Foto: Archiv

Selbstlernendes Single Sign-On

Zufriedene Benutzer und mehr Effizienz

Für fast jede Anwendung benötigt man ein eigenes Passwort – auch für die, die man nur selten benötigt. Hier beginnen spätestens die Probleme. Wie T-Mobile hier ansetzte und seinen Call Center-Betrieb durch ein selbstlernendes Single Sign-On optimieren konnte, lesen Sie hier.

Für die Mitarbeiter in den Call Centern von T-Mobile gehörte dieses Szenario ebenso zur täglichen Realität wie in vielen anderen Call Centern der Republik: Um die Anfragen von Kunden kompetent zu bearbeiten, müssen Agents vom hausinternen CRM-System bis zum externen Track & Trace der Logistikpartner auf eine ganze Reihe von Applikationen zurückgreifen. „Problematisch waren vor allem die Anwendungen, die nur selten benutzt wurden“, erinnert sich Eckhard Henkel, Leiter Enterprise Integration ähnliche Login-bezogene Aufgaben verbrauchte. Das Ergebnis wurde mit den jährlichen Arbeitstagen, der Anzahl der Call Center-Mitarbeiter – bei T-Mobile immerhin rund 3 000 – und den vom Controlling benannten Kosten pro Call Center-Arbeitsstunde multipliziert. So ergab sich ein siebenstelliger Betrag pro Jahr. „Damit war der Business Case gefunden, das Projekt würde sich in weniger als einem Jahr alleine über die Produktivitätssteigerungen bezahlt machen“, resümiert Henkel.

Statements

„Da sich niemand die Passwörter der verschiedenen Applikationen merken konnte, hatte fast jeder Call Center-Mitarbeiter irgendwo an seinem Schreibtisch eine Passwort-Liste versteckt. Mit SSO haben wir nun neben dem Einsparpotenzial auch einen erheblichen Sicherheitsgewinn realisiert.“

Eckhard Henkel, Leiter Enterprise Integration bei T-Mobile

Fast jeder IT-Anwender hat sich schon einmal über ein vergessenes Passwort geärgert. Aber diesen Alptraum muss man sich erst einmal vorstellen: Man arbeitet täglich mit bis zu 15 verschiedenen Anwendungen. In vielen hat man unterschiedliche Benutzernamen, manche so kompliziert wie eine zehnstellige Personalnummer. Regelmäßig muss man die Passworte ändern, aber natürlich in unterschiedlichen Abständen und ohne dass man ein zuvor schon einmal verwendetes Passwort erneut benutzen darf. Arbeitet man an etwas anderem, wird man nach einiger Zeit automatisch wieder aus den Anwendungen abgemeldet. Dann ruft ein Kunde an und man muss sich gleichzeitig mit ihm am Telefon erst einmal erneut einloggen …

bei T-Mobile, wo man Ende 2004 die Login-Praxis in den Call Centern untersuchen ließ. Da sich deren Passwörter niemand merken konnte, hatte fast jeder Call Center-Mitarbeiter irgendwo an seinem Schreibtisch eine Passwort-Liste versteckt. Zusätzlich zum Sicherheitsgewinn bewegte am Ende aber auch das Einsparpotenzial durch Single Sign-On (SSO) T-Mobile zum Handeln.

Der Business Case ist gefunden

Im Auftrag von Henkel hatte sich nämlich ein Team mit der Stoppuhr ins Call Center begeben und akribisch gemessen, wie viel der täglichen Arbeitszeit jeder Agent für das Einloggen in die verschiedenen Anwendungen, den Wechsel von Passwörtern und

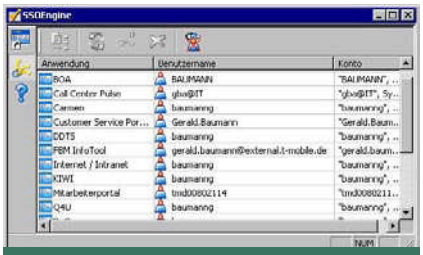
Bei diesen Aussichten war die Geschäftsführung um CIO Dr. Steffen Roehn leicht zu überzeugen, zumal das geplante Projekt perfekt in das gerade unternehmensweit angelaufene Wachstums- und Effizienzprogramm „Save for Growth“ passte. Anfang 2005 konnte das Projekt mit einer ersten Orientierungsphase beginnen. „Auf eine umfassende Evaluierung aller SSO-Suiten am Markt wurde dabei verzichtet“, erläutert Henkel. „Bei verschiedenen anderen Konzernsäulen und im Netzbereich der T-Mobile war nämlich bereits AccessMaster von Evidian im Einsatz und hatte sich dort bestens bewährt.“

Vor allem war AccessMaster auch die einzige Lösung, die T-Mobile eine Selbstregistrierung von Benutzern zur Verfügung stellte. Bei 3 000 Nutzern

mit jeweils zehn oder mehr Benutzerkonten hätte eine manuelle Aufnahme sonst Jahre verschlungen. So fehlte nur noch der passende Dienstleister für die Implementierung. Diesen fand man rasch in der Konzernschwester T-Systems, die gerade offizieller Integrationspartner von Evidian geworden war. Ohnehin sollte diese den späteren Betrieb von Lösung und User Help Desk für T-Mobile übernehmen, sodass auch hier die Entscheidung leichtfiel.

Single Sign-On: Einer für alle

Ab dem Frühjahr 2005 erarbeiteten die T-Systems-Consultants zusammen mit den Anwendungsspezialisten von T-Mobile das Betriebskonzept für die SSO-Software. Den wichtigsten Baustein hierzu bildete eine Client-Komponente namens SSOWatch, die auf den Client-Rechnern aller Call Center-Agents installiert werden sollte, um dort alle Benutzerinteraktionen zu verfolgen. Erkennt die Software eine Anmeldemaske, fragt sie selbst Benutzernamen und Passwort beim Anwender ab, übergibt diese dann an die Anmeldemaske und trägt sie für die zukünftige Verwendung in ein zentrales Verzeichnis ein. Bei weiteren Anmeldeversuchen für diese Applikation sind die Login-Daten also bereits



Single Sign-On: Ein umfassendes Verzeichnis aller Benutzerkonten für sämtliche Anwendungen im Call Center sorgt dafür, dass alle Passwörter stets „griffbereit“ sind.

bekannt, und die Anmeldung erfolgt automatisch ohne jedes Zutun des Benutzers.

So entsteht nach und nach ein vollständiges Verzeichnis der Benutzerkonten in sämtlichen verwendeten Anwendungen. Da die SSO-Lösung auch die regelmäßigen Passwort-Wechsel der Anwendungen unterstützt und automatisch durchführt, muss der Nutzer seine verschiedenen Passwörter nicht mehr kennen. Er benötigt nur noch sein Windows-Passwort, mit dem er sich zu Beginn seines Arbeitstages einmalig nacheinander bei Windows und der SSO-Software anmeldet.

Für die auf 19 Standorte in ganz Deutschland verteilten Call Center-Arbeitsplätze wurden zwei redundant ausgelegte Server-Konfigurationen in den T-Systems-Rechenzentren Münster und Bielefeld eingerichtet. Dort arbeiten ein Administrationsserver, der das zentrale Verzeichnis der Nutzerkonten verwaltet, und zwei Slave-Server, über die sich die Benutzer anmelden. Aus Sicherheitsgründen werden diese Systeme exklusiv für die SSO-Software genutzt.

Mit eigenem Know-how zum Erfolg

Im ersten Schritt sollten zunächst 33 Anwendungen angebunden werden, die im Call Center regelmäßig verwendet wurden – darunter lokale Windows-Applikationen, Anwendungen im internen T-Mobile-Intranet und externe Web-Portale von Geschäftspartnern. Eine der wichtigsten Vorarbeiten war es, die SSO-Lösung auf die Erkennung der verschiedenen Anmelde- und Passwortwechsel-Masken anzulernen. Dabei traten während der heißen Phase der Implementierung unerwartete technische Probleme auf, die sich zwischen T-Mobile und T-Systems nicht mehr lösen ließen. „Da hat der Hersteller wirklich vorbildliches Engagement bewiesen“, lobt Henkel. „Als wir nicht mehr anders weiterkamen, ließ Evidian am nächsten Tag die Entwickler aus Paris einfliegen.“

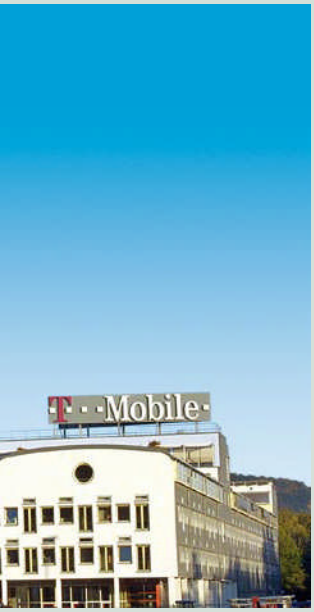
Henkels Team nutzte das Implementierungsprojekt, um sich eigene Kompetenz in den Evidian-Produkten anzueignen. „Wir haben in dieser Zeit wirklich viel dazugelernt“, ist Henkel überzeugt. „Vor allem wissen wir heute, dass Zeit beim Single Sign-On ein kritisches Thema ist. Schließlich haben wir Schnittstellen zu zig Systemen geschaffen, die davon überhaupt nichts wissen. Wenn sich irgendwo eine Login-Maske ändert, können wir heute in Stunden reagieren und eine angepasste Konfiguration mit einem eigens geschaffenen Verteilungsservice ausrollen.“

Als die Lösung im Oktober 2006 in Betrieb ging, waren die Anwender auf Anhieb begeistert. „Unser SSO läuft seit sechs Monaten stabil und ohne jeden Ausfall“, freut sich Henkel. „Wir bedienen jetzt über 3 000 Call Center-Mitarbeiter mit fast 30 000 Benutzerkonten.“ Dem Engagement von Henkel und seinem Team ist es zu verdanken, dass die Zahl der angebundenen Anwendungen inzwischen auf fast 50 gestiegen ist. „Und wir mussten bei keiner aufwändige Implementierungen einer SSO-Schnittstelle durchführen lassen“, betont er.

In Zukunft sind noch mehr Erleichterungen für die Anwender geplant

Klar ist bereits, dass künftig auch die Zahl der Anwender rasch weiter steigen wird. Damit diese es in Zukunft noch etwas leichter haben, ist schon die Umstellung auf einen neuen SSOWatch-Client geplant, der auch Java und den Firefox-Browser unterstützt. Aber für Henkel ist vor allem eines wichtig: „Der Return on Invest ist heute schon erreicht. Mir sind nicht viele Projekte bekannt, die das in so kurzer Zeit tatsächlich geschafft haben.“ ■

Alexander Jünger



Der T-Mobile Campus in Bonn ist die gemeinsame Unternehmenszentrale von T-Mobile International und T-Mobile Deutschland. Seit Gründung der Muttergesellschaft im Jahr 2000 hat sich der Komplex am Landgrabenweg zu einem Ort internationaler Zusammenarbeit entwickelt und auch die Kundendienst-Aktivitäten sind hier konzentriert. Ein zweiter Standort, an dem auch Kundenservice an 500 Arbeitsplätzen erbracht wird, liegt nur wenige Kilometer entfernt.

Insgesamt sind knapp 5 000 Mitarbeiter aus den verschiedensten Nationen auf dem T-Mobile Campus beschäftigt. Mit seinen Straßen, Wegen, Höfen und Türmen gleicht das knapp 123 000 Quadratmeter große Areal einer kleinen Stadt. Dazu gehören – neben den Bürowelten – ein Mitarbeiter-Restaurant, eine Ladenzeile, ein Betriebskindergarten sowie ein Erholungs- und Fitnessbereich.

Call Center-Profis geben ihr Wissen weiter und kassieren 50 €

Sie müssen selbst KEIN Abonnent sein, um einen neuen Abonnenten zu werben.

Empfehlen Sie Ihrer Kollegin oder Ihrem Kollegen CallCenterPROFI und schon bekommen Sie 50 Euro geschenkt.

10 Jahre CallCenter PROFI 1998 – 2008

Schnell weiter empfehlen

Holen Sie sich noch heute:

50 €

So einfach geht´s:

Vermitteln Sie ein 1-Jahres-Abo von CallCenterPROFI.

Die Vorteile als CallCenterPROFI-Abonnent:
- regelmäßig die wichtigsten Informationen der Branche
- gründlich recherchiert und auf den Punkt gebracht
- die neuesten Entwicklungen auf dem Call Center-Markt
- praktisches Online-Archiv mit Suchfunktion EXKLUSIV für Abonnenten

Mehr wissen als Andere zum Nulltarif:
CallCenterPROFI ist als Fachzeitschrift steuerlich absetzbar!

Fax-Gutschein

per Post senden an:
CallCenterPROFI, Gabler Verlag
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden

per E-Mail:
gabler@abo-service.info

per Fax:
01805 78 78-70

www.CallCenterProfi.de

☐ **JA, ich habe einen neuen Abonnenten für CallCenterPROFI geworben und möchte die 50 €!**

Name, Vorname der Werberin bzw. des Werbers

Straße, Nr.

PLZ, Ort Tel.

CallCenterPROFI schicken Sie bitte an:

Ich abonniere CallCenterPROFI für mindestens 1 Jahr zum derzeitigen Vorzugs-Preis von nur 89,- Euro (Ausland 103,- Euro) inkl. Versand. Das Abo kann ich nach Ablauf des ersten Jahres jederzeit zur nächsten erreichbaren Ausgabe abbestellen. Zuviel bezahlte Beträge für nicht gelieferte Ausgaben erhalte ich zurück. (Ein Angebot der GWV Fachverlage GmbH, Geschäftsführer Dr. Ralf Birkelbach, AG Wiesbaden HRB 9754.) Preisstand: Januar 2008. Dieses Angebot gilt nur innerhalt der EU.

Name, Vorname der neuen Abonnentin bzw. des Abonnenten

Straße, Nr.

PLZ, Ort X

Datum, Unterschrift der neuen Abonnentin bzw. des neuen Abonnenten (21108002)