

manager-magazin.de, 13.12.2004, 11:13 Uhr
<http://www.manager-magazin.de/it/artikel/0,2828,332170,00.html>

DIGITALE SIGNATUR

Sicher, aber unpopulär

Von Marleen Jacobs

Obwohl der Gesetzgeber seit mehreren Jahren den Einsatz der digitalen Signatur fördert, kommt die elektronische Unterschrift weiterhin bei Nutzern nicht an. Die Hoffnung wollen die Entwickler der digitalen Signatur dennoch nicht aufgeben. Vor dem Hintergrund der Internetkriminalität könnte das sichere Zertifizierungsverfahren wieder aktuell werden.

Hamburg - Die digitale Signatur könnte dazu beitragen, das alltägliche Leben einfacher, sicherer und komfortabler zu gestalten: Keine zeitraubenden Behördengänge mehr, höhere Sicherheit im Internethandel und die Möglichkeit, Bank- und Versicherungsdaten bequem über das Internet einzusehen und zu ändern.

Aber das Verfahren stößt nur auf wenig Interesse, obwohl es bereits seit 1997 vom Gesetzgeber gefördert wird. Seit 2001 ist im so genannten Signaturgesetz gesetzlich festgelegt, dass durch eine zertifizierte digitale Unterschrift ein elektronisches Dokument Rechtsgültigkeit erlangt.

Die digitale Signatur bietet den Vorteil, dass Absender und Empfänger von elektronischen Daten eindeutig identifiziert werden können. Wer die digitale Unterschrift nutzen will, muss sich dafür bei einer Zertifizierungsstelle (Trust Center), wie beispielsweise der S-Trust des Deutschen Sparkassen Verlags, mit seinem Personalausweis registrieren lassen. Daraufhin erhält er ein einmaliges digitales Schlüsselpaar.



Digitale Signatur:
 Unternehmen scheuen die Kosten

Digitale Signatur scheitert am Henne-Ei-Problem

Das System gilt als sicher, dennoch nutzen momentan nur etwa 5 Prozent der Internetanwender die digitale Signatur. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit weit zurück. "Die Konsumenten sehen zurzeit keinen zusätzlichen Nutzen in der Anschaffung einer Chipkarte und eines Kartenlesegerätes, denn Bestellungen über das Internet bei seriösen Firmen funktionieren normalerweise", stellt Udo Schaper, Unternehmensberater bei Mummert Consulting, auf einer Veranstaltung des "Hightech Presseclub" zum Thema "Digitale Signatur" fest.

Letztendlich hat das geringe Interesse der Konsumenten dazu geführt, dass sich nur wenige Unternehmen in diesem Segment engagieren. Somit steigt wiederum der Bekanntheitsgrad des Produkts nicht. Die digitale Signatur scheitert bisher also an dem typischen Henne-Ei-Problem.

Einsatz derzeit nur innerhalb der Unternehmen sinnvoll

Um das Zertifizierungsverfahren populärer zu machen, versuchen die Trust Center deshalb nun, ihr Produkt innerhalb der Unternehmen unterzubringen. Denn mit Hilfe der digitalen Signatur können interne Prozesse optimiert werden. Wenn beispielsweise ein Dokument mehrere Entscheidungshierarchien innerhalb eines Unternehmens durchlaufen muss, könnte es mit Hilfe der elektronischen Unterschrift nach einer Legitimation einfach digital an den nächsten Entscheider weitergeleitet ohne extra ausgedruckt zu werden.

Auch die Unternehmensberatung Mummert Consulting rät ihren



Geschäftskunden dazu, die digitale Signatur vorerst nur intern einzusetzen und nicht im Internethandel mit Kunden. "Zurzeit haben Firmen kaum Vorteile davon, die Identifizierung ihrer Kunden im E-Commerce-Bereich über eine digitale Signatur vorzunehmen", sagt Berater Schaper. Denn die Einführung in den Internethandel sei noch zu teuer und zu aufwändig, und die Firmen verfügten meist über günstigere und einfachere Möglichkeiten, sich gegen Betrug abzusichern. Zudem sei auch die Nachfrage der Kunden einfach noch zu gering.

[M] DPA

Digitale Signatur: Sicher, aber nicht populär

Die Unternehmensberatung vertritt die Auffassung, dass das Identifizierungsverfahren zunächst in Unternehmen genutzt werden muss, bevor es sich bei den Endverbrauchern durchsetzen kann. Schließlich kämen darüber auch die Konsumenten, die in den Unternehmen arbeiten, vermehrt mit dem Verfahren in Kontakt, so dass ein neues Bewusstsein für die elektronische Unterschrift etabliert werden könnte.

Falsche Erwartungen

Alle Beteiligten haben anfangs falsche Erwartungen an die Akzeptanz der digitalen Signatur gestellt. "Wir sind davon ausgegangen, dass spätestens bis 2001 die breite Masse zertifizierte Chipkarten besitzt", sagt Andreas Ziska von dem Entwicklungsunternehmen D-Trust, einer Tochter der Bundesdruckerei.

Vor vier Jahren war die Deutsche Post das erste Unternehmen, das die elektronische Unterschrift auf den Markt brachte - trotz damals fehlender Rechtsgültigkeit. Der Konzern ging von "mehreren zehntausend Kunden" bis Ende 2000 aus und wollte 2004 die Gewinnschwelle überschreiten.

Die Hoffnungen der Post erfüllten sich allerdings nicht, so dass die Tochter Signtrust bereits zwei Jahre später kurz vor dem Aus stand. Nur aufgrund von drohenden Schadenersatzklagen der zehn verbliebenen Kunden musste die defizitäre Tochter weitergeführt werden.

Banken und Sparkassen warten auf staatliche Chipkarte

Mittlerweile ist die Diskussion um die digitale Signatur wieder aufgeflammt. Denn vor dem Hintergrund der immer wieder auftretenden Phishing-Attacken könnte sich die Einführung der digitalen Signatur vor allem für Banken und Sparkassen lohnen. Doch diese scheuen bislang die Kosten. Stattdessen hoffen sie auf die Bundesregierung und deren Pläne über die Einführung einer staatlich anerkannten Signaturkarte. Diese Chipkarte soll unter anderem den Personalausweis, Führerschein und Krankenkassenkarte ersetzen und könnte gleichzeitig auch mit einem elektronischen Schlüssel versehen sein.

Die Banken und Sparkassen spekulieren auch darauf, dass die digitale Signatur schon auf der elektronischen Gesundheitskarte, die 2006 eingeführt werden soll, vorhanden ist. Dass dieser Wunsch Wirklichkeit wird, ist allerdings sehr unwahrscheinlich.

In zehn Jahren ein Erfolg?

Selbst die Trust Center glauben nicht an eine kurzfristige Verknüpfung der verschiedenen Funktionen innerhalb einer Karte. "Die Verbraucher verbinden mit einer Gesundheitskarte keine Zahlungsmittelfunktion", sagt Jochen Knaab, Leiter des Produktmanagements der Sparkassen-Tochter S-Trust.

So glaubt inzwischen auch die Mehrheit der Entwicklerunternehmen, dass es wohl noch mindestens zehn Jahre dauern kann, bis es zur Normalität geworden ist, bei Einkäufen im Internet elektronisch per Chipkarte zu unterschreiben.

Immerhin liegen bei dem Trust Center des Deutschen Sparkassen Verlags schon jetzt 800.000 Bestellungen für eine Chipkarte mit digitaler Signatur vor. Und der Bedarf könnte weiter steigen, denn gemäß einer aktuellen Studie des European Information Technology Observatory wird Deutschland im Jahr 2007 über 80 Milliarden Euro im Internethandel umsetzen und damit der größte Onlinemarkt Westeuropas sein.

Dass die Chancen für die digitale Signatur zumindest in der Zukunft nicht schlecht stehen, meint auch S-Trust-Mitarbeiter Knaab: "Das Antiblockiersystem von Pkws benötigte beispielsweise auch fast ein Jahrzehnt, bis es zur Standardausstattung gehörte. Heute kauft keiner mehr ein Auto ohne ABS." Genauso könne es der elektronischen Unterschrift ergehen.

-
- Mehr zum Thema
- **Digitale Signatur:** Staat und Deutsche Bank und Co. unterstützen elektronische Unterschrift [€] (03.04.2003)
<http://service.manager-magazin.de/digas/servlet/find/ON=manager-243231/DD=20030403>
 - **Deutsche Post:** Ende einer digitalen Vision [€] (23.05.2002)
<http://service.manager-magazin.de/digas/servlet/find/ON=manager-197430/DD=20020523>
 - **Digitale Signatur:** So funktioniert die elektronische Unterschrift [€] (10.12.2001)
<http://service.manager-magazin.de/digas/servlet/find/ON=manager-171390/DD=20011210>
 - **Signatur:** Einlass für Trojanische Pferde [€] (18.01.2002)
<http://service.manager-magazin.de/digas/servlet/find/ON=manager-177723/DD=20020118>

© manager-magazin.de 2004

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH