

Die Deutsche Post bringt das Briefgeheimnis ins Internet – der E-Postbrief kommt

- **Portal ab heute geöffnet: Ab sofort können Kunden unter www.epost.de ihre persönliche E-Postbrief-Adresse sichern**
- **Preis für den E-Postbrief beträgt 55 Cent**
- **SAP und Allianz sind Kooperationspartner**

Bonn, 14. Juli 2010: Die Deutsche Post beginnt eine neue Ära der Briefkommunikation: Heute geht der E-Postbrief an den Start. Ab sofort können sich Kunden ihre persönliche E-Postbrief-Adresse sichern. „Wir machen sichere Schriftkommunikation im Internet für jedermann möglich – das ist eine Revolution“, sagte Frank Appel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post DHL. „Diese Innovation passt ganz in unsere Strategie 2015: Sie wird das Leben unserer Kunden einfacher machen und sie stärkt unser Ziel, DIE Post für Deutschland zu bleiben.“

Mit dem E-Postbrief können Privatpersonen, Unternehmen und Verwaltungen sicher im Internet miteinander kommunizieren. Der E-Postbrief ist genauso verbindlich, vertraulich und verlässlich wie der Brief – dabei aber so schnell wie eine E-Mail. „Wir bringen das Briefgeheimnis ins Internet“, sagt Jürgen Gerdes, Konzernvorstand BRIEF. „Mit dem E-Postbrief machen wir unser erfolgreichstes Produkt, den Brief, noch besser. Es bleibt ein Brief, aber er wird noch schneller.“

Ein E-Postbrief kostet genau wie der herkömmliche Brief 55 Cent. Nutzer können wählen, ob ihr Brief elektronisch an ein anderes E-Postbrief-Konto zugestellt wird oder von der Deutschen Post ausgedruckt und per Briefträger zugestellt wird. Dabei bleibt der Preis der gleiche. Zusatzleistungen wie Einschreiben oder Farbausdrucke werden extra berechnet. Briefchef Gerdes: „Unser Brief, egal ob physisch oder digital, basiert auf einer hochwertigen Leistung aus einer Hand. Und die hat einen sehr attraktiven Preis.“

Persönliche E-Postbrief-Adresse

Mit einer der größten Medienkampagnen des Jahres mobilisiert die Deutsche Post nun die Bundesbürger für den E-Postbrief. Unter www.epost.de können Nutzer kostenlos ihre persönliche E-Postbrief-Adresse reservieren. Die Adresse besteht aus Vor- und Nachname und der Endung @epost.de. Eine Nummer hinter dem Nachnamen verhindert Verwechslungen bei Namensgleichheit. Wer sich jetzt schnell registriert, kann sich seine Wunschnummer sichern oder erhält sogar eine Adresse ohne Nummer – vorausgesetzt er ist der erste Anmelder dieses Namens.

Alle Nutzer müssen sich per Postident-Verfahren mit Personalausweis oder Reisepass in einer Postfiliale identifizieren – erst dann wird das E-Postbrief-Konto freigeschaltet. So wird die Identität der User zweifelsfrei festgestellt – und anonyme Mails, Spams oder Adressdiebstahl sind beim E-Postbrief nicht möglich. In der Startphase erhalten User nach der Namensreservierung einen Freischaltcode per Brief zugesandt. Damit steuert die Deutsche Post in der Hochlaufphase die gleichmäßige Auslastung der Systeme und verhindert Überlastungen. Ab November fällt dieser Zwischenschritt weg.

Unternehmen und Verwaltungen können mit dem E-Postbrief ihren Kundenservice deutlich verbessern und Geld einsparen. Um bis zu 60 Prozent lassen sich die Kosten für die Postbearbeitung durch den Einsatz des E-Postbriefs drücken. Entsprechend groß ist das Interesse der Geschäftskunden für das neue Produkt. Mit SAP und der Allianz haben sich zwei weitere bedeutende Wirtschaftsunternehmen entschieden, mit der Deutschen Post beim E-Postbrief zusammenzuarbeiten.

Kooperationspartner SAP

SAP, mit einem Umsatz von mehr als zehn Milliarden Euro der drittgrößte unabhängige Softwarelieferant der Welt, plant, den E-Postbrief an seine Personalmanagement-Software SAP ERP HCM anzubinden. Damit können Unternehmen Entgeltnachweise auf sichere Art und Weise elektronisch oder als hybriden E-Postbrief an ihre Mitarbeiter versenden. Außerdem werden Anwendungsszenarien im Bereich der Software für die öffentliche Verwaltung geprüft.

„Die Einbindung des E-Postbriefs in die SAP-Software stellt aus unserer Sicht einen wichtigen Schritt hin zur Schaffung von durchgehenden elektronischen Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen, ihren Mitarbeitern, Behörden und Bürgern dar“, sagt Kerstin Geiger, Leiterin Industry Solutions, von SAP.

Kooperationspartner Allianz

Auch die Allianz will den E-Postbrief in ihre Kommunikationssysteme einbinden. Allein in Deutschland hat der Versicherungsriese einen Stamm von mehr als 19 Millionen Kunden. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Kundeninteraktion ist dabei die zeitnahe Kommunikation. Ralf Schneider, IT-Chef und CIO Allianz Deutschland: „Im Zeitalter der Digitalisierung verändert sich die Kundenkommunikation rasant. Kunden erwarten zunehmend sofortige Reaktionen. Die elektronische Interaktion mit dem E-Postbrief bietet uns dabei erstmals die Möglichkeit für sicheren und verbindlichen schriftlichen Kundenkontakt über das Internet.“

„Wir freuen uns sehr, dass sich mit SAP und der Allianz zwei weitere Top-Player der deutschen Wirtschaft für den E-Postbrief entschieden haben“, sagt Briefchef Gerdes. Zu den bisherigen E-Postbrief-Kooperationspartnern zählen unter anderem Lotto Hessen, Mercedes Benz Motorsport, der DFB und die Zürich Gruppe Deutschland.

Service für Redaktionen:

Weitere Informationen zum E-Postbrief finden Sie unter www.dp-dhl.de/epostbrief

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Konzernkommunikation – Brief

Uwe Bensien

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

www.dp-dhl.de/presse

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von über 46 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter www.dp-dhl.de