

Erfolgsfaktoren von Hybridpost und De-Mail

Alex Kalevi Dieke

Vortrag beim 6. KEPnet Strategieforum Brief des BdKEP

Berlin, 8. November 2010

Wer ist WIK-Consult?

- WIK Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste
 - Unabhängiges Forschungs- und Beratungsinstitut (Bundeseigentum)
 - Ca. 35 Forscher/Berater
 - Über 25 Jahre Erfahrung in Regulierung und Sektorpolitik
 - Telekommunikation, Post, Energiemärkte, Verkehr

- WIK-Consult ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des WIK
 - Beratung und Expertise in regulierten Märkten seit 2001
 - ~ 60% vom Umsatz außerhalb Deutschlands

1. Begriffsklärung
2. Hybridpost: Geschäftsmodelle, Preise, Einsparpotentiale
3. E-Postbrief und andere De-Mail-Produkte
4. Kritische Erfolgsfaktoren von Hybridpost und De-Mail

1. Medienbruch

- Es existiert ein Medienbruch zwischen elektronischen und physischen Kommunikationsmitteln

2. Physische Zustellung

- Elektronische Übergabe der Nachricht vom Versender an den Dienstleister
- Der Dienstleister druckt, kuvertiert und frankiert die Sendung und sorgt für die physische Zustellung an den Empfänger

3. Komplettangebot

- Der Dienstleister bietet ein Komplettangebot (Druck, Produktion, Versand)
- Der Hybridpost-Dienstleister haftet für den gesamten Prozess

1. Kein Medienbruch

- Die Nachrichtenübertragung erfolgt vollständig elektronisch

2. Elektronische Zustellung

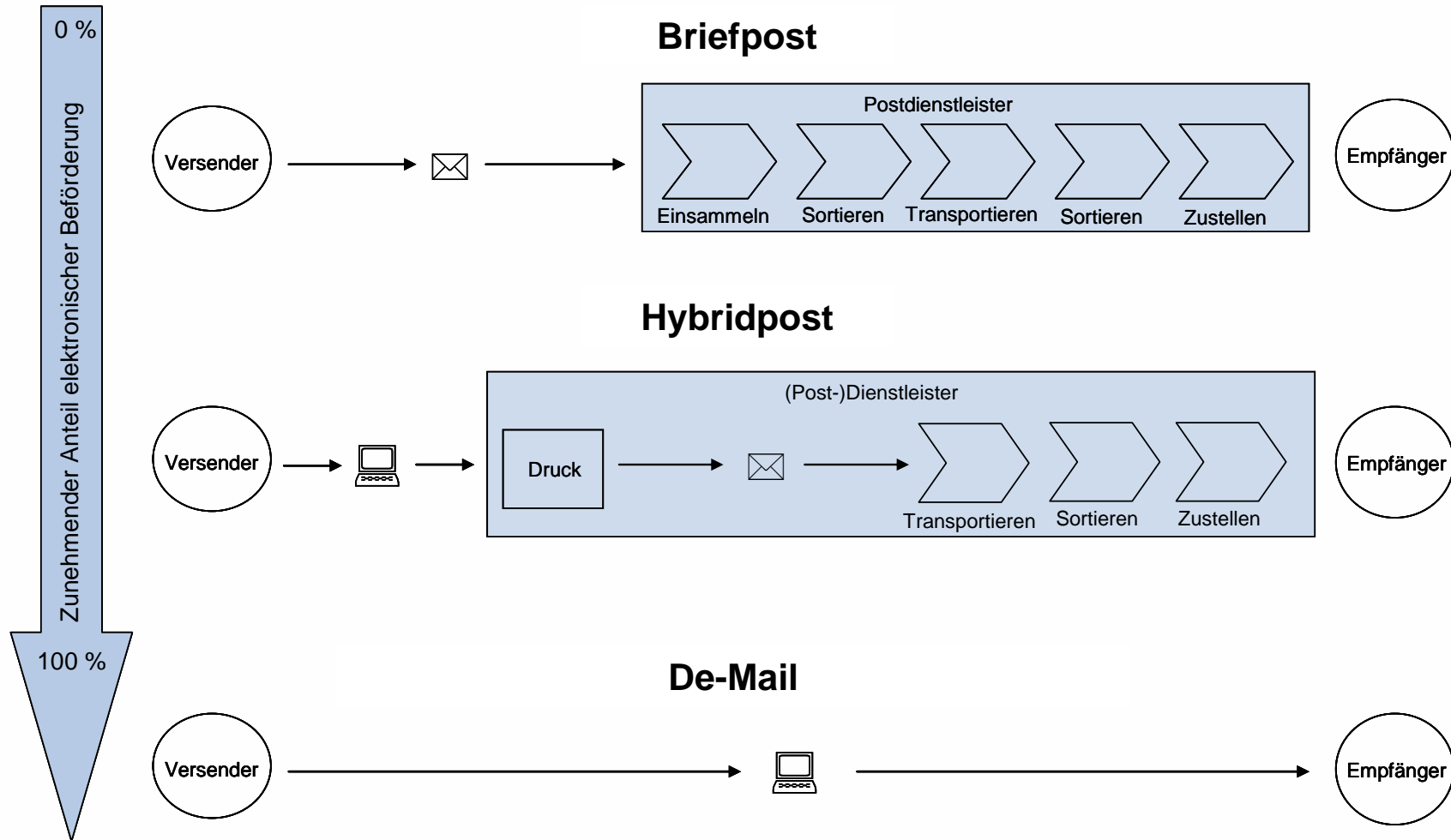
- Elektronische Übergabe der Nachricht vom Versender an seinen Provider
- Ggf. elektronische Übergabe der Nachricht vom Provider des Versenders an den Provider des Empfängers
- Der Provider des Empfänger legt die Nachricht in dessen elektronisches Postfach

3. Sicherheit

- Sichere Datenübertragung durch Verschlüsselung
- Authentizität durch eindeutige Identifizierung von Empfänger und Absender
- Nachweisbarkeit des Versands bzw. des Empfangs der elektronischen Nachricht

Begriffsklärung?

Briefpost → Hybridpost → De-Mail



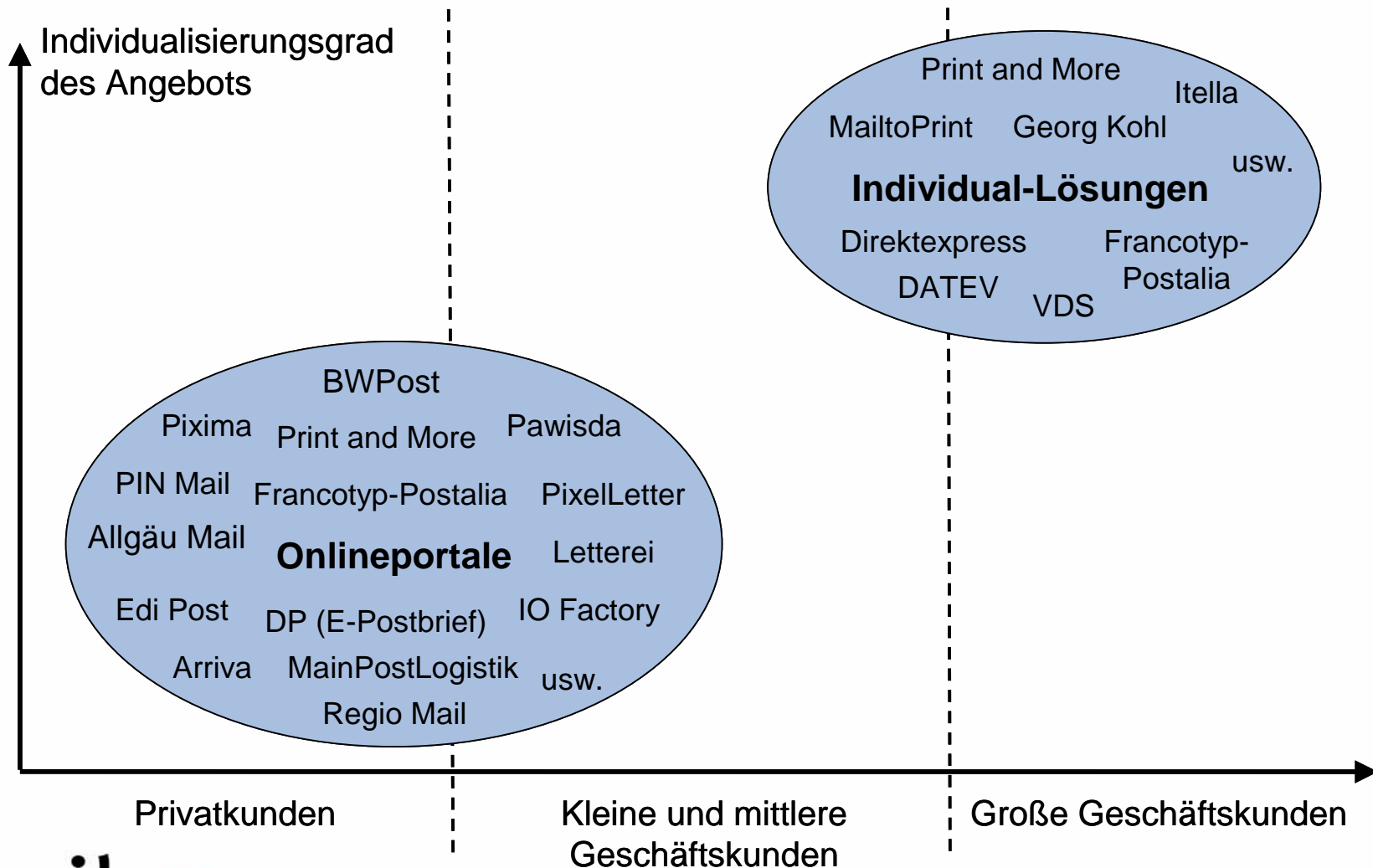
- Onlineportale
 - Weitgehend standardisierter Versand von Hybridpost
 - Zielgruppe: Geschäfts- und Privatkunden mit geringen Sendungsmengen
- Individual-Lösungen
 - Individuell zugeschnittene Hybridpostangebote
 - Zielgruppe: Geschäftskunden mit mittleren bis hohen Sendungsmengen
- Nischenprodukt: Internationale Hybridpost
 - Internationaler Versand mit Druck im Zielland für
 - Zielgruppe: Privat- und Geschäftskunden, Reisende, Migranten

- **Produktangebot:** Druck und Versand von Briefsendungen
 - Vers. Druckoptionen: s/w- oder Farbdruck, Simplex- oder Duplexdruck
 - Zusatzoptionen: Einbindung von (eingescannten) Unterschriften und Logos, Wahl der Papierqualität, z. T. Einlegen von Werbesendungen oder Überweisungsträgern
 - Abrechnung: Guthabenkonto (Aufladung über Kreditkarte, PayPal oder Lastschrift)
- **Anbieter und deren Produktionsgegebenheiten:**
 - Dienstleister aus postvorgelagerten Bereichen lagern i. d. R. die Zustellung aus
 - Regional tätige Briefdienste erbringen oftmals alles aus einer Hand
 - Zustellung: über Deutsche Post (E+1) oder alternative Zusteller (E+1 bis E+3)
- **Technische Lösungen:**
 - Datenübertragung: Interneteingabemaske, Hochladen der Datei(en) oder Installation eines Druckertreibers
 - Datensicherheit: Verschlüsselung über SSL
- **Kundenfokus:**
 - Kleine bis mittlere Geschäftskunden (Tagespost und Rechnungsversand)
 - Problemloser Zugang auch für Privatkunden möglich

- **Produktangebot:** Druck und Versand von Briefsendungen
 - Druckoptionen und Zusatzoptionen wie bei Onlineportalen
 - Weitere Zusatzoptionen: z. B. Verwendung des kundeneigenen Briefpapiers, Adressprüfung, Redressbearbeitung, Archivierung und Portooptimierung
 - Abrechnung: Rechnungsstellung nach Auftragsabwicklung oder am Monatsende
- **Anbieter und deren Produktionsgegebenheiten:**
 - Dienstleister aus postnahen Bereichen lagern i. d. R. die Zustellung aus
 - Zustellung: über Deutsche Post (E+1) oder alternative Zusteller (E+1 bis E+3)
- **Technische Lösung:**
 - Datenübertragung: Installation eines Druckertreibers oder Automatische Dateiabholung
 - Datensicherheit: Verschlüsselung über SSL mittels SMTP, FTP oder VPN
- **Kundenfokus:**
 - Geschäftskunden mit mittlerem und großem Sendungsvolumen (Tagespost, Rechnungsversand sowie Direktwerbung)

Hybridpost

Anbieter / Marktpositionierung

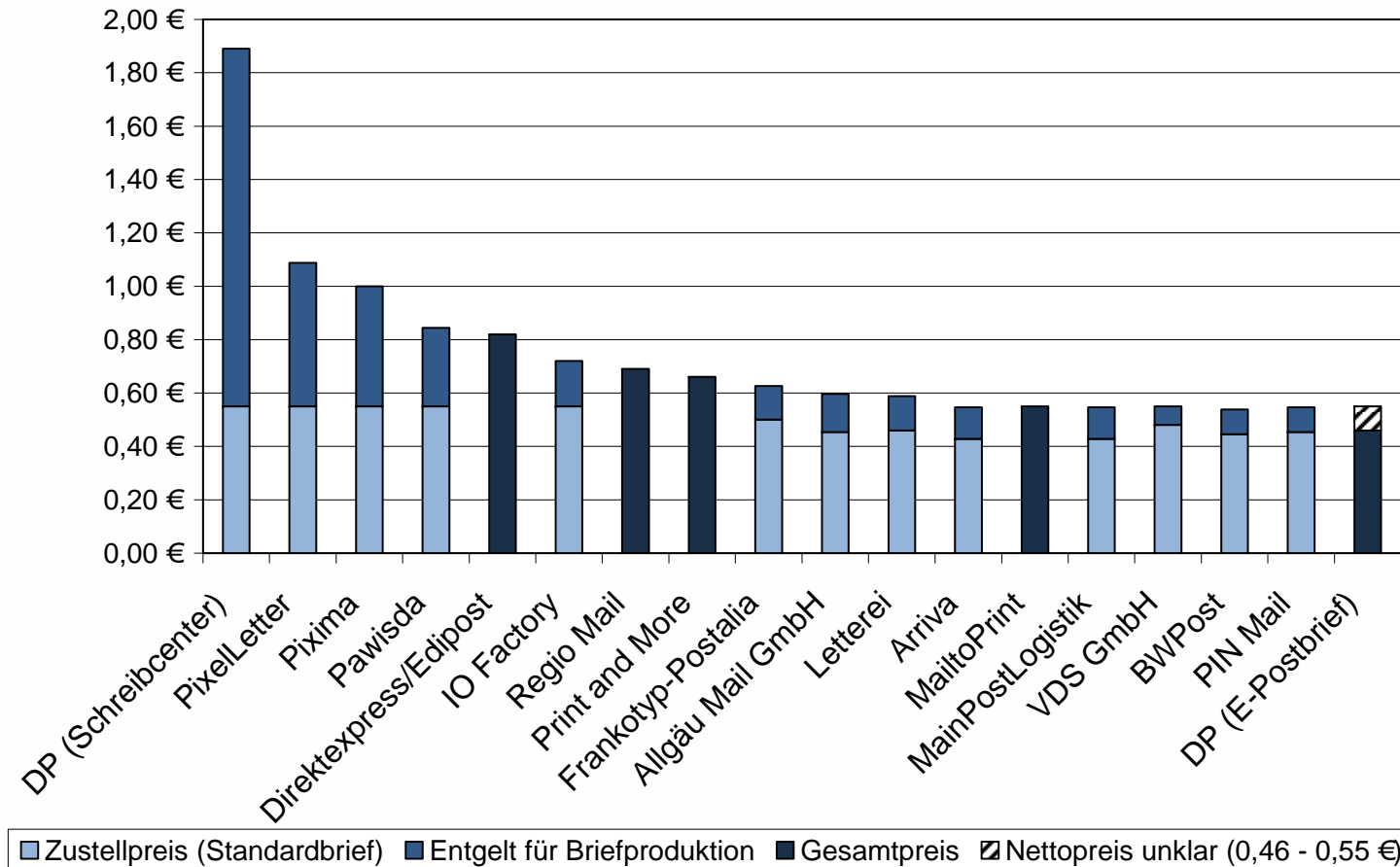


- Preis = Entgelt für Briefproduktion + Zustellentgelt
- Entgelt für die Briefproduktion
 - Das Entgelt enthält den Druck, die zu bedruckenden Papierseiten, den Briefumschlag sowie die Kuvertierung und Frankierung der Sendungen
- Ggf. kostenpflichtige Zusatzleistungen
 - Bspw. höherwertiges Papier, Inserts, Einschreiben, Archivierung
- Entgelt für die Zustellung
 - Der Preis für die Zustellung der Sendung (Zustellentgelt bzw. Porto) wird vom Hybridpost-Anbieter meist separat ausgewiesen

Hybridpost

Preisvergleich (Juli 2010)

Entgelt für Briefproduktion und Zustellung, 1-seitig, schwarz-/weiß (ohne MwSt)



Traditioneller Briefversand

Zeit- und Personalkosten 1 Ausdrucken, Falzen, Kuvertieren, Frankieren (2 Minuten bei Personalkosten von 15 €/Stunde)	0,50 €
Materialkosten Drucker, Toner, Wartungs- und Serviceverträge, Papier, Kuvert, Frankierstreifen, Strom etc.	0,27 €* 0,27 €
Zeit- und Personalkosten 2 (Poststrecke: Weg zur Post, Brief- marke holen etc. (Annahme: 20 min. für 100 Stück)	0,05 €
Versandkosten für einen Standardbrief	0,55 €
Gesamtkosten Traditioneller Briefversand	1,37 €

Hybridpost-Versand

Zeit- und Personal- kosten 1 Ausdrucken, Falzen, Kuvertieren, Frankieren	inklusive
Materialkosten Drucker, Toner, Wartung, Papier, Kuvert, Frankier- streifen, Strom etc.	inklusive
Zeit- und Personal- kosten 2 Weg zur Post	entfällt
Versandkosten Freimachung	inklusive
Gesamtpreis Hybridpost-Versand	0,55 - 1,09 €

De-Mail-Produkte

E-Postbrief der Deutsche Post AG

- Hintergrund
 - Elektronische Substitution gefährdet Kerngeschäft der Deutsche Post
 - De-Mail (Pilotprojekt und Gesetzesinitiative)
- Technische Lösung & Kundenfokus
 - Individuelllösung für große Versender
 - Onlineportal für kleine und mittlere Versender sowie Privatkunden
- E-Postbrief hat zwei Varianten
 - Hybridpost – Zustellung als Brief
 - Elektronische Zustellung / De-Mail-Standard
- Preis: 0,55 €
 - Erscheint durchsetzbar für Hybridvariante
 - Durchsetzbar für elektronische Zustellung?

- Ziel: Rechtsverbindliche, sichere E-Mails, unterstützt durch Bundesregierung (De-Mail-Gesetz)
- Drei große Anbieter: Deutsche Post AG, Deutsche Telekom AG, United Internet
- De-Mail-Produkte
 - Deutsche Post ist Vorreiter, genaue Produkte der anderen noch unklar
 - Alle Produkte bieten elektronischen Versand, auch an Empfänger, die bei anderen De-Mail-Providern angemeldet sind
 - Wirtschaftlich müssen alle Anbieter auch hybride Variante anbieten (z.B. Kooperation von web.de und Frankotyp-Postalia)
- Preise anderer Anbieter noch unbekannt
 - Hybridzustellung: vermutlich leicht unterhalb E-Postbrief (rund 0,50€?)
 - Elektronische Zustellung: vermutlich deutlich unterhalb E-Postbrief (0,20€?)

- Wem nützt De-Mail?
 - **Große Versender** können Kosten ihrer Kommunikation sparen
 - Nutzen für **Empfänger** weniger klar – Überzeugungsarbeit der De-Mail-Anbieter nötig!
- Mögliche Einnahmen der De-Mail Anbieter
 - Umsätze von Versendern
 - Zusätzliche Umsätze von anderen De-Mail Providern (für Zustellung ins Empfängerpostfach)?
- Kritische Erfolgsfaktoren für De-Mail-Anbieter
 - Viele Empfänger rekrutieren!
 - Bedenken der Kunden wegen Datenschutz zerstreuen
 - Preise für elektronische Zustellung
 - Zusammenarbeit der De-Mail-Anbieter / Interoperabilität

- Falls sich De-Mail durchsetzt ...
 - gefährdet es langfristig den Briefmarkt
 - kurzfristig keine erheblichen Auswirkungen auf Briefdienste
- Die Empfänger entscheiden, wie schnell der Übergang zu De-Mail geht
- Für eine (lange) Übergangszeit werden De-Mail-Anbieter auch hybride Zustellung anbieten
- ➔ De-Mail-Anbieter werden neue Kunden für den Briefmarkt

■ WIK-Forschungsprojekt zu Hybridpost

- Dieke, Junk und Schölermann, WIK-Diskussionsbeitrag Nr. 341, August 2010
- Download unter www.wik.org
- Zielsetzungen der Studie
 - Marktstudie Hybridpost
 - Auswirkungen auf die traditionelle Briefpost

■ Neue Studie zu De-Mail in Arbeit

- Bearbeitung bis Frühling 2011
- Kontakt: Petra Junk, p.junk@wik.org





Alex Kalevi Dieke

WIK-Consult GmbH

Postfach 2000

53588 Bad Honnef, Deutschland

Tel.: +49 2224-9225-36

Fax: +49 2224-9225-66

eMail: a.dieke@wik-consult.com

www.wik-consult.com