

# De-Mail: Wer kann profitieren?

**Petra Junk**

**Vortrag bei der 13. DOXNET Fachkonferenz**

**Baden-Baden, 21. Juni 2011**

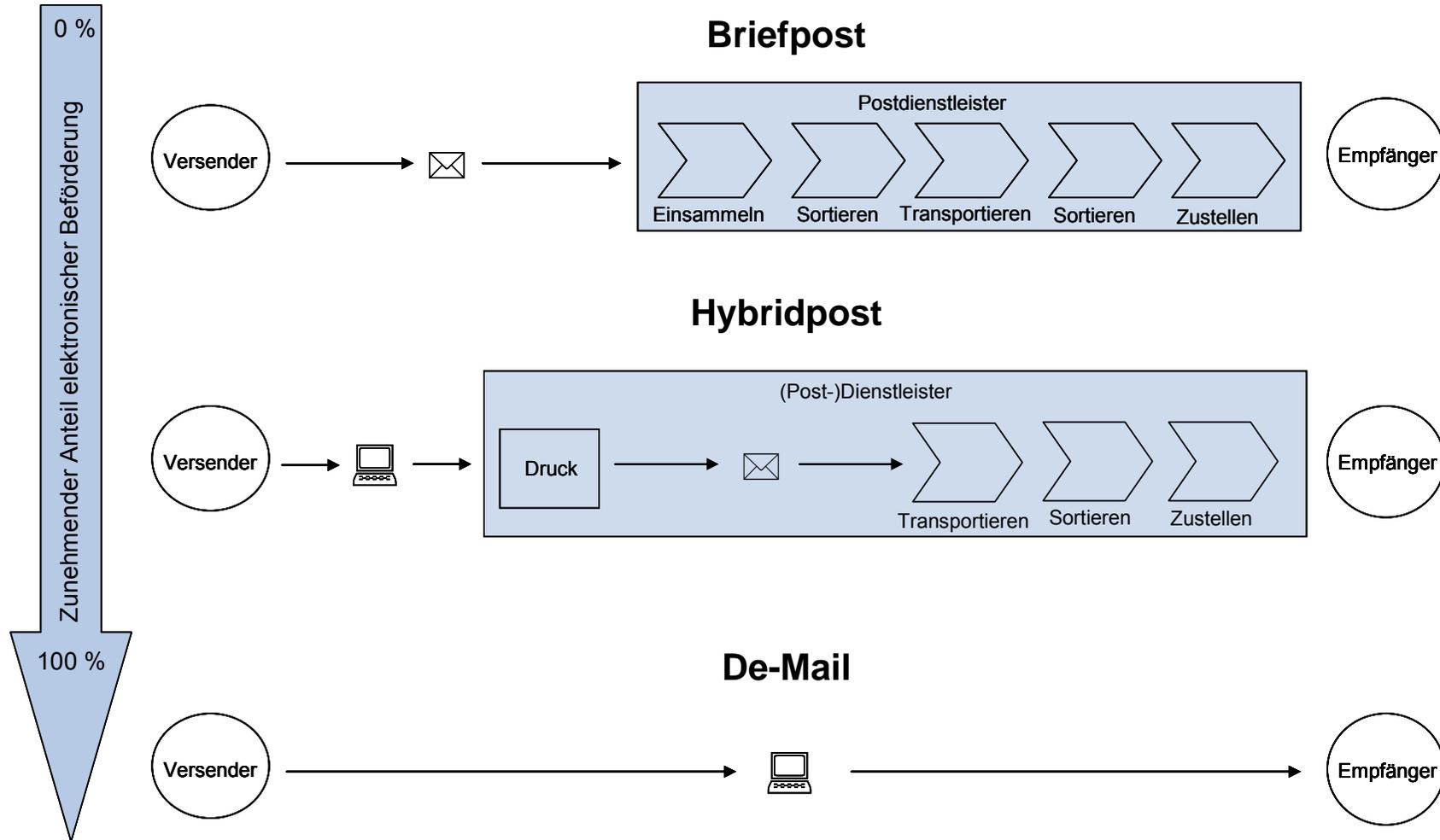
# Wer ist WIK-Consult?

- WIK Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste
  - Unabhängiges Forschungs- und Beratungsinstitut (Bundeseigentum)
  - Ca. 40 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
  - Wesentliche Zielgruppe: öffentlicher Sektor
  - ~ 60% vom Umsatz außerhalb Deutschlands

- Begriffsklärung
- Rechtliche Grundlage: De-Mail Gesetz
- De-Mail-Produkte und Anbieter
- Kritische Erfolgsfaktoren der De-Mail
- Wer kann von De-Mail profitieren?

# Begriffsklärung

Briefpost > Hybridpost > De-Mail



# Begriffsklärung

Wesentliche Kennzeichen von

## Hybridpost

1. Medienbruch
2. Physische Zustellung
3. Komplettangebot



## De-Mail

1. Kein Medienbruch
2. Elektronische Zustellung
3. Sicherheit
  - Verschlüsselung
  - Authentizität
  - Nachweisbarkeit

# Rechtliche Grundlage: De-Mail-Gesetz

## Historie



# Rechtliche Grundlage: De-Mail-Gesetz

## Ziele und Hintergrund

### Ziel

- Rechtsverbindliche, sichere elektronische Kommunikation, unterstützt durch die Bundesregierung



### Hintergrund

- Scheitern der elektronischen Signatur
  - Hohe technische Anforderungen durch Signaturgesetz
  - Nicht benutzerfreundlich aufgrund hoher Komplexität
- Bundesregierung erhofft sich Kosteneinsparungen durch elektronischen Versand von Behördenpost

# Rechtliche Grundlage: De-Mail-Gesetz

## Inhalt und Streitpunkte

### Inhalt

- Definition von De-Mail-Diensten
- Regelung des Akkreditierungsverfahrens für De-Mail-Provider (inklusive zu erbringender Nachweise)
- Vorgaben zur Sicherheit der Dienste (Datenschutz und Identifizierung)
- Festlegung der Rechte und Pflichten von De-Mail-Providern und Nutzern

### Streitpunkte

- Ende-zu-Ende-Verschlüsselung
- Eindeutige Kennzeichnung von De-Mail-Adressen

# De-Mail-Produkte und Anbieter

## Überblick

### Anbieter



### De-Mail-Produkte

- Deutsche Post ist mit dem E-Postbrief Vorreiter
- Genaue Produkte der anderen Anbieter noch unklar
- Angebot umfasst:
  - elektronischen Versand (De-Mail auch an Empfänger, die bei anderen De-Mail-Providern angemeldet sind)
  - hybriden Versand (an Empfänger ohne De-Mail-Adresse)

# De-Mail-Produkte und Anbieter

## E-Postbrief der Deutschen Post

### Hintergrund

- Elektronische Substitution gefährdet Kerngeschäft der Deutschen Post
- De-Mail (Pilotprojekt und Gesetzesinitiative)
- Produkteinführung im Sommer 2010

### Technische Lösung & Kundenfokus

- Individuallösung für große Versender
- Onlineportal für kleine und mittlere Versender sowie Privatkunden

### Preisgestaltung

- Traditioneller Briefversand: 0,55€
- Hybridpost: 0,55€ (+X)
- Elektronische Zustellung: 0,55€

# De-Mail-Produkte und Anbieter

## Andere De-Mail Anbieter

### Hintergrund

- IT-Dienstleister sehen neues Geschäftsfeld
- Kooperation mit Druck-Dienstleistern für hybriden Versand sinnvoll
- Produkteinführung verzögerte sich durch das De-Mail-Gesetz

### Technische Lösung & Kundenfokus

- Genaues Angebot noch unklar
- Vermutlich vers. Angebote je nach Größe des Senders
- Plus Zusatzservices

### Preisgestaltung noch unbekannt

- Hybridpost: vermutlich leicht unterhalb E-Postbrief (0,50€?)
- Elektronische Zustellung: vermutlich deutlich unterhalb E-Postbrief (0,15€ bis 0,25€?)

## Kritische Erfolgsfaktoren der De-Mail

- Preise für elektronische Zustellung
- Bedenken der Kunden wegen Datenschutz zerstreuen
- Zusammenarbeit der De-Mail-Anbieter / Interoperabilität
- Viele Empfänger für sich gewinnen!

# Wer kann von De-Mail profitieren?

## Nach Interessengruppen

### De-Mail-Anbieter

- Umsätze von Versendern (De-Mail-Versand und Zusatzservices)
- Ggf. Zusätzliche Umsätze von anderen De-Mail Providern (für Zustellung ins Empfängerpostfach)

### Versender

- Geringerer Zeitaufwand
- Deutliche Einsparungen von Material- und Portokosten möglich

### Empfänger

- Nutzen unklar! → Kosten und Nutzen von De-Mail sind ungleichmäßig auf Nutzer verteilt!

# Wer kann von De-Mail profitieren?

Fallbeispiel: Privatnutzer

## Versand von Sendungen

- Briefversand	0,74 €
- De-Mail (E-Postbrief)	0,55 €
Einsparung pro <u>versendeter</u> De-Mail	0,19 €

## Empfang von Sendungen

- Kosten für Druck oder Speicherung der De-Mail	0,10 €
Zusatzkosten pro <u>versendeter</u> De-Mail	-0,10 €

## Zusätzliche Kosten/Jahr

- Keine einmaligen Kosten (z. B. für Registrierung)	0 €
- Keine monatliche Grundgebühr	0 €

## Einsparung pro Jahr

bei 10% De-Mails	-1,31 €
bei 25% De-Mails	-3,28 €

# Wer kann von De-Mail profitieren?

Fallbeispiel: Kleine und mittlere Versender

	Kleiner Versender	Mittlerer Versender
<b>Versand von Sendungen</b>		
- Briefversand (Porto, Material, Druck und Arbeitszeit)	1,36 €	0,82 €
- De-Mail	<u>-0,55 €</u>	<u>-0,40 €</u>
Einsparung pro <u>versendeter</u> De-Mail	0,81 €	0,42 €
<b>Empfang von Sendungen</b>		
- Öffnen und Weiterleiten von Briefen	0,25 €	0,25 €
- Kosten für Druck oder Speicherung der De-Mail	<u>-0,05 €</u>	<u>-0,01 €</u>
Einsparung pro <u>empfangener</u> De-Mail	0,20 €	0,24 €
<b>Zusätzliche Kosten/Jahr für</b>		
- Registrierung und Identifizierung	18,33 €	18,33 €
- Implementierung und laufende Systemanpassung	620 €	2.600 €
- Monatliche Grundgebühr	30 €	240
<b>Einsparung pro Jahr</b>		
bei 10% De-Mails	<b>-230 €</b>	<b>-905 €</b>
bei 25% De-Mails	<b>+428 €</b>	<b>+2,024 €</b>

# Wer kann von De-Mail profitieren?

## Kosten-Nutzen-Analyse Fazit

- Unternehmen und öffentliche Versender können von De-Mail profitieren, müssen aber nicht (Grund: einmalig hohe Kosten)
- Höhere Einsparungen beim Versand von De-Mails als beim Empfang
- Insbesondere große Versender können profitieren
- Privatnutzer haben u. U. sogar Zusatzkosten

# Wer kann profitieren?

Erzielbare Kosteneinsparung abhängig von:

## Einsparungen gegenüber traditionellem Briefversand

- De-Mail-Preis vs. Briefporto
- Material- und Prozesskosten

## Zusatzkosten durch De-Mail

- Kosten für Registrierung und Identifizierung
- Implementierungskosten
- Kosten für laufende Systemanpassungen

## Sendungsmenge

- Substitutionsfähige Briefmenge
- Verhältnis zwischen empfangenen und versendeten Briefen
- Hauptsächliche Kommunikationspartner

# Wer kann profitieren?

## Wichtige Fragen für Versender

- Mit wem kommuniziere ich hauptsächlich?
- Welche Sendungen können potenziell per De-Mail verschickt werden?
- Welcher Dienstleister bietet mir welche Konditionen?
- Welche Material- und Prozesskosten kann ich durch De-Mail einsparen?
- Mit welchen internen Systemen soll das De-Mail-System verknüpft sein?

### WIK-Forschungsprojekt zu Hybridpost

- Dieke, Junk und Schölermann, WIK-Diskussionsbeitrag Nr. 341, August 2010
- Kostenloser Download unter [www.wik.org](http://www.wik.org)
- Zielsetzungen der Studie
  - Marktstudie Hybridpost
  - Auswirkungen auf traditionelle Briefpost

### Neue Studie zu De-Mail

- Veröffentlichung im Juni 2011
- Kontakt: Petra Junk, [p.junk@wik.org](mailto:p.junk@wik.org)





**Petra Junk**

WIK-Consult GmbH

Postfach 2000

53588 Bad Honnef

Deutschland

Tel.: +49 2224-9225-45

Fax: +49 2224-9225-63

eMail: [p.junk@wik-consult.com](mailto:p.junk@wik-consult.com)

[www.wik-consult.com](http://www.wik-consult.com)