

## Marktanalyse Online Accounts

Ein Online Account ist eine Webseite, in die man sich per Benutzername einloggen kann. Online Accounts sind heutzutage fast jedermann bekannt. Beispiele fuer Online Accounts sind Webmail Accounts (web.de), Online Banking Konten (ksk-tuebingen.de), Social Network Accounts (xing.de), e-commerce Accounts (amazon.de), etc.



Außer bei den Online Banking Accounts, für die es verlässliche Zahlen gibt, sind die Online Accounts als Markt praktisch nicht analysiert - es existieren nur grobe Schätzungen. Demnach sind nur wenig mehr als 5 Prozent aller Online Accounts Online Banking Accounts – die Webmail und Social Network Accounts haben größere Nutzer-Zahlen. Die größte Anzahl an Online Account Anbietern sollten die e-Commerce Server stellen. In Deutschland gibt es bei mehreren 10.000 Online Account Anbietern ca. 200 bis 300 Millionen Online Accounts, weltweit 5 bis 15 Milliarden. Daraus resultiert z.B. eine Zahl von mehreren Milliarden Einlogg-Vorgängen am Tag.

Mehr als 95 Prozent aller Online Accounts sind durch das Passwort-Verfahren geschützt. Das Passwort-Verfahren hat zwei Probleme: es ist unsicher, weil Passwörter durch Trojaner ("key-logger") abgehört werden können. Außerdem empfinden viele Internet-Nutzer die Vielfalt der Passwörter als unangenehmes Alltagsproblem ("Passwortflut"). Deswegen werden Alternativen zum Passwort-Verfahren entwickelt, wie z.B. dieses System

<http://www.ekaay.com/demo>

der Univ. Tübingen, das das Handy des Benutzers für die Authentisierung einsetzt.

Die Abschlussarbeit soll den weltweiten Markt "Online Accounts" analysieren. Dabei sollten die oben angedeuteten Klassifizierungen, z.B. nach Typ und Region, sinnvoll festgelegt werden. Es geht bei der Analyse um Kennzahlen wie Anzahl Online Accounts, Anzahl und Größe Online Account Anbieter, oder Anzahl der Login-Vorgänge. Die oben genannten Schätzungen sollen verifiziert bzw. korrigiert und verfeinert werden. Der Markt sollte dabei als Markt für Anbieter von alternativen Login-Verfahren angesehen werden. Im Zusammenhang mit dem Tübinger Verfahren sollte auch folgende Kennzahl untersucht werden: durchschnittlicher Prozentsatz der User eines Online Accounts, die ein passendes Smartphone haben.

Betreuer: Dr. Bernd Borchert, WSI, und Prof. Dr. N.N. (WiWi)

<http://www-fs.informatik.uni-tuebingen.de/~borchert/Troja/>