

Bring your own digital ID

Studiengang: MAS Information Technology

Die Firma betreibt einen Login-Dienst mit mehreren 100 Millionen Logins pro Jahr und somit eine der grössten Login-Plattformen der Schweiz. Um die «conversion rate» weiter zu verbessern, wurde im Rahmen dieser Masterarbeit untersucht, wie ein 3rd-Party Login integriert werden könnte und wie es dabei um die Nutzerakzeptanz bestellt ist.

Ausgangslage

Die Firma bietet mit dem Login einen Online-Zugang auf verschiedenste Dienste an, vom Kundencenter über Webmail zum Cloud-Speicher und vieles mehr. Das Login stellt dabei die Authentisierung der User sicher und schützt vor Missbrauch. Obwohl der Einsatz eines Logins deswegen unbestritten ist, wird es auch als Hürde angesehen. Sowohl beim erstmaligen Registrieren wie auch beim Login besteht das Risiko, dass der User den Prozess abbricht. Eine mögliche Lösung um diese «conversion rate» zu verbessern, ist die Integration eines 3rd -Party Logins. Dies kann sowohl ein Social Login wie auch eine hochwertige E-ID vom Bund sein.

Zielsetzung

Diese Masterarbeit sollte die wichtigsten Fragen rund um solche 3rd -Party Logins klären und einen konkreten Umsetzungsvorschlag ausarbeiten. Dabei mussten die Kundenbedürfnisse, die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der verschiedenen Stakeholder berücksichtigt werden. Um eine hohe Kundenakzeptanz zu erreichen, musste aufgezeigt werden, wie ein 3rd -Party Login optimal in die bestehenden Prozesse integriert werden könnte.

Vorgehen

Die Masterarbeit wurde gemäss dem Modell von Bashiri durchgeführt. Aus den Interviews mit den wichtigsten Stakeholdern konnten die entsprechenden Ziele und Anforderungen abgeleitet werden. Die Erkenntnisse aus der Umwelt- und der Unternehmensanalyse resultierten in einer SWOT-Analyse. Auf dieser Basis konnten verschiedene Optionen ausgearbeitet werden. Für die schlussendlich ausgewählte Option wurde eine grobe Umsetzungsplanung erstellt.

Ergebnis

Nachdem die Erwartungen der Stakeholder erfasst waren, wurden im Rahmen der Umweltanalyse die Top50-Webseiten in der Schweiz analysiert. Dabei hat sich gezeigt, dass hauptsächlich Facebook und Google als Social Login eingesetzt werden, die übrigen liegen weit abgeschlagen. Im gleichen Rahmen konnte erar-

beitet werden, wie eine «best practice»-Integration aussieht und welche Rahmenbedingungen für eine Integration von Facebook und Google berücksichtigt werden müssen. Eine Analyse der geplanten E-ID des Bundes, sowie zum aktuellen Stand und der Roadmap der neu eingeführten SwissID, vervollständigen das Bild.

Eine Online-Umfrage bei den Usern hat ergeben, dass Social Logins zwar regelmässig eingesetzt werden, aber nur bei unkritischen Seiten (z. B. Gaming) und mehrheitlich mit einem schlechten Gefühl in Bezug auf den Datenschutz. Dies gilt speziell beim Facebook-Login, das Google-Login hingegen stösst auf grössere Akzeptanz. Der Grund liegt darin, dass Google sich mit Gmail, Drive und weiteren Applikationen sowohl im Privatkunden- wie auch im KMU-Segment etabliert hat. Im Rahmen der Unternehmensanalyse wurden die vorhandenen Prozesse, die IT-Landschaft sowie das Datenmodell rund um das bestehende Login analysiert und entsprechend dokumentiert. Basierend auf dieser Umwelt- und der Unternehmensanalyse und den verschiedenen Interviews konnte ein strukturierter Anforderungskatalog zusammengestellt und priorisiert werden. Auf diesen Grundlagen war es möglich, drei Optionen für eine Integration eines 3rd -Party Logins zu erarbeiten. Dabei wurde pro Option die notwendigen Anpassungen an den Prozessen aufgezeigt, mit «Wireframes» die erwartete User Experience dargestellt und der Einfluss auf die verschiedenen Systeme ermittelt, inkl. einer groben Abschätzung der Implementierungskosten. Um einen Variantenentscheid fällen zu können wurde aufgezeigt, wie weit die verschiedenen Optionen dem Anforderungskatalog entsprechen. Eine Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile der verschiedenen Optionen ergab zusätzlich eine verbale Bewertung. Dank der erarbeiteten Umsetzungsplanung und den bereits beschriebenen Epics, sollte eine Umsetzung der definitiv ausgewählten Lösung nahtlos sichergestellt sein. Der Vorschlag, welche 3rd-Party Logins in einem ersten Schritt berücksichtigt werden sollten, rundet das Ergebnis ab. Als nächster Schritt wird nun ein entsprechender Antrag an das Value Stream Board der Firma erstellt werden.



Daniel Hofmann