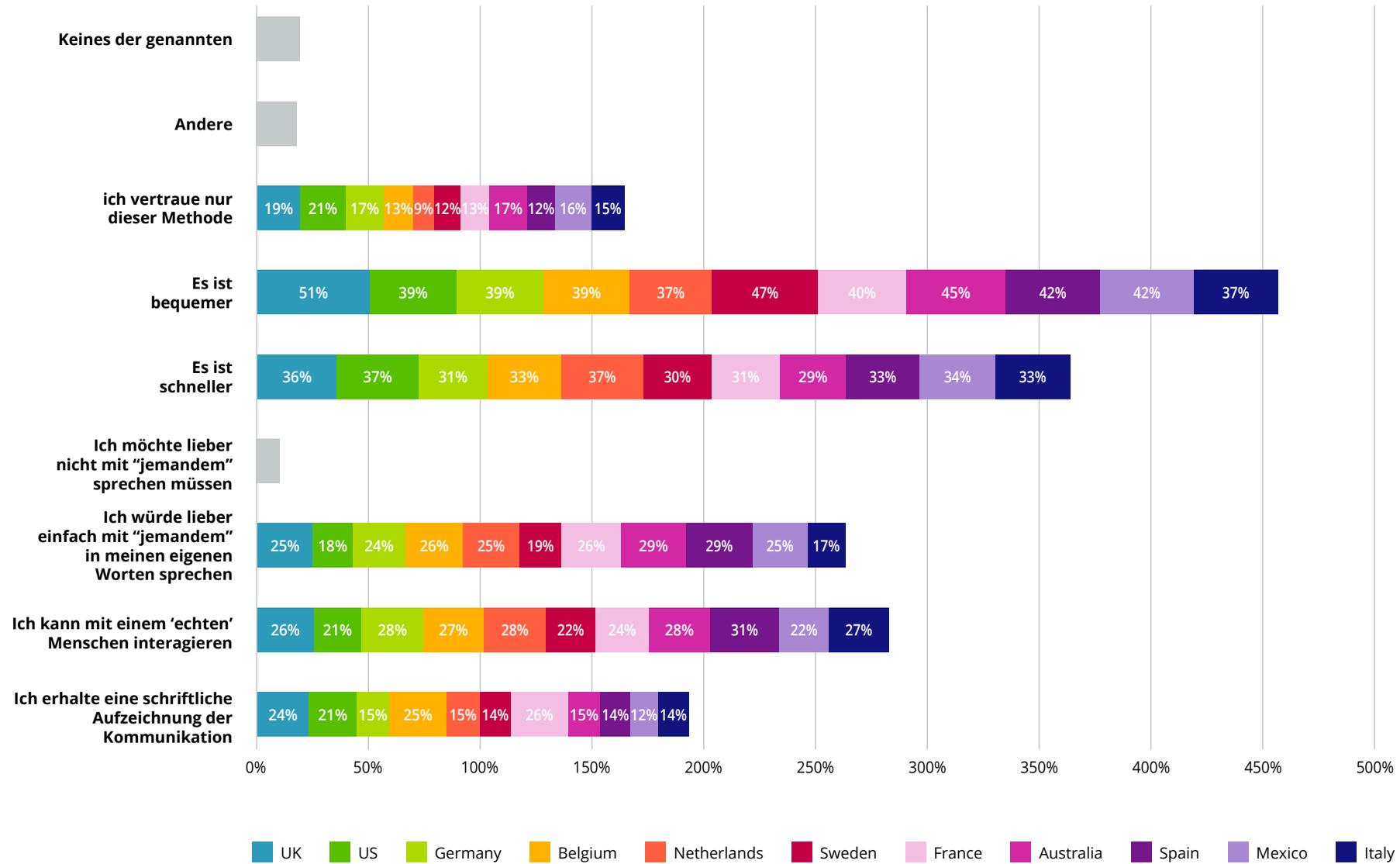


## Welche Art der Kommunikation bevorzugen Sie für Online-Shopping oder Bankgeschäfte?



# 3

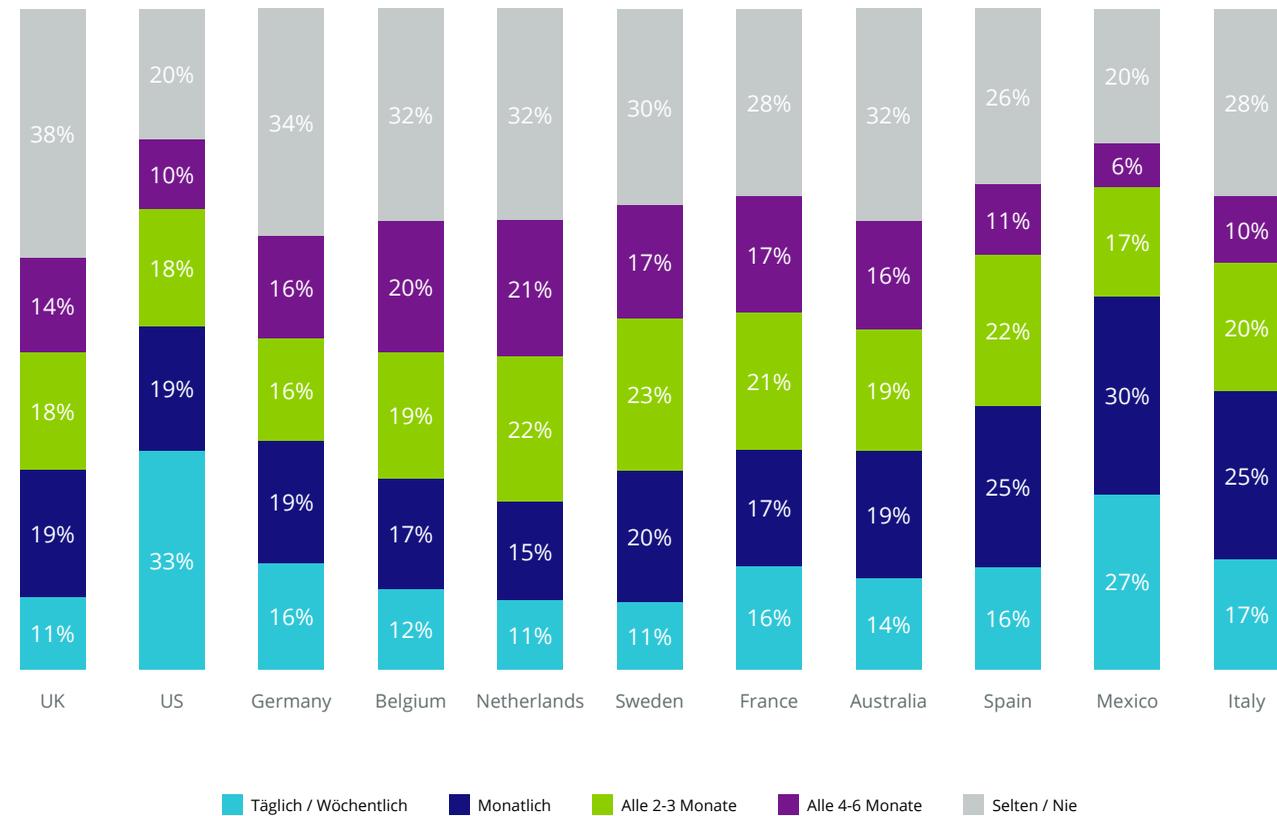
## Warum bevorzugen Sie diese Art der Kommunikation?



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent

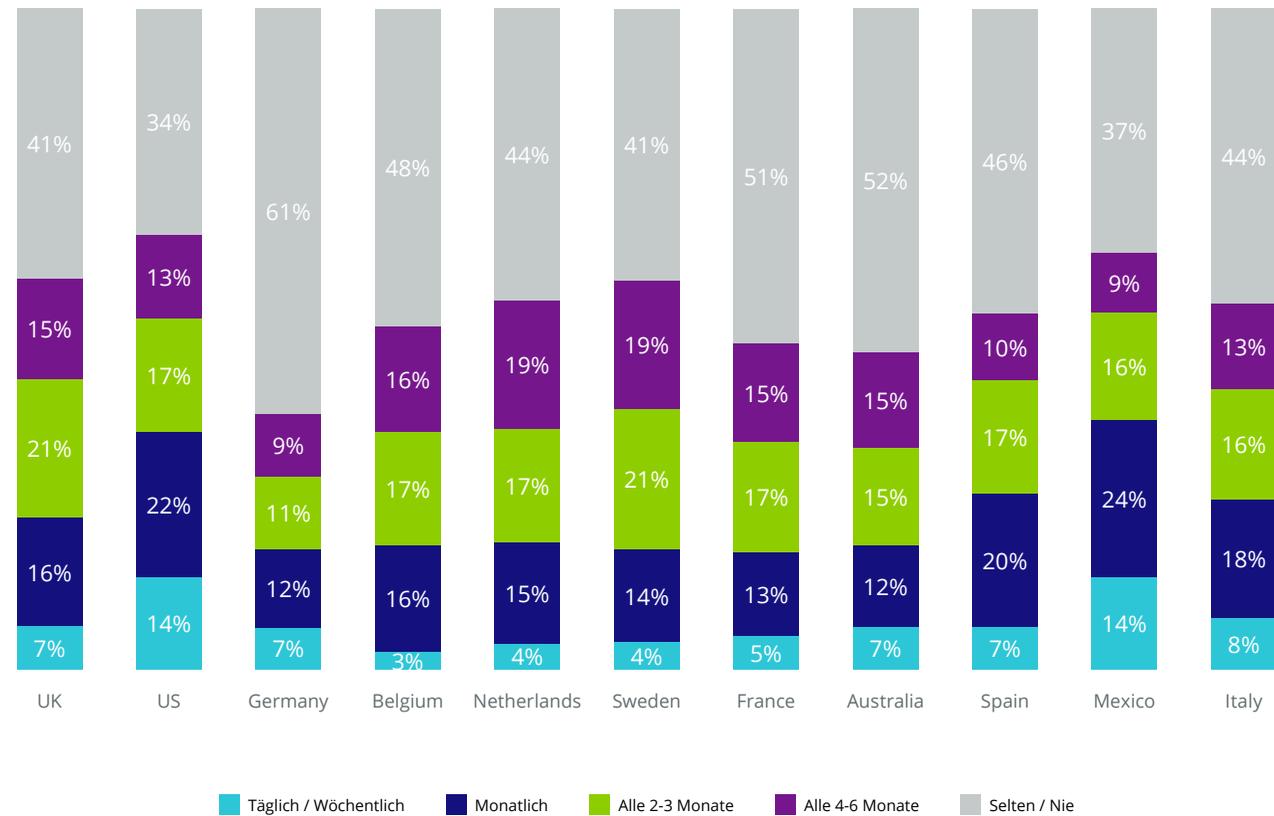
### TELEFON (AGENT)



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten**
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent

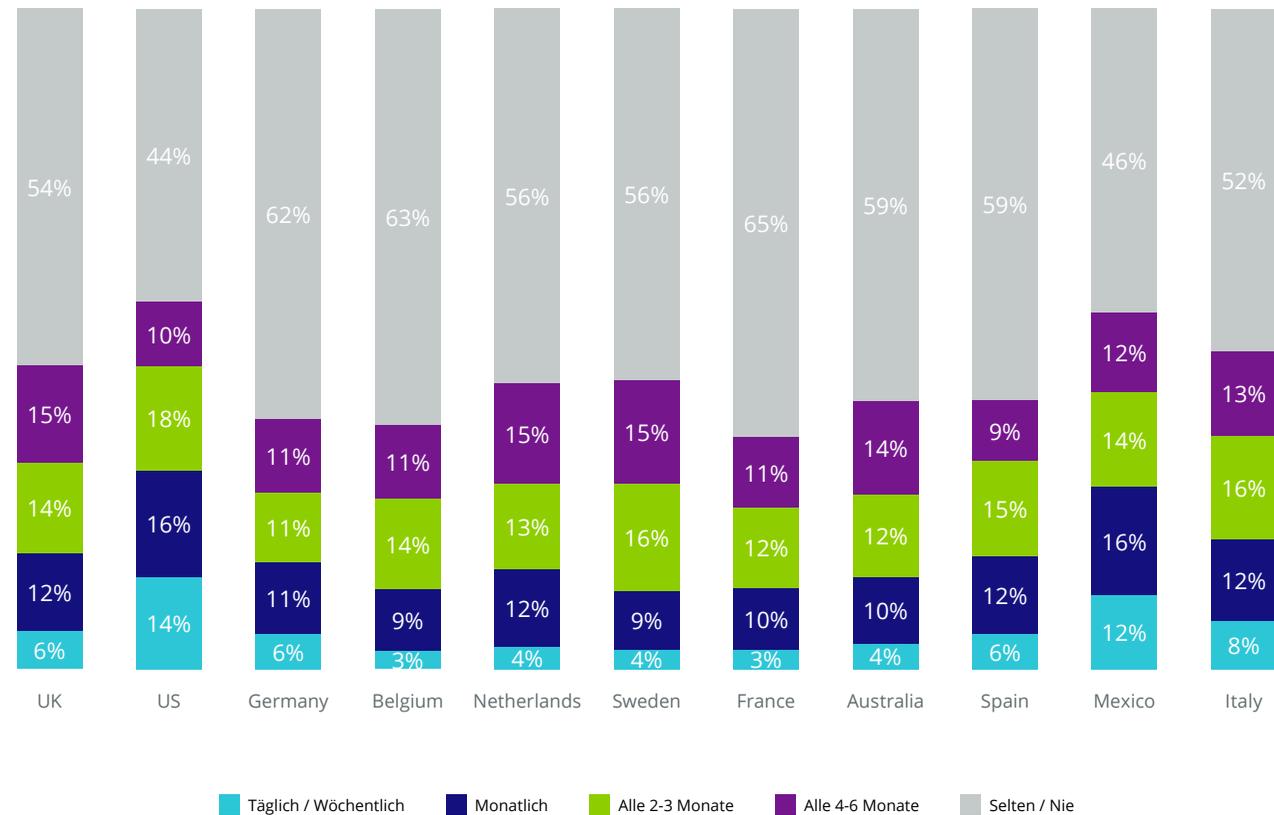
### LIVE-CHAT MIT EINEM AGENTEN



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)**
- E-Mail
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent

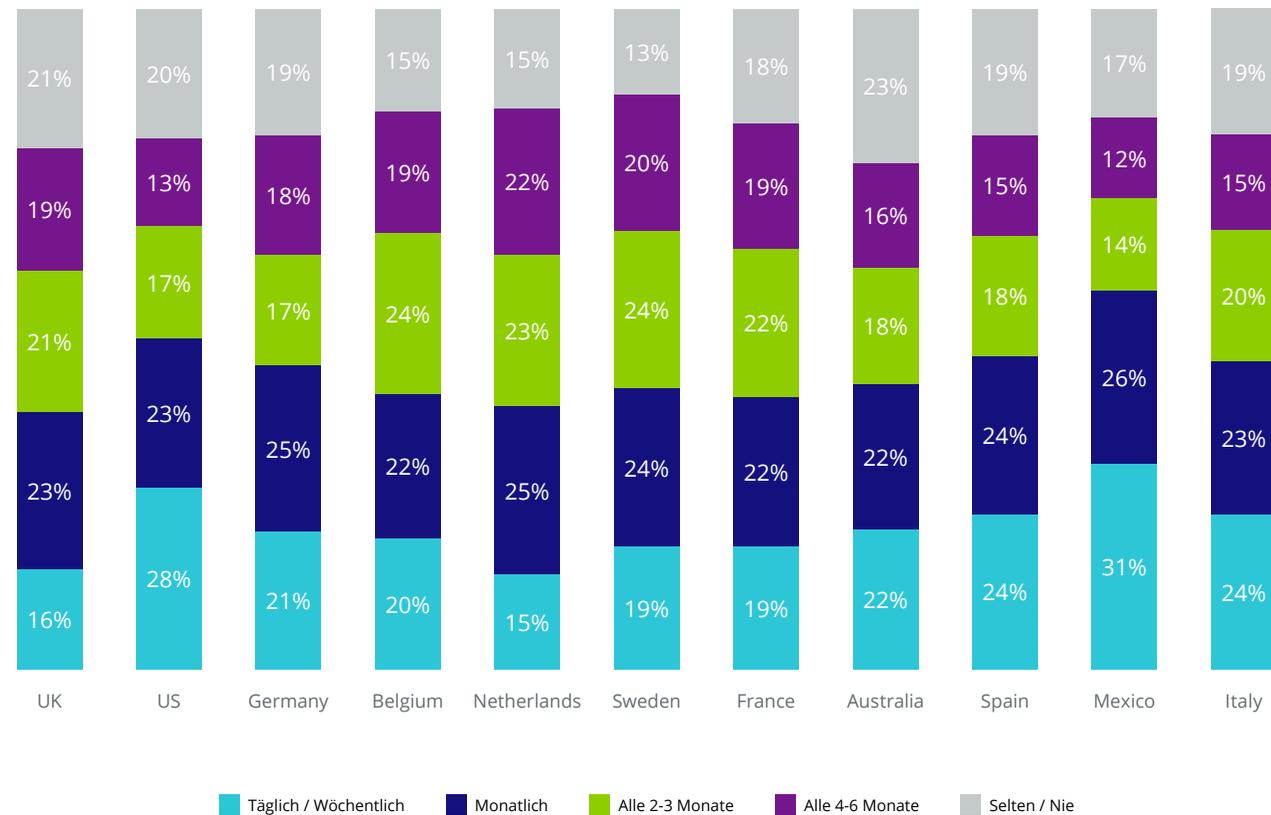
### CHATBOT (LIVE-CHAT MIT EINEM AI-BOT)



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail**
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent

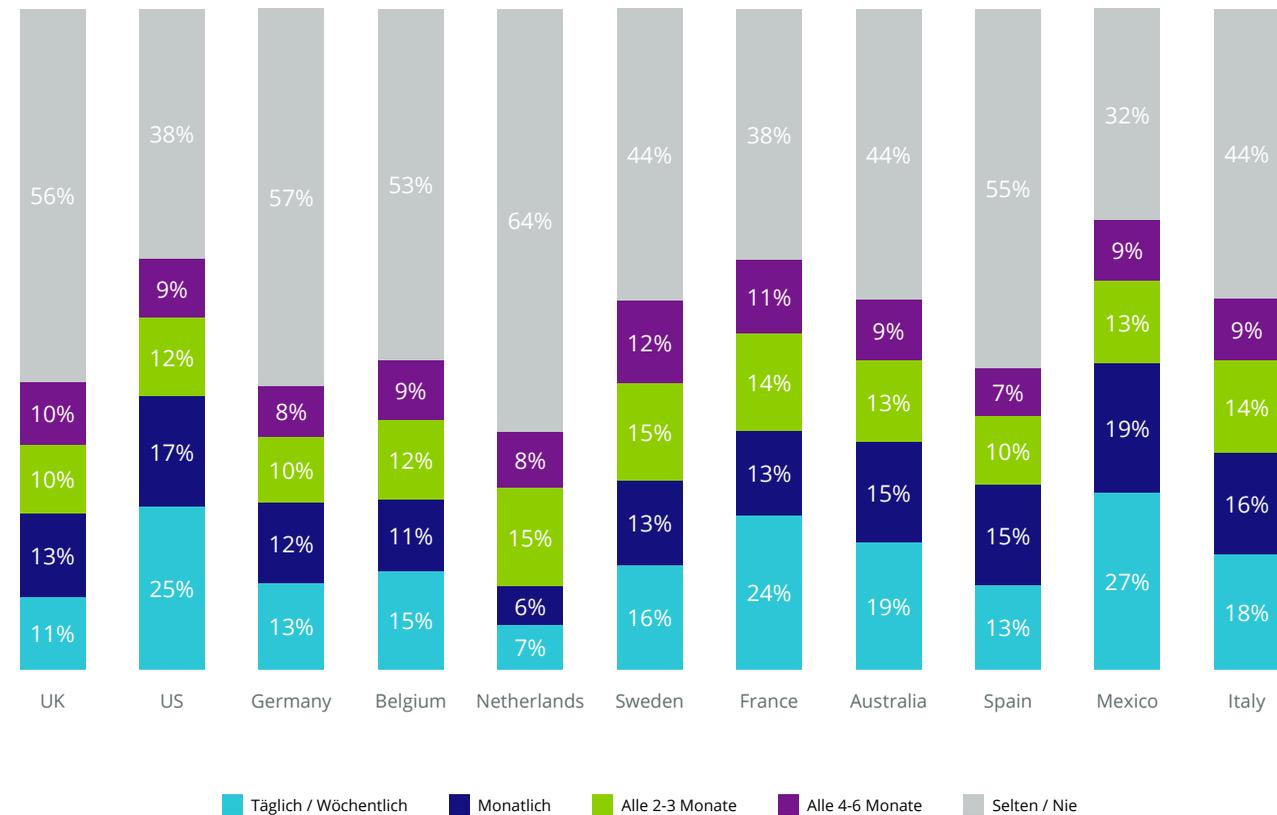
### E-MAIL



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent

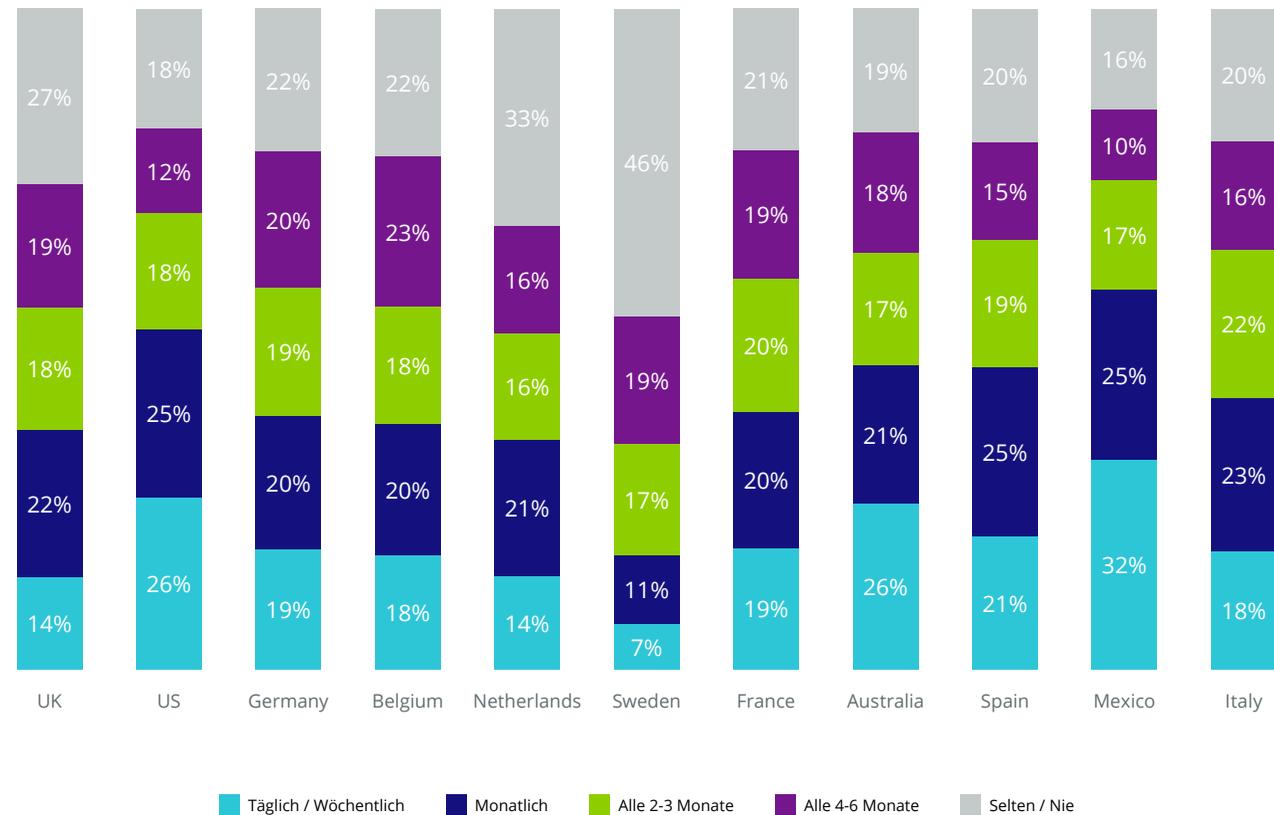
### SMS



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail
- SMS
- Persönlich**
- Sprachassistent

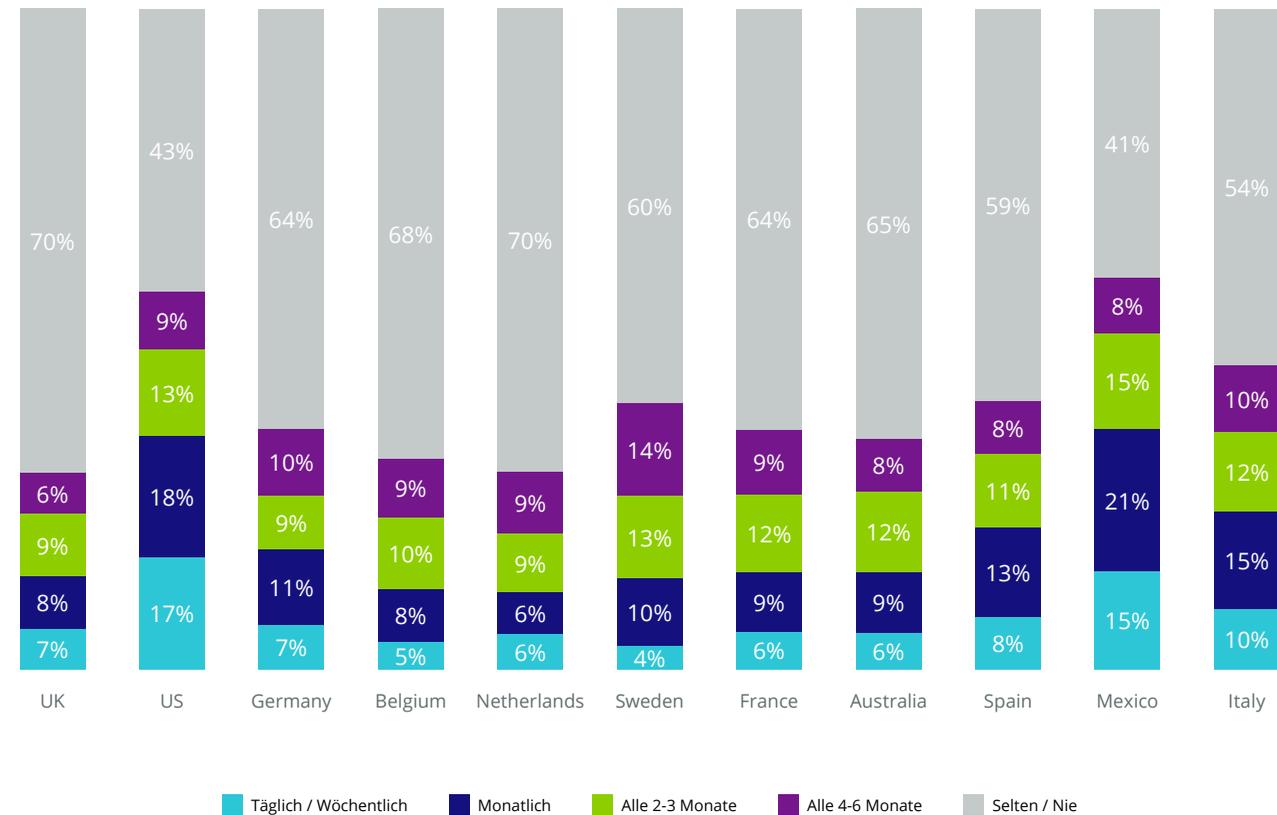
### PERSÖNLICH



4 Wie oft nutzen Sie normalerweise die unten aufgeführten Methoden, um mit einem Unternehmen (z. B. einem Einzelhandelsgeschäft, bei dem Sie einkaufen, Ihrer Bank, Ihrem Breitband-/Mobilfunk-/Versorgungsanbieter) in Kontakt zu treten, bei der Sie ein Konto haben?

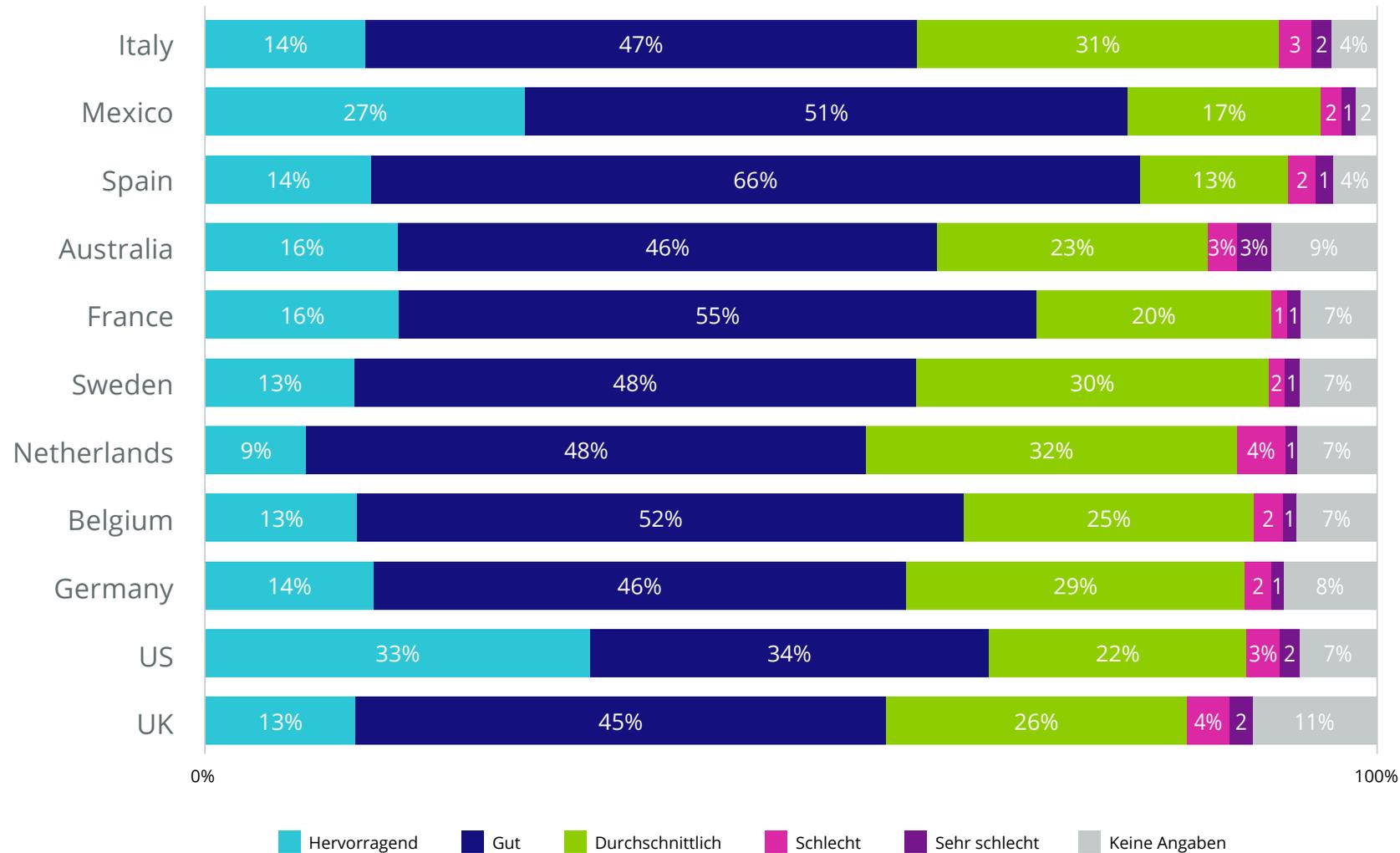
- Telefon (Agent)
- Live-Chat mit einem Agenten
- Chatbot (Live-Chat mit einem AI-Bot)
- E-Mail
- SMS
- Persönlich
- Sprachassistent**

### SPRACHASSISTENT



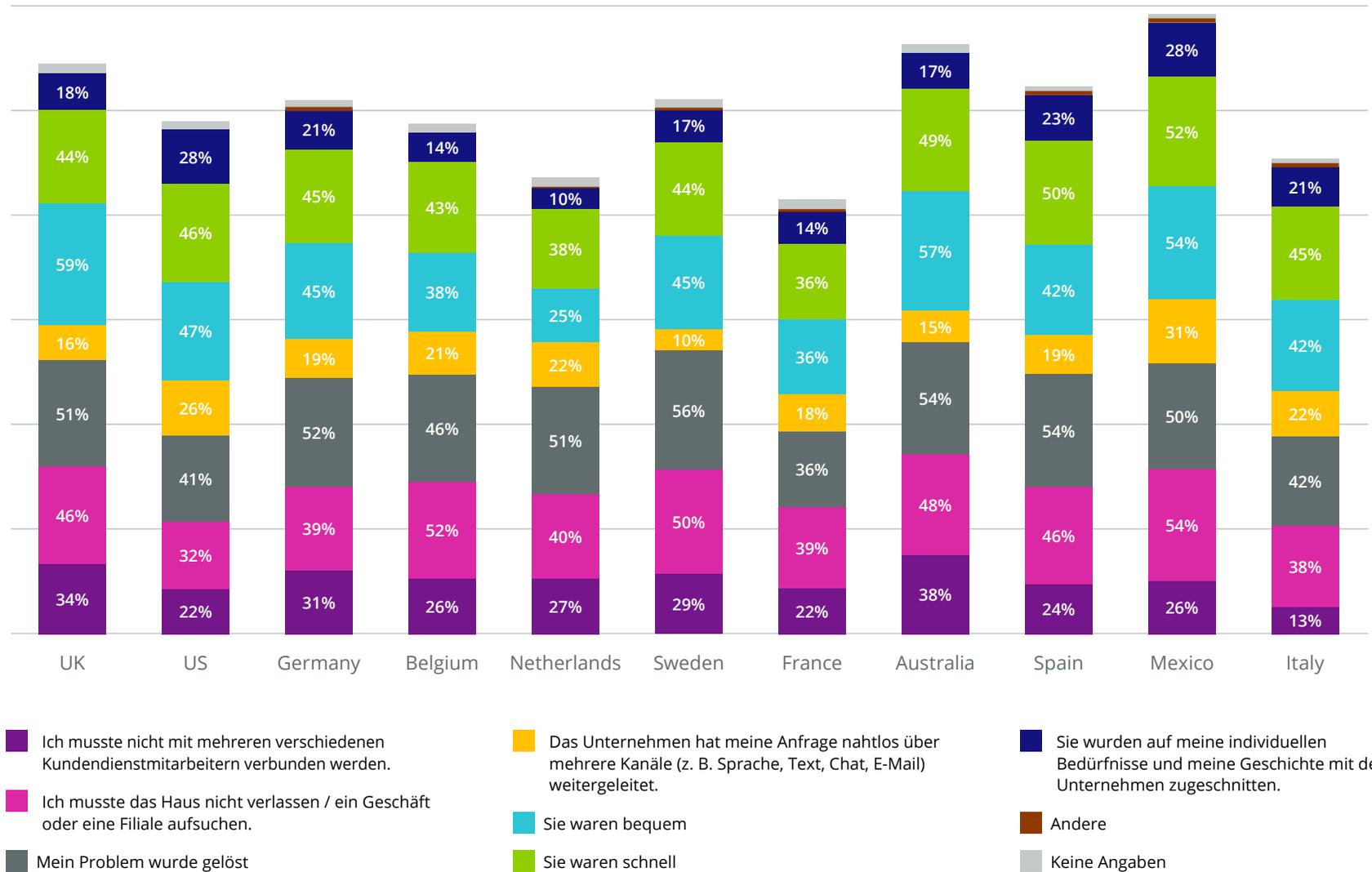
# 5

Wenn Sie an die Dienstleistungen denken, die Sie in den letzten 12 Monaten online in Anspruch genommen haben und die Sie vielleicht vorher persönlich in Anspruch genommen haben (z. B. Online-Banking, Einkaufen), wie würden Sie den digitalen Kundenservice, z. B. Telefon- und Webservices, bewerten?



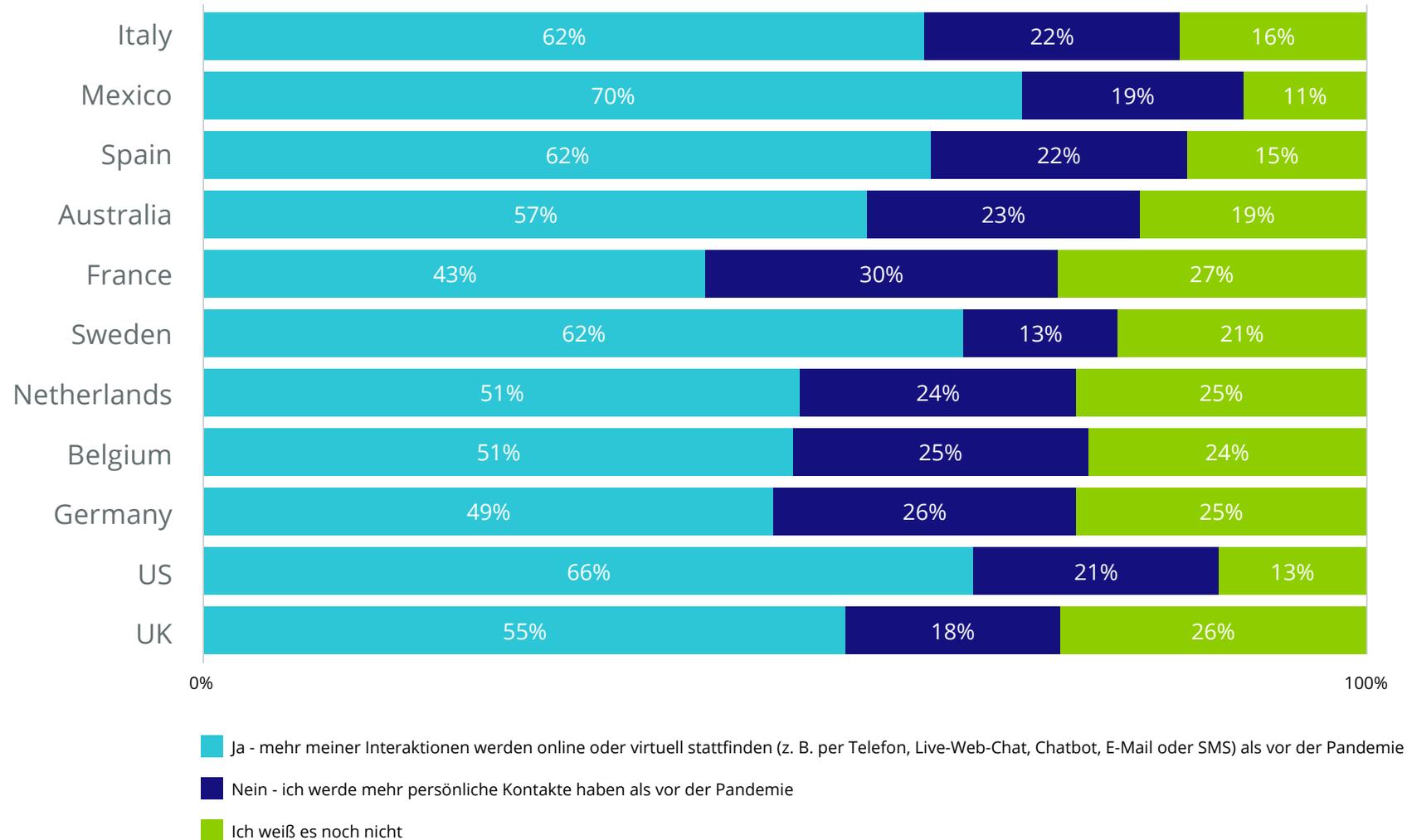
# 6

## Was hat diese Erfahrungen positiv gemacht? Wählen Sie alle zutreffenden Angaben aus.



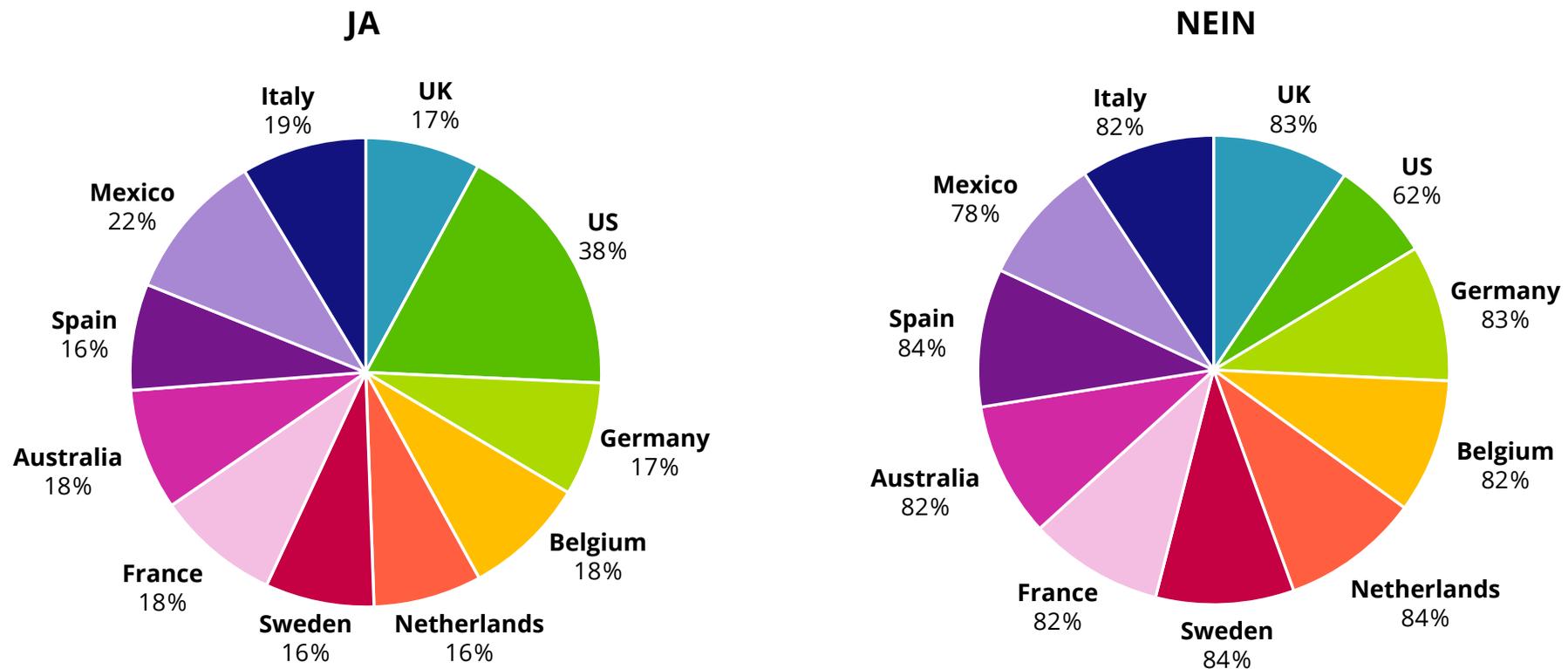
7

Werden Sie nach der Pandemie hauptsächlich online/virtuell (z. B. per Telefon, Live-Web-Chat, Chatbot, E-Mail oder SMS) mit Unternehmen (Einzelhandelsmarken, Banken, Telekommunikationsanbietern, Gesundheitsdienstleistern) interagieren?

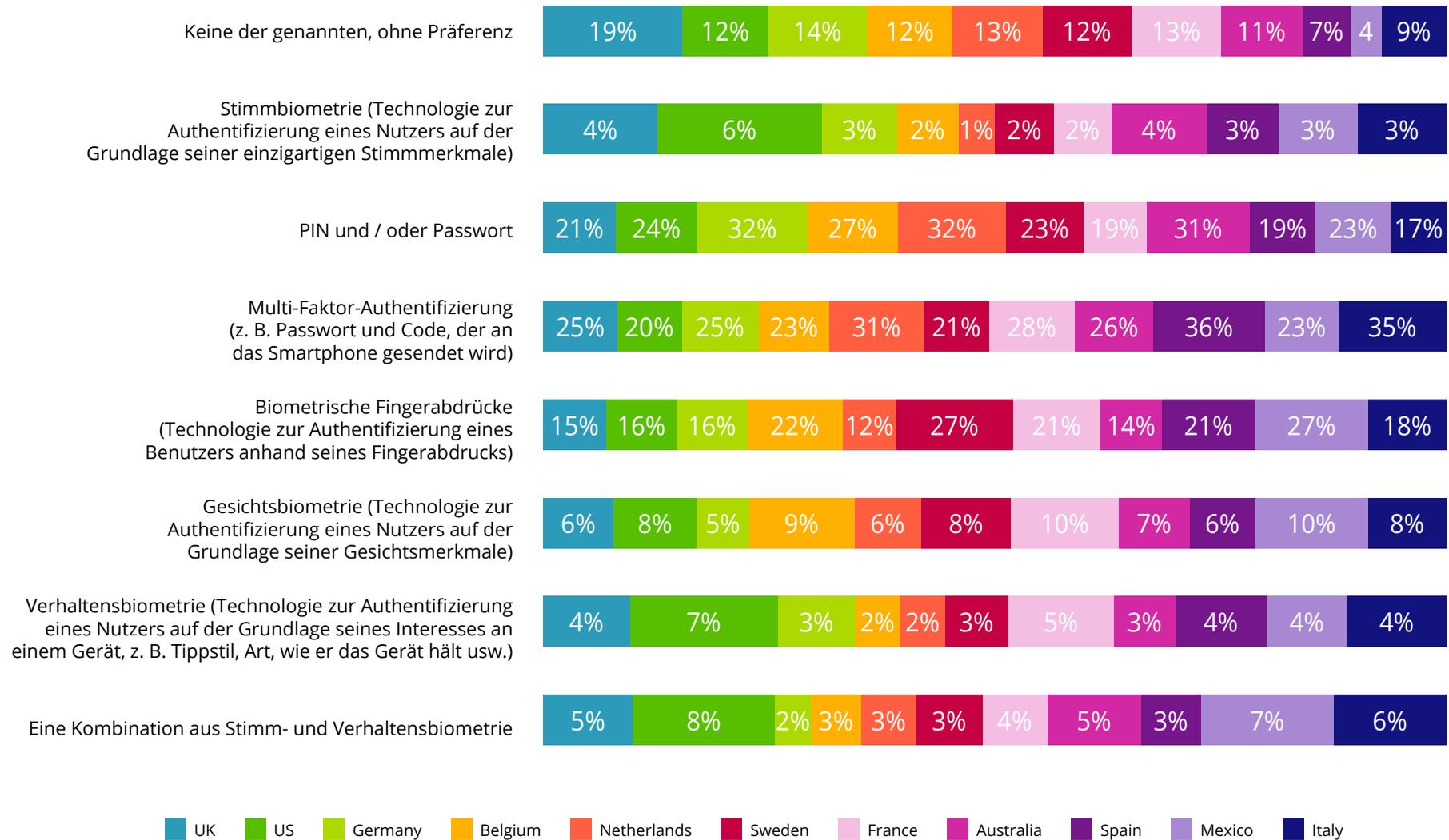


8

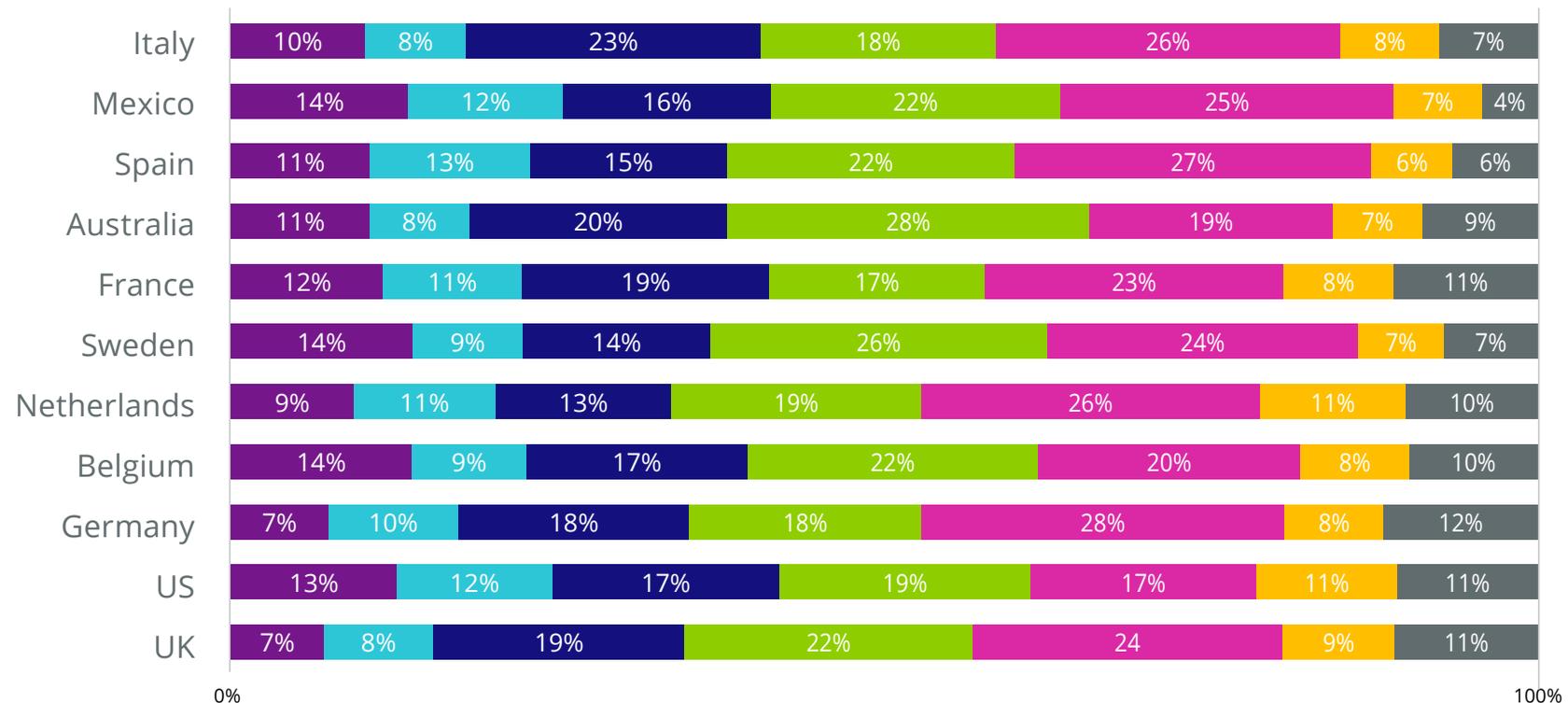
Sind Sie in den letzten 12 Monaten Opfer eines Ihnen bekannten Betrugs geworden  
(in Form von Diebstahl von Geldbeträgen von Ihren Bankkonten, Zugriff auf Ihre Konten in den sozialen Medien oder einer anderen Form des digitalen Betrugs)?



## Welcher der folgenden Formen der Authentifizierung vertrauen Sie am meisten?



Wenn Sie sich für ein Passwort entscheiden, welche der folgenden Angaben spiegelt die Gründe für Ihre Wahl am besten wider?



- Ich wähle für fast alles das gleiche Passwort, unabhängig von der "Stärke" / wahrscheinlichen Einzigartigkeit
- Ich wähle die von meinem Browser/Smartphone-Passwortmanager empfohlenen sicheren Passwörter
- Ich folge den Empfehlung für die Passwortstärke und wähle nur dann etwas aus, wenn es als die stärkste Option bestätigt wird.
- Ich habe etwa zwei oder drei verschiedene Passwörter und wechsele zwischen ihnen oder ähnlichen Variationen von ihnen hin und her.
- Ich versuche, für jede Website oder Marke, mit der ich interagiere, ein anderes Passwort zu verwenden.
- Ich verwende einen Passwortmanager
- Keine der genannten

# Referenzen, Whitepaper und mehr über Nuance

Besuchen uns auf [www.nuance.de/enterprise](http://www.nuance.de/enterprise)  
und entdecken Sie die gesamte Welt der  
Conversational AI und Contact Center AI.



---

#### Über Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications, Inc. (NASDAQ: NUAN) ist Technologie-Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI für alle Arbeits- und Lebensbereiche. 85 Prozent aller Fortune-100 Unternehmen weltweit und 90 Prozent der Krankenhäuser in den USA vertrauen Nuance als Full-Service-Partner. Wir liefern intuitive Lösungen mit dem Ziel die menschliche Intelligenz zu bereichern sowie Produktivität und Sicherheit zu erhöhen.

ENT\_4519\_01\_EB, Dec 2021