

E-Mail-Empfang und -Filterung als Dienstleistung

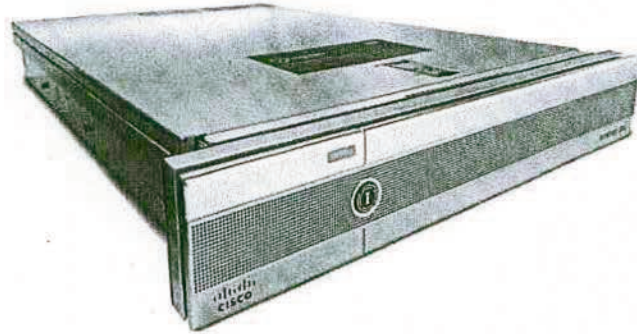
Im Auftrag

Allen Unkenrufen zum Trotz erfreut sich E-Mail unter den Internetdiensten nach wie vor der größten Beliebtheit. Kaum ein Unternehmen kann heute noch auf das schnelle und flexible Medium verzichten. Wer den Mailserver nicht selbst betreiben möchte, kann ihn einem externen Spezialisten überantworten.

Als Bill Gates vor fünf Jahren in Davos das baldige Ende unerwünschter E-Mails versprach, ging es gerade erst richtig los mit dem Ärgernis. „Nur“ etwa die Hälfte aller Mails transportierte unerwünschten Werbemüll. Seitdem ist deren Zahl so drastisch gestiegen, dass ein durchschnittlicher Anwender an manchen Tagen unter Dutzenden Mails nur noch eine

erwünschte finden würde, gäbe es keinen Spam-Filter.

Das bisherige Spam-Rekordniveau liegt zwar bereits eine Weile zurück, doch es scheint nur eine Frage der Zeit zu sein, dass dauerhaft weniger als ein Prozent aller Mails Sinnvolles enthält. Nicht nur die Zahl der in Umlauf befindlichen Schadprogramme, die sich auf PCs einnisten und unter anderem ferngesteuert Spam versen-



Cisco-Tochter IronPort (Halle 11, B35) stattet bereits einige Managed-Service-Anbieter mit ihren Anti-Spam-Appliances aus, aber auch der Hardwarehersteller selbst dürfte auf der CeBIT Neuigkeiten in dieser Richtung präsentieren.

den, wächst unaufhaltsam. Auch die Zahl schneller Internet-Anschlüsse und die Leistungsfähigkeit der vernetzten (und zum Teil verseuchten) PCs steigt weltweit laufend.

Gute Aussichten also weiterhin für die vielen Unternehmen, die sich mit dem Aussortieren des Werbe- und Virenmülls befassen. Während in den vergangenen Jahren Hard- und Softwareprodukte in Form von Appliances oder lokal zu installierenden Filterprogrammen den Markt dominierten,

zeichnet sich zurzeit ein Trend zum vollständigen Auslagern der Filterei ab.

Mit dem Kauf von Postini lenkte Google im Jahr 2007 besonderes Interesse auf dieses Marktsegment. Der Suchmaschinen-Riese bietet das System mittlerweile unter dem eigenen Etikett an (www.google.com/a/help/intl/de/security/email.html). Der Kauf von MessageLabs durch Symantec bewies vor einem halben Jahr erneut, dass auch große Unternehmen mit einer blühenden Entwicklung der

Externe E-Mail-Dienstleister

Halle 2

PROFI Engineering Systems AG
Tel.: 061 51/82 90-0
Web: www.profi-ag.de
Mail: profi@profi-ag.de
Stand: A10 (bei IBM)
Produkt: PROFI AntiSpam

Halle 6

Securepoint GmbH
Tel.: 041 31/24 01-0
Web: www.securepoint.de
Mail: vertrieb@securepoint.de
Stand: A38
Produkt: Managed Email Services und Security-Appliances

Halle 11

Aladdin Europe GmbH
Tel.: 089/89 42 21-0
Web: www.aladdin.de
Mail: info@aladdin.de
Stand: B38
Produkt: eSafe als externer Dienst

antispameurope GmbH
Tel.: 05 11/26 09 05-0
Web: www.antispameurope.de
Mail: info@antispameurope.de
Stand: A50/3
Produkt: Anti-Spam-Dienstleistungen

Avira GmbH
Tel.: 075 42/50 00
Web: www.antivir.de

Mail: info@antivir.de
Stand: D19
Produkt: Anti-Spam als externer Dienst

eleven GmbH
Tel.: 030/52 00 56-0
Web: www.eleven.de
Mail: info@eleven.de
Stand: B28
Produkt: MX-Betrieb, Spam-Filterung

IronPort Systems
Tel.: 089/45 22 27-30
Web: www.ironport.de
Mail: de-info@ironport.com
Stand: B35
Produkt: Managed Services durch Drittanbieter auf Basis von IronPort-Appliances

Websense GmbH

Tel.: 089/59 08 23 57
Web: www.websense.de
Mail: info@websense.com
Stand: 11/D40 (bei Wick Hill)
Produkt: Hosted Mail Services für Unternehmen

Halle 25

Symantec GmbH
Tel.: 021 02/74 53-0
Web: www.symantec.de
Stand: D40 (L126)
Produkt: Hosted Mail Security, Muttergesellschaft von MessageLabs

Branche rechnen und sich einen Teil des Kuchens sichern wollen. Der Nachteil für CeBIT-Besucher: Weder Postini noch MessageLabs sind noch als eigenständige Aussteller zu finden.

Managed Server als Alternative

Die technische Realisierung eines Mail-Outsourcing ist so einfach wie bei kaum einer anderen Dienstleistung – dem Domain Name System (DNS) sei Dank. Der

MX-Eintrag wird einfach auf einen Host des Dienstleisters gesetzt, und ab diesem Moment ist der Beauftragte dafür verantwortlich, die E-Mails anzunehmen, zu filtern und zumindest die erwünschten Exemplare auf dem Mailbox-Server des Kunden abzulegen.

Was mit Spam und Viren zu geschehen hat, lässt sich in der Regel vereinbaren. Die Wahl besteht meist zwischen dem Ablehnen (Reject) einerseits sowie dem Markieren und (bei Malware gegebenenfalls in

ein Quarantäne-Verzeichnis) Weiterleiten andererseits.

Abweisend

Erstere ist die technisch und rechtlich einwandfreie Lösung: Erstens erfährt ein eventuell doch unbescholtener Absender, dass seine Mail abgelehnt wurde, zweitens gelangt keine unerwünschte Mail – da eben nicht angenommen – überhaupt in den rechtlichen Verantwortungsbereich des Empfängers.

Wer Unbehagen bei der Vorstellung empfindet, einen wichtigen Teil der eigenen Unternehmenskommunikation in die Hände Dritter zu legen, macht sich Sorgen um das falsche Detail, denn so oder so läuft sämtliche Internet-Kommunikation über eine öffentliche Infrastruktur. Viel sinnvoller, als einem daran Beteiligten Verstöße gegen das Telekommunikationsgeheimnis zu unterstellen, wäre es dann doch, ernsthaft über den Einsatz von Verschlüsselungssystemen nachzudenken. (un) 