



Neue interne und externe Zugriffsmöglichkeiten stellen das Identity Management vor grosse Herausforderungen

Identity und Access Management im Umbruch

IAM hat sich längst auch ausserhalb regulierter Branchen etabliert. Durch vertriebsgetriebene Endkunden- und Partnerportale und der allgemeinen Digitalisierung der Geschäftsprozesse entstehen ganz neue Herausforderungen.

→ VON HUBERT SCHMID

Is vor fünf Jahren war Identity & Access Management (IAM) primär ein Infrastrukturthema, bei dem es darum ging, den Zugang zu Applikationen mit der Sicherheit in Einklang zu bringen. In jüngster Zeit haben sich jedoch durch Trends wie soziale Medien, Digitalisierung und das Internet der Dinge ganz neue Herausforderungen ergeben. Immer häufiger werden IAM-Projekte nicht mehr von den IT- und Security-Spezialisten getrieben, sondern vom Marketing bzw. Vertrieb, die so die Interaktion mit Kunden und Geschäftspartnern intensivieren wollen.

IDENTITY IM UNTERNEHMEN

Noch vor zehn Jahren konnte kaum jemand etwas mit dem Begriff «Identitätsmanagement» anfangen. Nur regulierte Branchen wie Banken oder Pharmahersteller mussten solche Systeme einführen, um die Bereitstellung von IT-

Berechtigungen sicher organisieren und dokumentieren zu können. Heute sind dafür ausgereifte Produkte verfügbar, die den kompletten «Identity Lifecycle» managen, also den Eintritt, Mutationen und den Austritt von Mitarbeitenden sowie die Vergabe von Accounts und Berechtigungen. Inzwischen führen immer mehr Unternehmen auch ausserhalb der hoch regulierten Branchen solche Standardprodukte ein. Dabei stehen nicht mehr technologische Herausforderungen im Vordergrund, sondern strukturelle: Entscheidend ist es, saubere Prozesse zu definieren und mit allen Stakeholdern abzusprechen, von den Anwendern über die Fachabteilungen bis zu den CSOs.

DIGITALER WANDEL

Seit einigen Jahren vollzieht sich ein massiver Wandel: Endkunden sollen über personalisierte Internetzugänge gewonnen bzw. gehal-

ten werden. Sie bekommen über das Internet nicht nur Zugänge zu internen IT-Systemen, z. B. zur Schadensmeldung bei der Versicherung, sondern immer öfter auch zu vernetzten Autos, mobilen Endgeräten, Uhren, Kleidung etc. Alle diese «Dinge» müssen in ein ganzheitliches IAM-Konzept integriert werden. Dazu kommen noch erweiterte Geschäftspartnerstrukturen, das heisst, Händler und Servicepartner. Damit die Geschäftsprozesse im Hintergrund rundlaufen, ist ein sauberes Identity Relationship Management nötig, das sehr viel mehr «führende Systeme» für Identitäten einschliesst: Master Data Management und CRM-Systeme kommen zu den HR-Systemen für interne Identitäten dazu. ←

Hubert Schmid ist Schweiz-Geschäftsführer des IAM-Beratungshauses iC Consult → www.ic-consult.com



Der Referent:
Hubert Schmid, iC Consult

ICMF/ITS

ICMF-März-Tagung:
19. März 2015, Zürich

IAM – Identity und Access Management

An der nächsten ICMF-Tagung zum Thema IAM werden Hubert Schmid und weitere Referenten über den erfolgreichen Einsatz von IAM in der Praxis berichten und über zukünftige Anforderungen aus Business- und User-Sicht informieren. Tagungsschwerpunkte sind u. a.:

- Bedingungen für erfolgreiche IAM-Projekte
- Wahl der richtigen Produkte und Lösungen für IAM
- IAM als Basis für eGovernment
- Beachtung regulatorischer Anforderungen/Auflagen
- Erfolgreicher Einsatz in der Praxis
- IAM in the Cloud – Cloud-Dienste sicher und zuverlässig nutzen
- Future Trends – Konsequenzen für Ihre IAM-Strategie

Wann: 13:45–17:00 Uhr

Wo: HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Programm und weitere Infos unter: www.icmf.ch

IMPRESSUM

ICMF/ITS

Postfach, 8000 Zürich
E-Mail: info@icmf.ch
Tel: 078 789 63 77

→ www.icmf.ch