



**FRANCOTYP-POSTALIA
WHITE PAPER**
De-Mail – zusätzliche Option für die
Postbearbeitung



**DE-MAIL VON
FRANCOTYP-POSTALIA**

DIE MAIL, DIE GANZ SICHER MEHR KANN.





De-Mail – zusätzliche Option für die Postbearbeitung

Die digitale Postbearbeitung gewinnt an Bedeutung. Die zunehmende Internetnutzung aber auch die technologische Entwicklung eröffnen neue Kommunikationsmöglichkeiten und fördern ein stärkeres Zusammenwachsen digitaler und physischer Kommunikation. De-Mail, sichere Online-Kommunikation und E-Postbrief sind durch zahlreiche Meldungen und Ankündigungen in aller Munde. Die Diskussionen führen aber teilweise auch zu einer Desorientierung von Kunden – Versendern wie Empfängern – über die zukünftigen Möglichkeiten im Markt für Postbearbeitung. Die FP-Gruppe sieht sich hier mit ihrem technologischen Know-how und ihrer jahrzehntelangen Erfahrung als Dienstleister für professionelle Briefbearbeitung als etablierter Partner. Mit dem vorliegenden Papier sollen die neuen Entwicklungen erläutert und deren Bedeutung für den Markt der Postbearbeitung herausgestellt werden.

De-Mail ermöglicht den sicheren und vertraulichen Austausch rechtsgültiger elektronischer Dokumente zwischen Bürgern, Behörden und Unternehmen über das Internet. De-Mail funktioniert wie eine E-Mail und erfüllt die Sicherheitsstandards des Postversands. Bislang standen hierfür nur der klassische Brief oder Speziallösungen für sichere elektronische Kommunikation zur Verfügung.

Die herkömmliche Kommunikation per E-Mail birgt Risiken. E-Mails lassen sich ohne großen technischen Aufwand wie eine Postkarte lesen. Sie können auf dem Weg abgefangen und in ihrem Inhalt verändert werden. Absender und Empfänger können sich nie sicher sein, mit wem sie tatsächlich kommunizieren.

Bisherige Lösungen für eine sichere elektronische Kommunikation setzen zumeist auf eine Ende-zu-Ende-Sicherheit. Basis dieser Lösungen sind Signaturtechnologien. Der Absender signiert und/oder verschlüsselt seine Nachricht, der Empfänger entschlüsselt die Nachricht und prüft die Signatur des Absenders. Aufgrund der technischen Anforderungen und der Komplexität haben sich solche Lösungen bisher kaum durchgesetzt.

Demgegenüber soll bei De-Mail die Benutzerfreundlichkeit das entscheidende Kriterium sein. Die Anwendung kommt der bisherigen E-Mail Nutzung ziemlich nahe und soll eine intuitive, rasche Eingewöhnung für den Nutzer gewährleisten.

Historie

Das Projekt wurde zum ersten Mal im November 2008 auf dem IT-Gipfel in Darmstadt vorgestellt. Parallel dazu wurde ein entsprechender Gesetzentwurf der Bundesregierung vorbereitet. Mit der Verabschiedung des De-Mail Gesetz im Mai 2011 wurden nun die Rahmenbedingungen für eine sichere Kommunikation im Internet gesetzt. Das Angebot von Produkten und Dienstleistungen rund um De-Mail erfolgt dann durch private Unternehmen, die sich als De-Mail Provider nach den gesetzlichen Vorgaben zertifizieren lassen. Im Raum Friedrichshafen fand von Oktober 2009 bis März 2010 ein Pilotprojekt statt. Die Verbreitungsquote von De-Mail lag in diesem Zeitraum über den Erwartungen der Anbieter, ohne dass wesentliche Werbemaßnahmen für De-Mail durchgeführt wurden. Die Rückmeldungen der Testnutzer



waren überwiegend positiv. Zurzeit erfolgt die Zertifizierung der De-Mail Provider durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) nach den Bestimmungen des De-Mail Gesetzes. Die ersten konkreten Angebote werden voraussichtlich im Herbst 2011 starten.

De-Mail dient ebenfalls der Umsetzung einer EU-Dienstleistungsrichtlinie für eine rechtssichere elektronische Kommunikation zwischen Bürgern und den Behörden.

Funktionsweise

Der Postfach- und Versanddienst bietet eine sichere, rechtsverbindliche und vertrauliche Kommunikation zwischen Bürgern, Behörden und Unternehmen. Die Kommunikation mittels De-Mail beruht auf gegenseitig authentisierten und verschlüsselten Kommunikationskanälen. De-Mail bietet mit „De-Safe“ zusätzlich ein elektronisches Archiv, in dem Dokumente sicher aufbewahrt werden können. Mit „De-Ident“ wird für die Nutzer ein sicherer Identitätsnachweis, z.B. bei erforderlichem Altersnachweis oder Adressnachweis möglich sein.



Anbieter

De-Mail Anbieter müssen im Rahmen einer Akkreditierung die Umsetzung technischer und organisatorischer Maßnahmen durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) nachweisen. Durch die Maßnahmen soll vor allem der Zugriff von Unberechtigten auf die Daten verhindert werden. Zudem müssen die Anbieter nachweisen, dass sie auf technischer Ebene mit den anderen De-Mail Anbietern nahtlos zusammenarbeiten. Das Entstehen von Insellösungen soll so vermieden werden. Erst nach erfolgreichem Durchlaufen des Akkreditierungsverfahrens dürfen sie am Markt als De-Mail Anbieter auftreten.

Potentielle Anbieter für De-Mail sind gegenwärtig: United Internet (GMX, Web.de), Deutsche Telekom, T-Systems und Mentana Claimsoft, eine Tochtergesellschaft der Francotyp-Postalia Gruppe, die auch an dem Pilotprojekt teilgenommen haben. De-Mail ist für weitere Anbieter offen, die sich akkreditieren lassen.



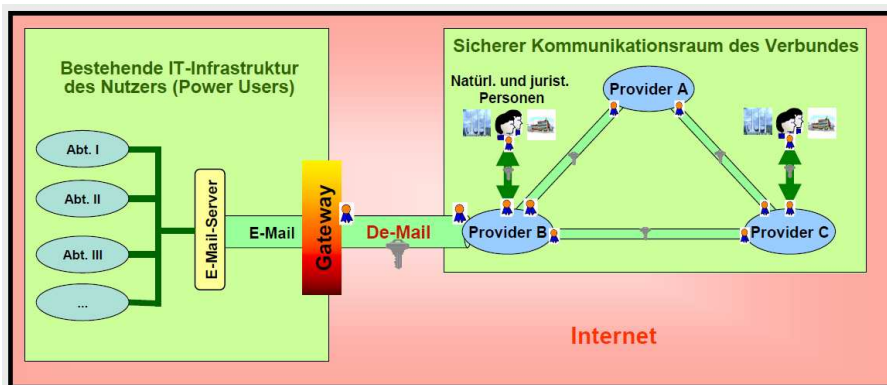
Registrierung der Kunden

Privatkunden, die sich ein De-Mail Benutzerkonto zulegen wollen, müssen sich einmalig einer Identitätsfeststellung unterziehen wie zum Beispiel durch das PostIdent-Verfahren oder künftig mit dem neuen Personalausweis.

Alle Daten, die der Nutzer zur Übertragung oder Speicherung an einen De-Mail Dienst übergibt, werden unmittelbar verschlüsselt und integritätsgeschützt. Für die Registrierung des elektronischen Postfachs ist keine Software nötig.

Neben der Privatkundenlösung hält De-Mail auch eine Geschäftskundenlösung bereit. Viele Unternehmens- und Verwaltungsprozesse erlauben bisher keine vollständige elektronische Bearbeitung.

Bei juristischen Personen, also z. B. Firmen, Organisationen oder öffentliche Stellen, werden zur Registrierung neben Angaben zur juristischen Person selbst auch die Daten ihrer vertretungsberechtigten natürlichen Personen erfasst. Unternehmen und Behörden können ihre existierenden, internen E-Mail-Infrastrukturen über eine Vermittlungslösung („Gateway“) an De-Mail anschließen und somit auch mehrere Arbeitsplätze an De-Mail anbinden.



Versand

Grundlage für die laufende Nutzung der De-Mail Dienste ist die sichere Anmeldung beim De-Mail Benutzerkonto. Dabei können verschiedenen Authentisierungsniveaus gewählt werden. „Normal“: entspricht dabei der Eingabe des Benutzernamens und des Passworts. „Hoch“: erfordert zusätzliche Berechtigungen (z.B. TAN Nummern, bestimmte Chipkarten oder den neuen Personalausweis).

Das bei der Anmeldung am Benutzerkonto verwendete Authentisierungsniveau wirkt sich auf die weitere Nutzung der De-Mail Dienste während des Anmeldezeitraums aus: So sind z. B. bestimmte Zugriffe auf Dokumente im De-Safe oder auf Nachrichten im Postfach sowie die Nutzung bestimmter Versandarten an ein Mindestauthentisierungsniveau gekoppelt. Das jeweilige Authentisierungsniveau ist für die Kommunikationspartner ersichtlich, damit diese den Grad der Vertrauenswürdigkeit einstufen können.



Das eigentliche Dokument wird wie an eine E-Mail angehängt und kann anschließend elektronisch per De-Mail verschickt werden. Ein positiver Nebeneffekt ist, dass durch den sicheren Versand unverlangte Mails (Spam) oder aber das Ausspähen von Daten (Phishing) unterbunden werden.

Eine wichtige Versandart ist das „De-Mail Einschreiben“, bei dem eine qualifiziert elektronisch signierte Bestätigung über den Versand und Empfang des Schreibens für den Versender ausgestellt wird.

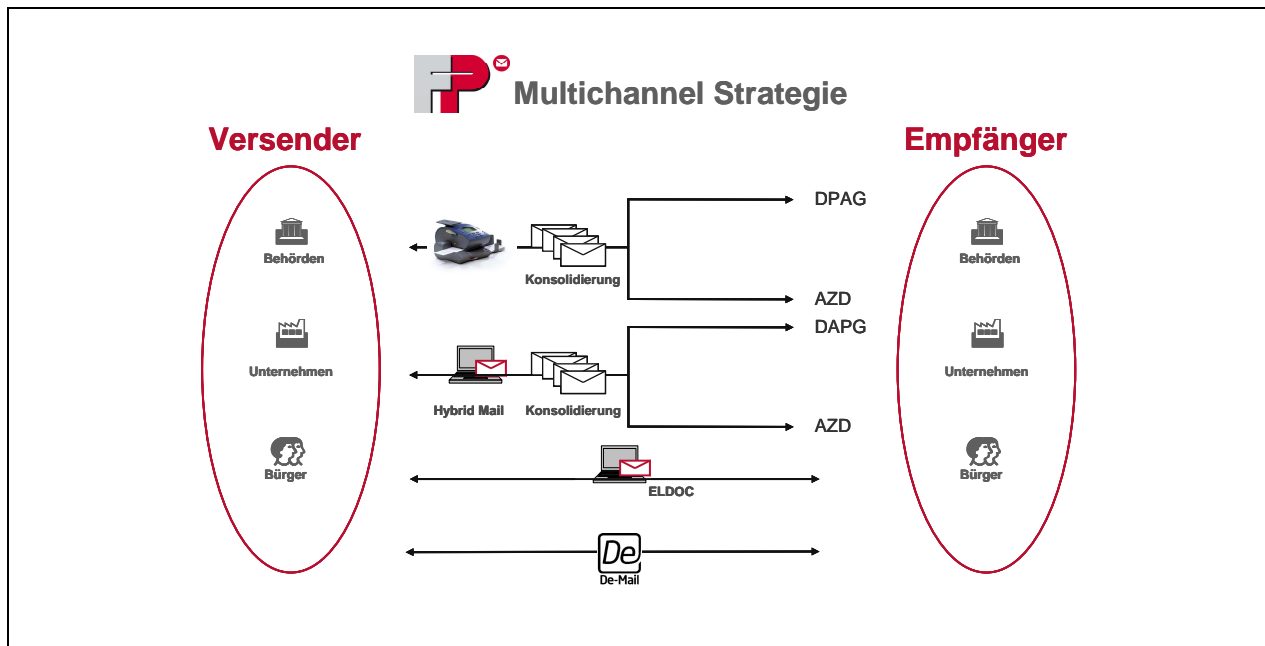
Empfang

Auch der Empfänger meldet sich bei seinem De-Mail Benutzerkonto an, wobei für ihn die gleichen Sicherheitsstandards gelten wie für den Versender. Je nach Authentisierungs- und Sicherheitsniveau öffnet er eine De-Mail mit Benutzername und Passwort oder zusätzlich mit mobiler TAN oder neuem Personalausweis. Beim De-Mail Einschreiben wird bei Erhalt dem Versender eine Bestätigung geschickt.

De-Mail Versand mit Hybridvariante

Ein wesentlicher Treiber bei der Ausbreitung von De-Mail wird das Angebot von Hybridlösungen sein. Hybridlösungen verbinden den elektronischen Versand mit dem klassischen Postversand und erlauben eine Verknüpfung zwischen der „De-Mail Welt“ und „Nicht-De-Mail Teilnehmern“. Beim Hybridbrief, wie ihn die FP-Gruppe schon seit einigen Jahren anbietet, werden die Nachrichten elektronisch und verschlüsselt an ein Druckzentrum des Anbieters versandt, dort gedruckt, zu physischen Briefen weiterverarbeitet und postalisch zugestellt. Die Einsatzmöglichkeiten reichen vom Individualbrief bis hin zu Massensendungen. Der Vorteil des Hybridbriefs besteht darin, dass der Medienbruch, vom elektronischen Versand hin zum physischen Brief, überwunden werden kann. Er ist vor allem dann von Interesse, wenn der Empfänger noch keine De-Mail Registrierung durchlaufen hat. Dies ist insbesondere für geschäftliche Versender mit großem Kundenkreis relevant, die damit ihre Kunden über ein Portal „De-Mail“ entweder vollelektronisch oder hybrid erreichen können.

Die FP-Gruppe ist als erster Komplettdienstleister für die Briefkommunikation in der Lage vom physischen über den hybriden bis zum digitalen Versand seinen Kunden alle Varianten der Kommunikation anzubieten und die De-Mail in das Produktportfolio zu integrieren.



E-Postbrief als weitere elektronische Kommunikationslösung

Die Deutsche Post bietet seit Mitte Juli 2010 den sogenannten „E-Postbrief“ an, der ähnlich wie De-Mail funktionieren soll. Teilnehmer müssen sich über PostIdent beim E-Post Portal registrieren lassen und können dann in dem von der Deutschen Post garantierten Rahmen vertraulich und verbindlich elektronische Dokumente versenden. Zur laufenden Nutzung ist neben dem Nutzernamen und Passwort die Eingabe einer mobilen TAN erforderlich. Die Deutsche Post bietet neben dem vollelektronischen Brief auch eine hybride Variante an. Die Rechtsverbindlichkeit der Sendungen ist gegenwärtig noch nicht garantiert. Erst nach einer Zertifizierung der Deutschen Post als De-Mail Provider wären die über E-Postbrief versandten Dokumente rechtsverbindlich.

Marktsituation und Erwartungen

Einschätzungen über das Marktpotential und die Erfolgsaussichten von De-Mail sind schwierig, da es vor allem von der Akzeptanz der potentiellen Nutzer – Versender und Empfänger – abhängt, ob sich De-Mail als eine Kommunikationsmöglichkeit unter vielen durchsetzen wird. Befragungen zeigen, dass potentielle Kunden noch erhebliche Vorbehalte und Unsicherheiten bezüglich konkretem Nutzen und Datensicherheit haben.

Die Bundesregierung geht davon aus, dass sich im ersten Jahr ca. 2-3% der Bevölkerung bei De-Mail registrieren werden, eine Erwartung, die sich im Pilotprojekt bestätigt hat. Da sich bei der Nutzung von De-Mail vor allem gegenüber dem traditionellen Brief Einsparpotentiale erzielen lassen, rechnet der Gesetzgeber damit, dass nach 5 Jahren ca. 9% der gesamten Briefsendungen über De-Mail laufen könnten.



Daraus wird deutlich, dass De-Mail eine zusätzliche Option für den Versand und Empfang von Dokumenten sein wird, neben dem traditionellen Brief, E-Mail, Fax und hybridem Brief. Die Wahl des Kommunikationswegs wird von den spezifischen Kundenanforderungen abhängen. Hierbei sind folgende Aspekte zu betrachten:

- De-Mail ist einfacher als bisherige Insellösungen für rechtssichere E-Mail Kommunikation mit qualifizierter Signatur.
- Die Attraktivität für Versender ergibt sich aus Kosteneinsparung und Prozessvereinfachung beim Handling der Dokumente.
- Im Zuge der Vereinfachung der steuerlichen Anerkennung elektronischer Rechnungen wird De-Mail als einfaches und standardisiertes Verfahren anerkannt.¹ Auch wenn prinzipiell Rechnung per E-Mail zukünftig aus steuerlicher Sicht möglich sind, gelten doch Authentizität des Versenders, Datenschutz und Sicherheit (Integrität des Inhalts) sowohl beim Versender als auch beim Empfänger als wesentliche Anforderungen, da es sich um kundensensible Daten handelt, die nur durch Verfahren wie De-Mail oder qualifizierte Signaturen gewährleistet werden können.
- Die Attraktivität für Empfänger wird wesentlich von den Geschäftsmodellen der Provider abhängen. Eine hohe Teilnehmerzahl auf Empfängerseite wird aber notwendig sein, um die Attraktivität des De-Mail Netzes sicherzustellen.
- De-Mail wird nicht für alle Kommunikationsmöglichkeiten eine Alternative sein:
 - Es wird eine Reihe von Sendungen geben, bei denen weiterhin eine normale E-Mail ausreichend ist.
 - Es wird eine Reihe von Sendungen geben, die sich nicht durch elektronische Kommunikation ersetzen lassen und weiterhin physisch versandt werden (z.B. Buchsendungen, Kataloge).
 - Der klassische physische Brief erzielt auch und gerade im Zeitalter der digitalen Kommunikation hohe Aufmerksamkeit beim Empfänger und ist daher für viele Versender auch zukünftig ein attraktives Kommunikationsmedium (z.B. Premiumwerbung).
 - Es wird eine Reihe von Empfängern geben, die ihre Sendungen in physischer Form empfangen wollen. Gerade bei der Business-to-Consumer Kommunikation werden in Zukunft auch die Präferenzen des Empfängers eine stärkere Rolle spielen als bislang, wo im Wesentlichen der Versender den Kommunikationsweg bestimmt.

Daher werden auch zukünftig verschiedene Kommunikationsmöglichkeiten parallel bestehen. In Bezug auf den klassischen Postbearbeitungsmarkt wird sich De-Mail als eine Versand- und Empfangsoption etablieren aber kurz- und mittelfristig nicht den klassischen Brief verdrängen. Gerade in der Anlaufphase wird vor allem der hybride Versand zunehmen, da so beide Welten verbunden werden können. Für die Kunden wird es daher wichtig, aus einer ganzen Bandbreite von Kommunikationsmöglichkeiten die für ihre Anforderungen entsprechenden Lösungen, gegebenenfalls auch situationsspezifisch, auswählen zu können:

¹ Siehe Bundesministerium der Finanzen: Fragen und Antworten zur Vereinfachung der elektronischen Rechnungsstellung zum 1. Juli 2011 durch Art. 5 StVereinfG 2011



- Es wird Anbieter geben, die sich auf bestimmte Lösungen oder Kundengruppen spezialisieren, bzw. ihre bisherigen Produkte und Anwendungen um Komponenten zu De-Mail erweitern.
- Weiterhin werden Anbieter als „Kommunikationsmittler“ agieren, die die Kommunikationsströme der Versender ja nach Versandoption und -wunsch auf die entsprechende Versandart lenken.

Vor diesem Hintergrund wird sich der Markt für De-Mail in den Markt für andere Kommunikationslösungen integrieren und dann erfolgreich sein, wenn die Anbieter Geschäftsmodelle etablieren, die auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen. Die Voraussetzungen für ein vielfältiges Angebot hat die Bundesregierung geschaffen, in dem sie den Standard und die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die sichere elektronische Kommunikation setzt, die Umsetzung in Form konkreter Produkte aber der Privatwirtschaft im Wettbewerb überlässt.

Die FP-Gruppe bietet als erster Komplettanbieter für die Briefkommunikation das gesamte Lösungsspektrum von der physischen über die hybride bis zur vollelektronischen Kommunikation an und realisiert De-Mail gemeinsam mit Mentana-Claimsoft, einem Unternehmen der FP-Gruppe. Aktuell befindet sich Mentana-Claimsoft im Zulassungsverfahren beim Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik. Derzeit kann bereits eine Vorabregistrierung und Reservierung von De-Mail-Adressen und De-Mail Domains unter www.francotyp.de/de-mail erfolgen.

Kontakt

Francotyp-Postalia GmbH
Manager Corporate Strategy
Dr. Monika Plum
Tel: +49 (0)3303 525 973
E-Mail: m.plum@francotyp.com

Über die FP-Gruppe

Die FP-Gruppe ist der erste Multi-Channel-Anbieter für die Briefkommunikation. Das weltweit tätige Unternehmen bietet sämtliche Produkte und Lösungen für Geschäfts- und Privatkunden. Neben traditionellen Maschinen für das Frankieren und Kuvertieren von Briefen umfasst das Angebot Dienstleistungen wie die Abholung von Geschäftspost sowie innovative Softwarelösungen wie der vollelektronische Brief. Die FP-Gruppe mit Hauptsitz in Birkenwerder bei Berlin kann damit maßgeschneiderte Multi-Channel-Lösungen anbieten. Sie ist heute in vielen Industrieländern mit eigenen Niederlassungen präsent und besitzt bei Frankiermaschinen einen weltweiten Marktanteil von rund 10%. Mit ihrer mehr als 85-jährigen Unternehmensgeschichte profitiert die FP-Gruppe heute in allen Märkten von der zunehmenden Liberalisierung der Postmärkte sowie der Bereitschaft von Unternehmen, ihre Geschäftspost an professionelle Dienstleister auszulagern. Im Geschäftsjahr 2010 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von 147,3 Millionen Euro. Weltweit beschäftigt die FP-Gruppe mehr als 1.000 Mitarbeiter.