



08.07.2002

E-Business-Strategie der Post

Integration statt Innovation

Die Deutsche Post World Net (DPWN) dreht diversen E-Business-Aktivitäten im Konzern den Saft ab. Die künftige Online-Strategie des Gelben Riesen ist unklar.

Alexander Benesch war fassungslos: "Die Post ist natürlich ihren Aktionären verpflichtet, aber die Kosten, die die Zertifizierungsstelle verursacht hat, dürften aus der Portokasse zu bezahlen gewesen sein", zitiert das IT-Info-Portal Silicon.de den Geschäftsführer des Deutschen Notarinstituts. Anlass für die Aufregung: Die [Deutsche Post](#) Signtrust, im Konzern für digitale Signaturen zuständig, wird wegen mangelnder Wirtschaftlichkeit aufgelöst. Die Bundesnotarkammer war bisher ihr Vorzeigekunde.

Die Zahl der verärgerten Nutzer dürfte sich zwar in Grenzen halten. Schwerer wiegt aber die Verunsicherung von Kunden und Kooperationspartnern angesichts des Kurswechsels der Post in Sachen E-Business. "Viele Logistiker haben im E-Business viel ausprobiert und nutzen diese teils schmerzhaften Erfahrungen, um sich jetzt neu aufzustellen", kommentiert Michael ten Hompel, Professor am Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik, die Post-Maßnahme.