

# Authentisierung in Sozialsystemen – Identitytheft strukturell betrachtet

Martin Rost, Martin Meints

*Identitätsmanagement setzt eine umfassende Vorstellung von Identität voraus. Nach Auffassung der Autoren reproduzieren soziale Systeme verschiedene Formen an Adressierbarkeiten, die sowohl unterschiedliche Identitäten als auch verschiedene Identifier mit bestimmten Sets an Eigenschaften erzeugen.<sup>1</sup> Aufgabe des Identitätsmanagement ist es, die Verwendung unterschiedlicher partieller Identitäten und die zugehörigen Adressierungen in den verschiedenen Sozialsystemen zu unterstützen.*



Martin Rost

Technischer Mitarbeiter im ULD;  
Homepage:  
[www.maroki.de](http://www.maroki.de)

 E-Mail: [martin.rost@datenschutzzentrum.de](mailto:martin.rost@datenschutzzentrum.de)


Dr. Martin Meints

Mitarbeiter für das Projekt „Future of Identity in the Information Society“ (FIDIS) beim ULD

 E-Mail: [ld102@datenschutzzentrum.de](mailto:ld102@datenschutzzentrum.de)

## 1 Einleitung

### 1.1 Was ist Identität?

Karl Rihaczek hegt in seiner Kolumne<sup>2</sup> den Verdacht, dass die Bezeichnung „Identitätsdiebstahl“ möglicherweise zu vollmundig sei. Zwar könne man die Bezeichner für die individuellen Eigenschaften oder äußere Kennzeichen eines Menschen stehen, nicht aber DIE Identität eines Menschen.

Viola Bräuer stellt in ihrer Entgegnung fest, dass der Begriff Identität „(...) eigentlich nur die Zuordnung eines Bezeichners (des Namens mit Geburtsdatum und -ort) zu einer Entität (Person), die (...) bei der Geburt der Person festgelegt wird und dann als definiertes Bündel von Eigenschaften gilt, mit dem verglichen wird.“<sup>3</sup>

Beide Autoren heben jeweils einen bedeutenden Aspekt der Debatte um Identitätsmanagement bzw. Identitätsdiebstahl heraus. Karl Rihaczek tappt dabei in die überaus suggestive Falle der moralisierenden Identitätsphilosophie. Irgendwie hat er Recht, aber das hilft beim Verständnis des Identitätsdiebstahls nicht weiter.

Viola Bräuer behandelt die operative Seite des Identitätsdiebstahls, verlagert aber die sozialpsychologische Dimension der Person in den Begriff der Entität und stellt die Verbindung zwischen Identifier und Person (Entität) vereinfachend als Identität dar. Sie tappt damit in die ebenso suggestive, operativ technische Falle.

Beide Positionen haben ihre Stärke und auf ihre Weise Recht: Karl Rihaczek kann beanspruchen, über ein Problembewusstsein zu verfügen, für das Identitätsmanagement möglicherweise eine Lösung bietet. Viola Bräuer kann beanspruchen, einen Ansatz zu präsentieren, der von vornherein technisch geschmeidig ist. Im vorliegenden Artikel wollen wir aus soziologischer Perspektive

ein Modell vorstellen, das beide Ansätze miteinander verbindet.

### 1.2 Unsere These

Soziale Systeme, die soziologisch als eine „Realität sui generis“ (Emile Durkheim) begriffen werden, erzeugen ihr personales Inventar. Menschen zählen zur Umwelt sozialer Systeme, sie scheinen nur „als Personen“ in sozialen Systemen auf. Die Form der Interaktion unter Menschen erzeugt das psychisch empfundene Bedürfnis, einander identifizierbar und bezeichnbar zu machen.

Bezeichnbarkeit ist sozial funktional, geradezu eine Voraussetzung für die soziale Reproduktion sozialer Systeme. Bezeichner (Identifier) werden psychisch nicht aus dem Nichts geschöpft, sie sind für jedes Neugeborene immer schon in der Welt. Und diese Bezeichner sind auch keine Bestandteile der physikalischen Welt wie Objekte. Bezeichner sind Aspekte operativer Komponenten sozialer Systeme.

Wir stellen die These auf, dass verschiedene soziale Systeme verschiedene Formen an Adressierbarkeiten reproduzieren, die sowohl verschiedene Identitäten als auch verschiedene Identifier mit bestimmten Sets an Eigenschaften erzeugen. Erst vor diesem Hintergrund zeichnet sich eine konturierte Theorie des Identitätsmanagement und darin des Identitätsdiebstahls ab.

## 2 Interaktion, Organisation und Gesellschaft

Die soziologische Systemtheorie unterscheidet zumindest drei Typen sozialer Systeme: Interaktionssysteme, Organisationssysteme und soziale Subsysteme. Interaktionssysteme entstehen z.B. als Kommunikationssysteme bei Anwesenheit von Personen und im Medium des Sprechens.

<sup>1</sup> Teile der Arbeiten zu diesem Artikel wurden mit Mitteln der Europäischen Union im Rahmen des Projektes „Future of Identity in the Information Society“ (FIDIS, [www.fidis.net](http://www.fidis.net)) unterstützt.

<sup>2</sup> Siehe: DuD 2004/11, 649

<sup>3</sup> Siehe: DuD 2005/01, 24

Organisationssysteme kennen z.B. Regeln der Entscheidung über Mitgliedschaft und Nichtmitgliedschaft, sie reproduzieren sich anhand schriftlich fixierter Entscheidungen. Und die sozialen Subsysteme Ökonomie, Politik, Recht und Wissenschaft reproduzieren sich anhand binärer Schematismen (Zahlung / Nichtzahlung, Macht / Nichtmacht, Recht / Nichtrecht, Wahr / Falsch).

Die gesellschaftlichen Subsysteme versorgen Organisationen mit Schemata, die die Kommunikationen auf allgemein erwartbare Weise vorgeben. Unternehmen etwa müssen dabei die kommunikativen Ansprüche der sozialen Subsysteme erfüllen. Sie müssen politisch opportun, im Rahmen der Gesetze unter Beachtung wissenschaftlicher Erkenntnisse und unter dem Primat der optimalen Kapitalverzinsung agieren. Verwaltungen etwa müssen ökonomisch orientiert, politisch folgsam, wissenschaftlich korrekt unter dem gesetzlichen Primat stehend agieren.

Das Personal der Unternehmen besteht intern aus angestellten (Mit)Arbeitern, extern aus Kunden. Das Personal der Verwaltungen kennt neben internen Mitarbeitern auch den Beamten an den entscheidenden Positionen sowie in ihrem externen Verhältnis den Bürger. Der Kunde, der Bürger, der politische Staatsbürger (im Sinne des französischen *citoyen*) und der Mensch als wissenschaftliche Kategorie sind jeweils generische Rollen. Diese werden als allgemeine Adressierungen-Schemata verwendet, mit denen Organisationen und ihre externe Klientel ihre Formen des gegenseitigen Zugriffs regeln.

Darüber hinaus sind Organisationen und Personen direkt adressierbar, gleiches gilt für Funktionsträger innerhalb von Organisationen. Die Kommunikationen in Interaktions- und Organisationssystemen binden also „ihre Personen“ auf jeweils kontextspezifische Art ein. Interaktionssysteme und soziale Subsysteme als solche sind hingegen nicht adressierbar.

In der Begriffswelt des Identitätsmanagements werden mit einer Person verketete Identifier wie Namen, Adressen, Bitfolgen etc. als deren partielle Identitäten verstanden.

Die partiellen Identitäten (einschl. Identifier) sind damit nicht nur Ausdruck der Verkettung mit einer Person, sondern

bestimmen in wesentlichen Teilen und unmittelbar die Identität dieser Person.<sup>4</sup>

Identitätsmanagement besteht somit darin, die unterschiedlichen partiellen Identitäten und die zugehörigen Adressierungen der verschiedenen Sozialsysteme jeweils spezifisch zu unterstützen. Das bedeutet, dass einerseits Schutzmechanismen gegenüber Diebstahl und Betrug unter Vorspiegelung einer falschen Identität installiert sind, indem z.B. bei Transaktionen Mechanismen der Authentisierung / Autorisierung und Beweissicherung eingezogen werden. Zugleich muss aber z.B. durch geeignete technische Unterstützung auch dafür gesorgt werden, dass durch die sozial adäquate Wahl an Identifiern, typischerweise durch Pseudonyme, keine Verlinkbarkeit über verschiedenen Organisationsgrenzen hinweg, möglich gemacht wird.<sup>5</sup>

Auf diese Weise ist der Begriff der Identität als Person, die von sozialen Systemen kommunikativ ermöglicht ist, sowohl operativ zugänglich gemacht als auch mit dem sozialpsychologischen Verständnis von „Person“ verbunden.

### 3 Phasen der Authentisierung / Autorisierung

Im Folgenden stellen wir ein Modell des Ablaufs von Authentisierungen / Autorisierungen in Sozialsystemen vor. Authentisierung / Autorisierung verläuft in allen Sozialsystemen typischerweise in vier Phasen:

1. Feststellen (und kommunizieren), welcher Typ an Sozialsystem vorliegt.

<sup>4</sup> Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) und Studio Notarile Genghini (SNG); *Identity Management Systems (IMS): Identification and Comparison Study* im Auftrag des Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre Seville, S. 1 – 7, Spanien, Sept. 2003; [http://www.datenschutzzentrum.de/idmanage/study/ICPP\\_SNG\\_IMS-Study.pdf](http://www.datenschutzzentrum.de/idmanage/study/ICPP_SNG_IMS-Study.pdf)

<sup>5</sup> Vgl. Pfitzmann, Andreas / Hansen, Marit, 2004: Anonymity, Unobservability and Pseudonymity – A Proposal for Terminology, [http://freehaven.net/anonbib/papers/Anon\\_Terminology\\_v0.17.pdf](http://freehaven.net/anonbib/papers/Anon_Terminology_v0.17.pdf).

Vgl. Rost, Martin: 2004: Verkettbarkeit als Grundbegriff des Datenschutzes? In: Bizer, Johann/ von Mutius, Albert/ Petri, Thomas/ Weichert, Thilo, in: *Innovativer Datenschutz – Wünsche, Wege, Wirklichkeit*: 315-334, [http://www.maroki.de/pub/privacy/fgb\\_www.pdf](http://www.maroki.de/pub/privacy/fgb_www.pdf).

2. Festlegen der entsprechenden generischen Rolle im Sinne des Role-Taking und Role-Making.
3. Spezifikation der personalen Identität, unter anderem durch Einbinden in eine etwaig vorliegende Historie der Beziehung (persönliche Authentisierung).
4. Autorisierung, d.h. Gewähren eines gegenseitigen Zugriffs im durch das Sozialsystem gezogenen Rahmen.

Das Vorhandensein und die Ausprägung dieser vier Phasen sind wiederum sozialsystemtypisch; so fällt beispielsweise in einem Kaufhaus die dritte Phase der Personalisierung weg, wenn ein neuer Kunde einfach nur einen Laden betritt. In der Verwaltung spielt diese dritte Phase hingegen eine zentrale Rolle.

### 4 Identitätskollisionen / Identitätswechsel

Bei der Authentisierung / Autorisierung kann es unbeabsichtigt zu Missverständnissen zwischen an der Kommunikation Beteiligten über den vorliegenden Typ an Sozialsystem, die dann einzunehmende Rolle oder die persönliche Identität und an welche spezifische Vorgeschichte anzuknüpfen ist, kommen. In diesen unbeabsichtigten Fällen sprechen wir allgemein von Identitätskollisionen.

Nimmt ein Kommunikationspartner bewusst und geplant eine andere Rolle im gleichen (oder auch einem anderen) Sozialsystem oder eine andere persönliche Identität ein, als der Kommunikationspartner anhand der kommunikativen Abläufe erwarten darf oder muss, so sprechen wir von Identitätswechsel. Beim Identitätswechsel wird also die infolge der kommunikativen Schemata innerhalb der Sozialsysteme erzeugte Erwartung an die (partielle) Identität eines Kommunikationspartners durch diesen geplant unterlaufen. Die Authentisierung / Autorisierung wird manipuliert. In Abhängigkeit von der Art der Kommunikation und dem vorhandenen bzw. fehlenden Einverständnis der jeweils Beteiligten lassen sich nun vier relevante Grundtypen von Identitätswechsel identifizieren.

Betrachten wir zusätzlich eine weitere Motivlage, nämlich die kriminelle Motivierung, so ergeben sich acht verschiedene Formen des Identitätswechsels:

Identitätswechsel / Beispiele bei legaler Motivlage	Kriminell motivierter Identitätswechsel, auch „Identitätsbetrug“ genannt / Beispiele	gemeinsames Kennzeichen
<b>Identitätsübernahme (identity takeover)</b> Beispiel: Auftreten von scheinbaren Amtspersonen etwa bei Streichen mit versteckter Kamera	<b>Identitätsdiebstahl</b> Beispiel: Verwendung der Kreditkarten- oder Kontodaten eines Dritten; der Hauptmann von Köpenick	Fehlende Zustimmung desjenigen, dessen Identität übernommen wird.
<b>Identitätsüberlassung (identity delegation)</b> Beispiel: Übergabe der EC-Karte an den Lebenspartner, damit er Geld holt	<b>Betrügerische Identitätsüberlassung</b> Beispiel: bestimmte Formen des Kreditkartenbetrugs; Missbrauch einer überlassenen Identität über den vereinbarten Verwendungszweck hinaus mündet in Identitätsdiebstahl	Zustimmung desjenigen, dessen Identität übernommen wird, liegt vor.
<b>Identitätstausch (identity exchange)</b> Beispiel: Cookie Cooker <sup>6</sup>	<b>Betrügerischer Identitätstausch</b> Beispiel: Identitätstausch, um Alibis zu erzeugen	Gegenseitige Zustimmung derjenigen, deren Identität jeweils übernommen wird, liegt vor.
<b>Identitätserzeugung (identity creation)</b> Beispiel: Virtuelle Identitäten in Avataren, Schauspieler, die nicht existierende Personen verkörpern	<b>Betrügerische Identitätserzeugung</b> Beispiel: Erzeugung von Kreditkartendaten (Nummer, Name, Prüfziffer)	Es ist dem Identitätserzeuger keine Person bekannt, der man diese Identität zuordnen könnte.

Tabelle 1: Formen des „Identitätsbetruges“ und ihre Zuordnung zu den Formen des Identitätswechsels

Das hier zugrunde liegende Verständnis von Identität entstammt der Begriffswelt der soziologischen Identitätsmanagement-Theorie und nimmt den von Karl Rihaczek formulierten Anspruch auf die tiefere Dimension der menschlichen Identität auf. Die vorgestellte strukturierte Sicht auf verschiedene Formen des Identitätswechsels unterscheidet sich von der vor allem in britischen<sup>7</sup> und amerikanischen<sup>8</sup> Studien vertretenen Sicht, die den „Identitätsbetrug“ und dessen Schwere primär aus der Perspektive der nachfolgenden Straftat (Geldwäsche, Kreditkartenbetrug, Betrug mit Sozialversicherungsnummern in den USA etc.) beurteilt. Im Unterschied dazu sehen wir den Wert dieses Modells darin, dass es unabhängig von einer angenommenen Motivlage Identitätswechsel objektiv und im Sinne von Viola Bräuer technisch fassbar in der ganzen zu berücksichtigenden Bandbreite zugänglich macht.

<sup>6</sup> Siehe <http://cookie.inf.tu-dresden.de>

<sup>7</sup> Z.B. Economic and Domestic Secretariat of the Cabinet Office, Identity Fraud: A Study, London 2002.

<sup>8</sup> Z.B. G. R. Gordon, N. A. Willox, Identity Fraud: A Critical National and Global Threat, Utica 2003; [www.lexisnexis.com/presscenter/hottopics/ECIRreportFINAL.pdf](http://www.lexisnexis.com/presscenter/hottopics/ECIRreportFINAL.pdf)