

Wunschadressen für den E-Postbrief werden knapper

- **Nur 15 Prozent aller Namenskombinationen sind einmalig**
- **Häufigste Namen in Deutschland sind Müller, Schmidt und Schneider**
- **Wer jetzt schnell ist, sichert sich noch seine Wunschadresse**

Bonn, 23. Juli 2010: Deutschland registriert sich für den E-Postbrief. Viele Bürger haben sich unter www.epost.de bereits ihre persönliche unverwechselbare E-Postbriefadresse gesichert. Aber die begehrten Wunsch-Adressen werden knapper. Denn ähnlich wie beim Kfz-Wunschkennzeichen gilt auch bei der Reservierung für den E-Postbrief: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Und die meisten Kombinationen von Vor- und Nachnamen gibt es mehr als einmal.

Die E-Postbrief-Adresse besteht aus dem Vor- und Nachnamen und der Endung @epost.de. Eine Nummer hinter dem Nachnamen verhindert Verwechslungen bei Namensgleichheit. Wer sich jetzt schnell registriert, sichert sich seine Wunschnummer oder erhält sogar eine Adresse ohne Nummer – vorausgesetzt er ist der erste Anmelder dieses Namens. Und die Nachfrage ist groß: Allein in den ersten beiden Tagen nach Registrierungsstart meldeten sich bereits mehr als eine Viertel Million Nutzer an. „Die große Zahl angemeldeter Interessenten zeigt: Der E-Postbrief wird ein Erfolgsmodell. Die Verbraucher wollen sicher elektronisch kommunizieren – und zwar mit Hilfe der Deutschen Post,“ freut sich Jürgen Gerdes, Konzernvorstand BRIEF.

Die meisten Namen sind keine Unikate. 85 Prozent aller Kombinationen aus Vor- und Nachnamen in Deutschland gibt es mehr als einmal, so die Schätzung der Deutsche Post-Tochter Deutsche Post Direkt. Die Deutsche Post Direkt besitzt eine aktuelle Datenbank mit rund 37 Millionen bundesdeutschen Adressen. Das entspricht rund 65 Prozent aller aktuellen postalischen Privatanschriften.

Absoluter Spitzenreiter bei den Familiennamen ist Müller, gefolgt von Schmidt und Schneider. Die am häufigsten vorkommenden Namenspaarungen enden sämtlich auf Müller. Bei den Männern sind dies Peter Müller, Wolfgang Müller und Thomas Müller – diese Kombinationen gibt es jeweils mehr als 4000-mal. Die häufigsten weiblichen Namenskombinationen sind Monika, Ursula und Petra Müller.

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.

Alle Nutzer – egal ob mit einmaliger oder mit häufig vorkommender Namenskombination – müssen sich per Postident-Verfahren mit Personalausweis oder Reisepass in einer Postfiliale identifizieren: Erst dann wird ihr 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.

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.

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