

Statement of the Month

Düsseldorf, im April 2006

Identity Management (IDM) - Die Büroklammer in der IT

Untersuchungen von Unternehmensberatungen wie Gartner oder Forrester haben vor einiger Zeit überraschende Ergebnisse gebracht. So werden im Durchschnitt in deutschen Unternehmen sieben Verzeichnisdienste gepflegt, von denen einige als wichtig bis sehr wichtig eingestuft werden. Interessant ist: Die Aktualisierung dieser Verzeichnisse wird von Mitarbeitern erledigt, die dafür laut Jobbeschreibung nicht zuständig sind, dazu gehört zum Beispiel die Pflege des unternehmensweiten Telefonverzeichnisses.

Damit hängt die Datenqualität und das Vertrauen in diese Daten stark vom Engagement der mit der Pflege beauftragten Mitarbeiter ab. Das ist selbst in kleinen Unternehmen kein erstrebenswerter Zustand.

Findige Köpfe kamen vor einigen Jahren auf die Idee die Informationen in diesen Verzeichnissen abzugleichen - so wurde Identity Management aus der Taufe gehoben.

Klaus J. Hild, Senior Technology Specialist von Novell untersucht, ob in wenigen Jahren Identity Management in den Unternehmen so selbstverständlich sein wird, wie es heute die Vernetzung der PCs ist - oder eben wie eine Büroklammer: ein unentbehrliches und immer vorhandenes „Helferlein“:

Was sind die Gründe für CIOs, COOs, CFOs und IT Leiter Identity Management einzuführen? Dazu zählen alte Bekannte wie Prozessoptimierung, Sicherheit, Steigerung der Effizienz und Senkung der Kosten, aber auch neuere Schlagworte wie Servicelevel und gesetzliche Vorschriften.

Prozessoptimierung: Vielen Unternehmen geht es heute darum, Kunden auf der ganzen Welt zu erreichen. Dazu muss die Prozesskette perfekt ineinander greifen, was eine elektronische Verzahnung nahezu unabdingbar macht. Ebenso führt die Spezialisierung der Unternehmen zu produktiven Partnerschaften, die ohne Datenabgleich keinen langem Bestand haben können. Viele Hersteller haben das Just-in-Time-Modell soweit perfektioniert, dass ein großer Teil des Lagerbestandes auf den Autobahnen rollt. Nur mit einer engeren (Daten-)Beziehung zu den Lieferanten lassen sich diese Modelle noch weiter entwickeln.

Sicherheit: Der Sicherheitsaspekt war schon immer eine Triebfeder für neue Technologien. Bezogen auf Identity Management sind es einheitliche Sicherheitsregelungen, sofortige Zugriffskontrolle und die schon oben genannte Wertigkeit der (Identitäts-)Datenbestände.

Effizienzsteigerung und Kostensenkung: Der elektronische Abgleich der Datenbestände reduziert die dafür notwendigen Systemtätigkeiten praktisch auf Null. Ist im Unternehmen ein Helpdesk installiert, so wird dieser durch verschiedene Möglichkeiten einer „Selbstbedienung“, z. B. bei vergessenen Passwörtern, deutlich entlastet. Auch bei Einstellungen und Entlassungen spielt Identity Management eine zentrale Rolle. Mitarbeiter sind in wenigen Minuten in allen notwendigen Systemen bekannt und eingerichtet, aber auch in wenigen Minuten gesperrt - ohne dass ein System vergessen wird. Ein Punkt, der auch der Sicherheit dient.

Servicelevel: Für einige Unternehmen sind SLAs (Service Level Agreements) leider noch völliges Neuland. Identity Management sorgt für eine personalisierte, also an die Identität des Benutzers

gebundene Verfügbarkeit von Daten, Programmen, Speicherplatz etc. Auch die Möglichkeiten der „Selbstbedienung“ durch die Benutzer spielen dabei eine große Rolle.

Gesetzliche Vorschriften: Dieser Punkt ist ein echter „Newcomer“. Mit der Umsetzung von Basel II und den entsprechenden internationalen Vorgaben wie Sarbanes-Oxley, ist das Erfüllen von rechtlichen Vorgaben ein entscheidender Punkt geworden. Natürlich wird die Einführung eines Identity Management nicht zwingend vorgeschrieben. Allerdings lässt sich die Frage „Wer hat was zu welcher Zeit an welchen Daten geändert?“ nur durch Identity Management mit angemessenem Aufwand beantworten. Auch das Thema Rollenbasierter Zugriff spielt dabei eine Rolle.

Wichtige Basis eines Identitätsmanagement-Projektes ist die Einbindung in die IT-Strategie und das Projektmanagement eines Unternehmens. Der Erfolg des Projektes steht und fällt dann mit einem kompetenten Partner. Das muss nicht in jedem Fall der Hersteller sein. Ein zertifizierter Partner kann eine ebenso gute Wahl sein, da er über direkte Kontakte zum Hersteller verfügt.

Vielleicht der schwierigste Schritt bleibt die Entscheidung für das passende Produkt. Bei Produktpräsentationen wird fast jeder Hersteller eine gute Figur machen. Deshalb sollte in jedem Fall eine Testinstallation mit einem kleinen Prozess durchgeführt werden. Das lassen sich die Anbieter zwar bezahlen, der Test lässt sich aber normalerweise mit dem Kaufpreis verrechnen. Unter dem Strich ist es in jedem Fall günstiger, als jahrelang mit dem falschen Produkt zu arbeiten.

Bei der Bewertung des Produktes muss der zukünftige Arbeitsaufwand realistisch abgeschätzt werden: Gibt es grafische Oberflächen? Welche Arbeiten können an den Benutzer delegiert werden? Welche Anschlussmöglichkeiten an Systeme stehen zur Verfügung? Gibt es Testberichte von diesem Produkt? Wie ist das Produkt in die Unternehmensstrategie des Herstellers eingebunden? Und dies sind nur die wichtigsten Fragen.

Da das zentrale Verzeichnis eine wesentliche Rolle spielt, sollte diese Bewertung besonders hoch eingeschätzt werden.

Jeder Verzeichnisdienst, der diesen Namen verdient, sollte auf mehreren Betriebssystemen laufen, um zukünftige Entscheidungen nicht von vornherein einzuschränken. Weiterhin sollten Anwender die Leistung des Verzeichnisdienstes nicht nur nach der Anzahl der möglichen Objekte beurteilen. Diese liegen heute üblicherweise ohnehin bereits durchgängig im neun- oder zehnstelligen Bereich. Wichtiger sind Fragen nach der Funktionsweise im täglichen Umgang: Welche Datenbank liegt dem Verzeichnisdienst zu Grunde? Relationale Datenbanken sind von Haus aus auf Schreibvorgänge optimiert, ein Verzeichnisdienst auf Lesevorgänge. Verfügt die Datenbank über eine Eventsteuerung? Dies ist essentiell für die gesamte Prozesssteuerung eines Identitätsmanagementsystems. Sind Kopien, so genannte Replicas, der Datenbank herstellbar? Wenn ja, mit welchem Aufwand? Kopien der Datenbank sind in verteilten Systemen notwendig. Ist der Verzeichnisdienst Multi-Master-fähig? Das bedeutet: Können nach Ausfall der Master Datenbank andere Kopien zum Master werden? Gelingt dies nicht oder nur mit hohem Aufwand, ist das Identity Managementsystem in dieser Zeit arbeitsunfähig. Was passiert, wenn das zentrale Verzeichnis ausfällt? Idealerweise sollten alle Vorgänge (Events) während des Ausfalls gespeichert und nach dem Wiederherstellen der Verbindung abgearbeitet werden können.

Inzwischen gibt es in den meisten mittleren und großen Unternehmen abgeschlossene Initialprojekte. Das sind Projekte, die erst einmal zwei Systeme über einen Verzeichnisdienst mit einander verbunden haben, um Identitätsmanagement dadurch im Unternehmen bekannter zu machen. Ein zügiger Ausbau ist meist geplant und budgetiert. Dies zeigt deutlich, dass die Vorteile von Identitätsmanagement sehr schnell erkannt werden und die Verbreitung damit in den nächsten Jahren deutlich zunehmen wird. Bis Identity Management zum nicht mehr wegzudenkenden Element in unserem Büroalltag wird, sind es also nur noch ein paar große Schritte respektive Jahre.

Über Novell

Novell, Inc. (Nasdaq: NOVL) ist seit mehr als 20 Jahren im Markt und entwickelt und vertreibt „Software for the Open Enterprise“. Mit offener, Standard-basierter Software unterstützt Novell mehr als 50.000 Unternehmen und Institutionen in 43 Ländern dabei, ihre IT-Umgebungen einfacher und sicherer zu gestalten und zu verwalten sowie besser zu integrieren. Novell Kunden erhalten die Kontrolle über ihre IT-Infrastruktur zurück und senken die Kosten. Dabei werden sie weltweit von 5.200 Novell Mitarbeitern, 5.000 Partnern und technischen Support Centers unterstützt.

Seit 1986 ist Novell durch die Novell GmbH in Düsseldorf auch auf dem deutschen Markt vertreten. Von diesem Standort aus werden Vertrieb und Marketing für Deutschland, Österreich und die Schweiz koordiniert - Niederlassungen befinden sich in Berlin, Frankfurt, München, Nürnberg, Wien, Zürich und Genf. Weitere, ausführliche Informationen über Novell Lösungen, Produkte und Services stehen im Internet zur Verfügung unter www.novell.com oder www.novell.de.

Weitere Informationen:

Ulrike Beringer
Manager Public Relations
Novell GmbH
Phone +49 (0) 89 206 002 118
eMail: <mailto:uberinger@novell.com>
Internet: <http://www.novell.com>

Novell Presseservice
vibrio Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH
Markus Pflugbeil
Senior PR Consultant
Phone +49 (0) 89 32 15 18 62
Fax +49 (0) 89 3 21 51 77
eMail: <mailto:markus.pflugbeil@vibrio.de>
Internet <http://www.vibrio.de>