

Heißes Thema Brief 2.0

Das Managementforum Postmarkt vom DVPT hat gezeigt: Der elektronische Brief wird die wichtigste Neuerung in der modernen Kommunikation.

Eines steht fest: Das alles überragende Thema auf der DVPT-Veranstaltung war der elektronische Brief, vorgestellt von der Deutschen Post („Online-Brief“) und dem Bundesinnenministerium („De-Mail“). Selten kommt es auf Kongressen vor, dass anschließende Fragerunden in einer gewissen Ausführlichkeit überhaupt zustande kommen, geschweige denn aus Zeitmangel abgewürgt werden müssen. Dass dem hier bei beiden Vorträgen so war, zeigt den enormen Informationsbedarf. Der DVPT, bei dem zum ersten Mal die beiden großen Initiativen Raum bekamen, hat also voll ins Schwarze getroffen. Weil das Thema von so allgemeinem Interesse ist, erlauben Sie uns, den zur Verfügung stehenden Raum für die Berichterstattung über die Veranstaltung hauptsächlich für diese neue Kommunikation zu nutzen, obwohl der „Brief 2.0“ – so das Motto der Veranstaltung – in den Referaten auch unter anderen Aspekten thematisiert wurde.

So stellten Wilfried Hahn von Böwe und Rainer Pliska von IQ Letternet die Produkte ihrer Unternehmen vor, die



Dirk Wolf vom DDV: „Konjunkturprogramm für Anwälte“



Gespannte Zuhörer in der Frankfurter IHK am 5. November 2009

auch morgen noch Lösungen für die Briefkommunikation bieten. Nicht nur online oder flach, sondern auch die dreidimensionale Sendung erhielt eine Stimme: Thomas Hüpper von DSD (Duales System Deutschland) erläuterte die neue Verpackungsverordnung. Zwar ist sie gar nicht mehr so neu, aber doch weiterhin aktuell, und die Ausschreibung von Verpackungsmaterialien löst weiterhin Unsicherheit aus. Besonders brisant ist die Abgrenzung von Produkt und Verpackung. Die Versandverpackung (Versandtaschen und Versandkartons) wird nach der jetzigen Regelung als Verkaufsverpackung eingestuft. Für Versandverpackungen, die an Endverbraucher gehen, muss ein Beitrag entrichtet werden.

Opt-in: weiche Regelung, harte Strafen

Dirk Wolf, der Vizepräsident des Deutschen Direktmarketing Verbands, hat

schon vor Jahren gefordert: „Eine eMail muss Porto bekommen. Dann ist die Sache mit dem Spam direkt erledigt.“ Wolf sprach auf der Veranstaltung über die Datenschutznovelle: ein weiteres Thema, das allgemein sehr interessierte. Einleitend ein Exempel: Am 14. August sind aus einem Callcenter 17 000 Datensätze mit Kontodaten verschwunden. Ganz kurze Zeit später kam in Windeseile das neue Gesetz, und das Listenprivileg war weg. Dabei hat das nichts miteinander zu tun: Auch in Listenprivilegs-Zeiten war so ein Datendiebstahl kriminell.

Die neue Opt-in-Regelung sieht zahlreiche Ausnahmen vor, so dass sie sich letztlich gar nicht massiv von dem Listenprivileg unterscheidet. Noch immer gibt es Möglichkeiten, sich genau solche Datensätze zusammenzustellen wie zuvor. Diese Ausnahmen allerdings sind so schwammig formuliert, dass Wolf in der Datenschutznovelle „ein Konjunk-

turprogramm für Rechtsanwälte“ sieht. Dem DDV als Interessenverband ist an sauberer Arbeit gelegen, nicht an krummen Machenschaften zu Dumpingpreisen und -löhnen. Daher lobt Wolf an der Novelle die Sanktionen, die verhindern, dass eine ganze Branche durch Missetaten Einzelner in Verruf gerät. Heute sind bei Missbrauch Strafen im fünfstelligen Bereich vorgesehen. Der

erwähnte Datendiebstahl hatte dazu geführt, dass der Verursacher gerade mal 900 Euro Strafe zahlen musste.

Weiter so!

Dem DVPT ist ein ausgezeichnetes Programm gelungen. Imposante Firmendarstellungen sind Themen von allgemeinem Interesse gewichen. Wohl alle 120 Teilnehmer waren zufrieden,

und die meisten haben die Frankfurter Börse bestimmt mit dem Eindruck verlassen: „Heute hab ich echt etwas gelernt!“

ak

Weitere Informationen:

www.dvpt.de
DVPT-Mitglieder können dort auch die Vortragsunterlagen einsehen.

Sichere Online-Kommunikation

Dr. Johannes Helbig, Vertreter der Deutschen Post, und Dr. Uwe Schiel, der als externer Berater das Innenministerium repräsentierte, vertraten in ihren Vorträgen keine kontroversen Positionen, sondern suggerierten Einigkeit: Die Zielvorstellungen sind in beiden Projekten gleich. Allenfalls

- Verbindlichkeit. Der Brief kommt von identifizierten Personen oder Instanzen und geht an solche.
- Vertraulichkeit. Das Briefgeheimnis ist im Grundgesetz verankert.
- Verlässlichkeit. Der Brief kann verbindliche Willenserklärungen übermitteln, die Beweiskraft haben.

Diese Eigenschaften haben eMails nicht. Das sind die Werte, die die De-Mail-Provider auch dem digitalen Brief geben wollen. Oben drauf kommen die Vorteile der eMail: Es soll ähnlich funktionieren wie eine eMail mit der vertrauten Benutzeroberfläche und der Möglichkeit, Dateien anzuhängen, ebenso schnell und sicher erheblich günstiger als Papierpost, aber keinesfalls kostenlos. Einfacher eben auch als eigens durchgeführte Verschlüsselung oder elektronische Signatur – sichere Verfahren, die sich aufgrund der umständlichen Handhabung nicht durchgesetzt haben.

Um die De-Mail von einer eMail unterscheiden zu können, wenn sie doch dieselben Leitungen benutzen und auf Wunsch auch im selben Outlook abgerufen werden, richtet man einen separaten Account ein, wofür man sich richtig anmelden muss wie beim Einwohnermeldeamt. Alle vergebenen Adressen erhalten – sofern es einen einheitlichen Standard geben wird – den Zusatz „de-mail“ hinter dem Provider- bzw. Domainnamen: info@postmaster-magazin.de-mail.de. Namen natürlicher Personen sollen richtig geschrieben sein, wobei mehrfach bestehende Namen mit einer Zahl ergänzt werden, und Pseudonyme

durch den Vorsatz „pn-“ als solche gekennzeichnet werden. All das sollen Signale für das Wertversprechen sein: ein authentischer Brief. Natürlich kann man all das auch mit einer eMail-Adresse machen. Aber genau dafür ist der separate Account. Normale eMails, die an die De-Mail-



Deutsche Post: „Online-Brief“

versuchte die DPAG darzustellen, warum gerade sie der geeignete Anbieter der neuen Dienstleistung sei. Eines der Argumente: So wie Geldkarte und Bargeld nebeneinander in Gebrauch sind, wird auch der Brief in digitaler und physischer Form existieren – und beides kann der gelbe Konzern, jeweils mit und ohne Medienbruch. Nennen wir es zunächst allgemein De-Mail (sprich: D-E-Mail), auch wenn die Deutsche Post eine andere Produktbezeichnung dafür hat.

Wertversprechen

Die Eigenschaften, die den Papierbrief ausmachen, sind



Friedrichshafen: „De-Mail“

Adresse geschickt werden, werden an einen eMail-Account umgeleitet. Eine nicht-registrierte Adresse mit „de-mail“ drin fällt daher als gefaked auf. Für die echten hingegen gibt es eine Zustellgarantie durch den protokollierten Transport. Die Preisgestaltung werden die Provider selbst vornehmen. Da es sich zu einem großen Teil um Telekommunikations-Unternehmen und andere Netzanbieter handelt, ist zu erwarten, dass es hier verschiedene Möglichkeiten gibt, vom Stückpreis mit Mengenrabatten bis zur Flatrate. Die stark umworbenen Kunden werden natürlich – wie beim Brief – die Großversender sein.

Letzte Hürden

Keinem der beiden Referenten war bei auch nur einer der vielen Fragen Verlegenheit anzusehen. Das ist ein Indiz dafür, dass das Projekt recht ausgereift ist.

Probleme könnte noch der Massenversand bereiten, schwieriger sind jedoch eher die gesetzlichen Hürden zu nehmen. Das Verwaltungszustellgesetz ist so formuliert, dass eine Zustellbestätigung per De-Mail vom Provider in Ordnung ist. Die Zivilprozessordnung jedoch fordert eine unterschriebene Empfangsbestätigung, und das heißt ins Digitale übersetzt: eine qualifizierte elektronische Signatur.

Ein technischer Unterschied für das nutzerfreundliche Verfahren ist, dass die Schlüssel alle beim Provider hinterlegt sind und die verschlüsselt versendete Nachricht beim Provider entschlüsselt und für den Empfänger neu mit seinem eigenen Code verschlüsselt wird. Bildlich gesprochen wird jeder Brief ausgepackt und in einem neuen Umschlag weitergeschickt. Für diese Schwachstelle „Provider“ wird das Bürgerportalgesetz geschaffen, das Bestandteil des Koalitionsvertrags ist und nach seiner Verabschiedung wohl „De-Mail-Gesetz“ heißen wird. Es verpflichtet die Anbieter zu einem vertraulichen und sicheren Verfahren; sie müssen sich zertifizieren und akkreditieren lassen wie ein Trust-Center und dafür Fachkunde und Zuverlässigkeit nachweisen. Gegen strafbare Handlungen ist natürlich wenig zu machen. Hacker könnten einen Rechner kapern und über das dort befindliche Konto De-Mails verschicken. Versprochen werden aber Sicherheitsmechanismen, die einen Massenversand verhindern.

Ein weiteres Problem ist die Standardisierung. Ob sich die vielen Anbieter auf einen Standard einigen können, damit das ganze Programm voll kompatibel ist? Was passiert, wenn die Deutsche Post erheblich früher an den Start geht als alle anderen – müssen die anderen sich dann nach ihr richten? Das sind

noch unbeantwortete Fragen.

Eine Normierung muss darüber hinaus so gestaltet sein, dass auch grenzübergreifender Briefverkehr möglich ist. Etliche andere Länder sind auf diesem Gebiet ja schon viel weiter als Deutschland, unsere Nachbarn in Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Dänemark zum Beispiel haben ihre sicheren Bürgerportale bereits eröffnet. Bei der Internationalisierung der De-Mail stellt sich dann die Frage, ob die Bezeichnung De-Mail tatsächlich so geeignet ist, denn es heißt ja quasi Deutschland-Mail. Brief und eMail sind neutrale Wörter. Aber ich kann ja nicht sagen: „Wir haben unsere schriftliche Kommunikation mit unseren Geschäftspartnern in aller Welt auf De-Mail umgestellt.“ Online-Brief hingegen kann man auch zu einer Dk-, At-, Ch- oder Uk-Mail sagen. Offen ist auch noch, wie die Bevölkerung das neue Programm annimmt. Beide großen Initiativen befinden sich derzeit in der lang und breit angelegten Testphase, wobei das BMI vorerst den Vorteil hat, zum Test neben Banken, Versicherungen und anderen Organisationen auch die Bürgerinnen und Bürger Friedrichhafens einbeziehen zu können. So erhalten sie direkt Rückmeldungen zur Akzeptanz und erfahren von künftigen Nutzern, was anders und besser gemacht werden kann. Die Deutsche Post will schon im nächsten Jahr ihren Online-Brief allgemein anbieten.

Fragen über Fragen

Das Thema elektronischer Brief wirft Besorgnis und viele individuelle Fragen auf. Eine Möglichkeit, Antworten darauf zu finden, bietet die DVPT-Akademie in einem eintägigen Seminar „Die Rechtsverbindliche E-Mail kommt“. Die Termine für das nächste Jahr standen zu Redaktionsschluss noch nicht fest. Sie können sich unter www.dvpt-akademie.de informieren, wir informieren Sie im nächsten Heft.

ak

Unsere Kuvertierhüllen werden von führenden Maschinenherstellern empfohlen:

 Pitney Bowes



 kern

neopost



Kuvertierhüllen nach Maß

speziell gefertigt für Ihre Kuvertiermaschine


TORGAU KUVERT

Torgau-Kuvert

Am Gewerbeplatz 1
04860 Süptitz

Telefon: 0 34 21 / 72 00 -0
Telefax: 0 34 21 / 71 39 65

Torgau-Kuvert@t-online.de
www.Torgau-Kuvert.com

