



WERBEANTWORT RESPONSEPLUS

WERBEANTWORT und RESPONSEPLUS.

Vorgaben für den Einsatz und die Gestaltung
Ihrer Antwort oder Empfehlung.

Alle Informationen für Ihren Erfolg:
Downloads finden Sie im Internet unter
www.deutschepost.de/werbeantwort
www.deutschepost.de/responseplus

Serviceline Automationsmanagement BRIEF

Tel.: 06151 9084083

mo.–fr. 10–16 Uhr

Infoline für Geschäftskunden

Tel.: 0180 6 555555*

* 20 ct je Verbindung aus den deutschen Festnetzen;
max. 60 ct je Verbindung aus den deutschen Mobilfunknetzen;
mo.–sa. 7–20 Uhr (ausgenommen an bundeseinheitlichen Feiertagen).

Inhaltsverzeichnis

1 WERBEANTWORT	4
1.1 Grundinformation	4
1.2 Postkarte und Brief	5
1.3 Vorteile	5
1.4 Einsatzmöglichkeiten	5
1.5 Preise	6
1.6 Formate, Maße und Gewichte	7
1.7 Gestaltungsvorgaben und Frankierung	8
1.8 WERBEANTWORT als Postkarte	12
1.8.1 Gestaltungshinweise	
Antwortkarte	14
1.9 WERBEANTWORT als Antwortbrief	15
1.9.1 Antwortbrief mit Fensterumschlag	17
1.10 Sonderformate	18
1.11 Tipps und Tricks	19
2 RESPONSEPLUS	20
2.1 RESPONSEPLUS – Ausprägung	
Antwort	20
2.1.1 Grundinformation	20
2.1.2 Preise, Formate, Maße und Gewichte	21
2.1.3 Gestaltungsvorgaben und Frankiermöglichkeiten beim Postmatrixcode	21
2.2 RESPONSEPLUS – Ausprägung	
Empfehlung	24
2.2.1 Grundinformation	24
2.2.2 Preise, Formate, Maße und Gewichte	24
2.2.3 Gestaltungsvorgaben und Frankiermöglichkeiten beim Postmatrixcode	24
3 Schlagwortverzeichnis	27

1 WERBEANTWORT

1.1 Grundinformation

Die WERBEANTWORT ist ein Service der Deutschen Post, mit dem Sie Ihr Responseelement zum effizienten Dialogmarketinginstrument machen. Durch das vorbereitete Responseelement – die WERBEANTWORT – ist es ganz einfach, etwas zu bestellen, Informationen anzufordern oder an einem Gewinnspiel teilzunehmen.



Antwortkarte Format A6
Antwortbrief Format C6



Antwortbrief Format DIN lang mit Fenster
Antwortkarte Format DIN lang

1.2 Postkarte und Brief

Postkarte

Die WERBEANTWORT als Postkarte ist das klassische Responseelement, das vom Kunden einfach ausgefüllt und direkt zurückgeschickt werden kann.

Brief

Die WERBEANTWORT als Brief (Response-Inhalte in einem Antwortumschlag) ist diskret und weckt das Vertrauen des Empfängers – ideal für Ämter, Behörden, Versicherungen oder Banken bei der Kommunikation von persönlichen Daten und vertraulichen Informationen.

1.3 Vorteile

- Viele Daten können vorgedruckt werden.
- Der einfache Umgang erleichtert und beschleunigt die Rückantwort.
- Keine technischen Restriktionen wie bei Telefon oder Internet.
- Erhalt von Unterlagen, Zusagen, Unterschriften in schriftlicher Form.
- Mehr Rechtssicherheit als bei Antworten per Telefon oder Internet.

1.4 Einsatzmöglichkeiten

- Anforderungen von Informationen, Katalogen, Proben.
- Einladungen, Anmeldungen, Terminvereinbarungen.
- Bestellungen von Produkten oder Dienstleistungen.
- Nachfassaktionen.
- Anträge, Abschlüsse, Verträge.
- Adressgenerierung und -qualifizierung, Datenabfrage.
- Gewinnspiele.
- Ablesedienst für Strom, Gas etc.
- U.v.m.

So einfach geht's: Durch die Kennzeichnung mit dem Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn),* den Frankiervermerk und eine gedruckte Anschrift wird Ihr Responseelement zur WERBEANTWORT.

* Den Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn) finden Sie im Internet unter www.deutschepost.de/werbeantwort im Bereich „Downloads zum Produkt“.

1.5 Preise*

Die WERBEANTWORT und RESPONSEPLUS sind Responseelemente, die unfrankiert zurückgeschickt werden können. Sie zahlen nur für die Sendungen, die unfrankiert oder teilfrankiert von Ihren Kunden bzw. Interessenten zurückgesandt werden.

Durch die Wahl des Frankiervermerks steuern Sie Ihre Portokosten.

Variante A:

Sie möchten das Porto übernehmen.

- Textvorgabe:
„Entgelt zahlt Empfänger“
(oder ähnliche Formulierung)
- Sie zahlen das Basisporto
(z. B. 0,45 EUR bei einer Postkarte)

Variante B:

Sie möchten Ihre Kunden an den Kosten beteiligen.

- Textvorgabe:
„Bitte ausreichend frankieren“ oder
„Bitte frankieren, falls Marke zur Hand“ (oder ähnliche Formulierung).
- In diesem Fall kann es zu verschiedenen Kostenvarianten kommen:
 - a. Frankiert der Kunde ausreichend (0,45 EUR), wird dies als normale Sendung behandelt, so dass Sie kein Porto zahlen.
 - b. Frankiert der Kunde z. B. mit 0,10 EUR statt 0,45 EUR, zahlen Sie die Differenz zum Basisporto (0,35 EUR) je Sendung.
 - c. Frankiert der Kunde gar nicht, müssen Sie das Basisporto (0,45 EUR) pro Sendung übernehmen.

Formate und Preise

Format	Preise (Porto)
Postkarte	0,45 EUR
Standardbrief	0,62 EUR
Kompaktbrief	0,85 EUR
Großbrief	1,45 EUR
Maxibrief**	2,40 EUR

**Nicht bei RESPONSEPLUS zulässig.

* Alle Preise sind Endpreise und nach UStG umsatzsteuerfrei.

1.6 Formate, Maße und Gewichte

Formate, Maße und Gewichte

Vorgaben der Automationsfähigkeit

Basis- produkte	Maße	Mindest- maße	Höchst- maße	Höchst- gewicht	Entspricht den DIN- Formaten	Gestaltung der Auf- schriftseite	Maschinen- fähigkeit	Maschinen- lesbarkeit**
Postkarte	Länge	140 mm	235 mm		A6, DIN lang	Ja	Ja	Ja
	Breite	90 mm	125 mm					
	Dicke/Höhe	–	–					
Standard- brief	Länge	140 mm	235 mm	20 g	A6, B6, C6, DIN lang	Ja	Ja	Ja
	Breite	90 mm	125 mm					
	Dicke/Höhe	–	5 mm					
Kompakt- brief	Länge	100 mm	235 mm	50 g	A6, B6, C6, DIN lang	Ja		Ja
	Breite	70 mm	125 mm					
	Dicke/Höhe	–	10 mm					
Großbrief	Länge	100 mm	353 mm	500 g	A5, B5, C5, A4, B4, C4	Ja		Ja
	Breite	70 mm	250 mm					
	Dicke/Höhe	–	20 mm					
Maxibrief*	Länge	100 mm	353 mm	1.000 g	A5, B5, C5, A4, B4, C4	Ja		Ja
	Breite	70 mm	250 mm					
	Dicke/Höhe	–	50 mm					

Ja = Vorgaben, die im Hinblick auf die Automationsfähigkeit Ihrer WERBEANTWORT und RESPONSEPLUS beachtet werden müssen.

* Für nationale Maxibriefe, die das Höchstgewicht und/oder die Höchstmaße überschreiten, fällt ein zusätzliches Entgelt von 2,20 EUR (umsatzsteuerfrei) an, d. h. insgesamt also 4,60 EUR (umsatzsteuerfrei). Der nationale Maxibrief ist bis zu den Höchstmaßen 600 (L) x 300 (B) x 150 (H) mm oder L + B + H = 900 mm (dabei darf keine Seite länger als 600 mm sein) und bis zu einem Höchstgewicht von 2.000 g möglich.
Nicht bei RESPONSEPLUS zulässig.

** Die Maschinenlesbarkeit umfasst auch die maschinelle Lesbarkeit des Frankiervermerks. Bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung ist die Maschinenlesbarkeit der Anschrift nicht vorgeschrieben.

Besonderheiten: Postkarte/Standardbrief/Kompaktbrief: Für Sendungen im Standard- und im Kompaktformat ist die Rechteckform vorgeschrieben. Die Länge muss mind. das 1,4fache der Breite betragen.

Großbrief/Maxibrief: Groß- und Maxisendungen können auch quadratisch sein, falls die Seitenmaße mehr als 125 mm betragen.

Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“.

1.7 Gestaltungsvorgaben und Frankierung

Für die reibungslose Zustellung der WERBEANTWORT müssen folgende Vorgaben eingehalten werden.

Automationsfähigkeit

Standardbriefsendungen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell bearbeitet werden können. Dies setzt voraus, dass die Aufschriftseite automationsgerecht gestaltet ist und die Sendungen maschinenfähig sind.

Auch bei Nichtstandardbriefsendungen muss die Aufschriftseite automationsgerecht gestaltet sein.

Darüber hinaus muss bei der WERBEANTWORT und bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort in allen Formaten die Anschrift maschinenlesbar sein.

Der Frankiervermerk muss bei allen Produkten und in allen Formaten ebenfalls maschinell lesbar sein sowie unmittelbar auf das Antwortelement gedruckt sein.

Die Verwendung von Fantasiebriefmarken und individuellen Motiven in der Frankierzone ist bei der

WERBEANTWORT nicht möglich. Sendungen mit fluoreszierenden, phosphoreszierenden oder reflektierenden Stoffen sind unzulässig.

Bei nicht automationsfähigen Sendungen kann es zu Betriebsstörungen kommen. Werden die Vorgaben nicht eingehalten, erhöht sich das Basisporto, z. B. wird für eine nicht automationsfähige Antwortkarte das Basisporto der nächsthöheren Portoklasse

(Kompaktbrief 0,85 EUR, nach UStG umsatzsteuerfrei) erhoben.

Wesentliche Inhalte finden Sie auf den folgenden Seiten sowie in der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“, die auch im Internet unter www.deutschepost.de/werbeantwort in der Rubrik „Downloads zum Produkt“ bereitgestellt wird.

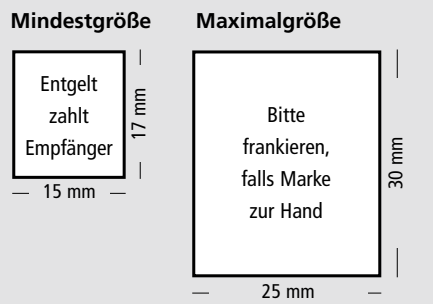
Anschrift

Die Anschrift muss bei der WERBEANTWORT und bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort immer gedruckt sein. Die Aufbringung mittels Stempel und z. B. aus Download-Vorlagen ausgeschnittenen, auf- geklebten Aufschriftseiten ist nicht zulässig. Ebenfalls ist eine Leerzeile, z. B. zwischen Straße und Ort, nicht zulässig.

Bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung kann die Anschrift handschriftlich angebracht sein.

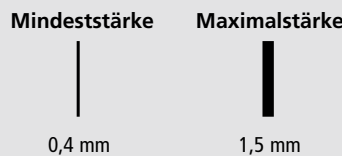
Bitte beachten Sie, dass die Anschrift einen Namen oder eine Firmierung enthalten muss.

Maschinell lesbar



Rahmen

- Vollständig geschlossen und hochgestelltes Rechteck.
- Linienstärke: 0,4 – 1,5 mm
- Höhe: 17 – 30 mm
- Breite: 15 – 25 mm
- Schwarz oder dunkelfarbig.
- Linien gerade und rechtwinklig zusammenlaufend.



Text

- Die Versalhöhe sollte mindestens 2 mm betragen
- Der Text steht zentriert und horizontal
- Der Text ist mindestens 2- bis maximal 4-zeilig
- Der Text darf den Rahmen nicht berühren
- Der Hintergrund muss weiß oder einfarbig pastellfarben sein
- Der Text muss schwarz oder dunkelfarbig gehalten sein

Textbeispiele

- Entgelt zahlt Empfänger
- Bitte ausreichend frankieren
- Bitte frankieren, falls Marke zur Hand

Nicht maschinell lesbar

Folgende WERBEANTWORT Frankiervermerke sind beispielsweise nicht maschinenlesbar:

Unterbrochene Linie	Gepunktete Linie	Ohne Rahmen	Flachliegender Rahmen
Quadratischer Rahmen	Linienstärke des Rahmens zu dünn	Ecken als Platzhalter	Wellenähnliche Linie
Linienstärke zu dünn oder zu dick	Einzeiliger Text	Text mehr als vier Zeilen	Text nicht zentriert
Gestürzter Text	Ohne Text	Hintergrund zu dunkel	Text zu hell

Weitere Informationen erhalten Sie in dieser Broschüre. Im Zweifelsfall wenden Sie sich bitte an den Berater Automationsmanagement in Ihrem Briefzentrum.

Druck

Die Anschrift in der Lesezone ist in Schwarz bzw. einer dunklen Farbe und der Frankiervermerk in Schwarz abriebfest anzubringen. Alle Angaben müssen gedruckt sein und sich mit einem deutlichen Kontrast von einem einfarbigen hellen Hintergrund abheben.

Papiergewicht

- Das jeweilige Mindestflächengewicht/ Papiergewicht darf nicht unterschritten werden (s. S. 12–18).
- Löcher oder Ausstanzungen sind unzulässig.

Versandhülle

- Verwenden Sie keine Kunststoff- oder durchsichtigen Umhüllungen.
- Stark auftragende Verschlüsse sind nicht erlaubt.
- Reißfeste Versandhüllen sind erlaubt.

Besonderheiten für den Versand ansteckungsgefährlicher Stoffe und Gegenstände

Es gelten die Gefahrgutvorschriften für den Lufttransport (IATA-DGR bzw. ICAO-TI) sowie die Regelungen für die Beförderung von gefährlichen Stoffen und Gegenständen Teil 1: BRIEF national (gültig ab 01.07.2013)* / A: Briefsendungen.

Es muss gewährleistet werden, dass die Verpackung eine ausreichende Schutzwirkung gegen die bei der Beförderung unvermeidlich auftretenden Belastungen aufweist (vor allem nicht aufreißt, aufplatzt oder durchstoßen wird) und keine Störungen im postalischen Bearbeitungsprozess verursacht – weder bei der manuellen noch bei der maschinellen Bearbeitung in den Sortier- und Verteilanlagen. Gerade beim Versand von ansteckungsgefährlichen Stoffen ist die Einhaltung dieser Bestimmungen und Vorsichtsmaßnahmen unbedingt notwendig.

Die WERBEANTWORT darf nicht

- als Bücher- oder Warensendung verschickt werden,
- an postlagernde Adressen, d. h. Unternehmen, die einen Lagerauftrag (Lagerservice Geschäftskunden) erteilt haben, zugestellt werden,
- per Einschreiben befördert werden.

Prüfung durch den Berater

Automationsmanagement BRIEF

In Zweifelsfällen wenden Sie sich an Ihren Kundenberater oder die Serviceline Automationsmanagement BRIEF (s. S. 2). Hier werden Sie von der Planung bis zur Fertigstellung Ihrer WERBEANTWORT umfassend beraten. Um ganz sicherzugehen, lassen Sie Ihre Mustersendungen vorher bei uns prüfen. Auch vor dem Versand von hohen Auflagen ist eine Prüfung durch den Berater Automationsmanagement BRIEF ratsam, damit Ihre WERBEANTWORT problemlos zurückgeschickt werden kann.

* Diese Regelungen ersetzen die „Regelungen für die Beförderung von gefährlichen Stoffen und Gegenständen, Teil 1: BRIEF“ (gültig ab 01.07.2010).

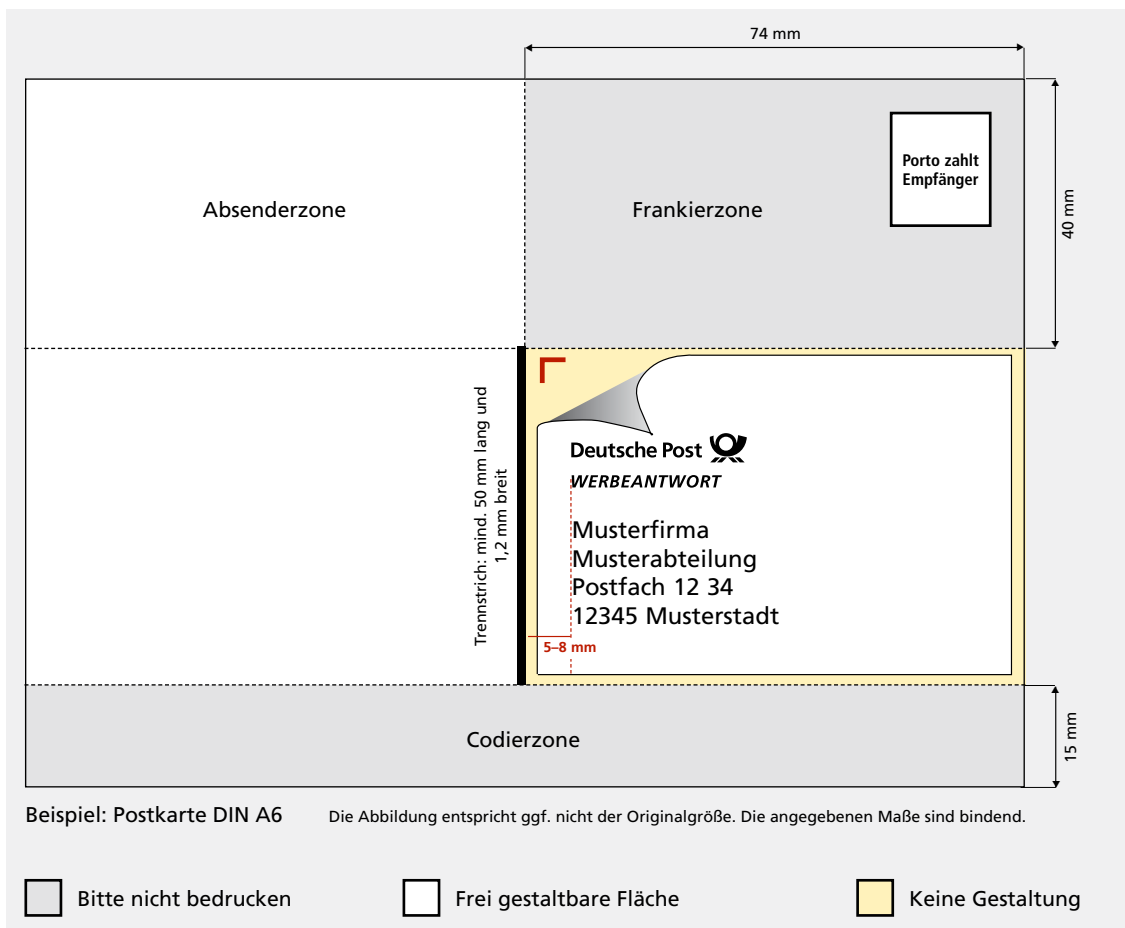
Spezielle Vorgaben für Aufschriftzettel (Aufkleber, Label)

Aufschriftzettel sind zugelassen, wenn sie eine maschinenlesbare Anschrift und die Kennzeichnung „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn) haben. Der Aufschriftzettel ist vollflächig bis zu seinen Rändern zu verkleben, damit er sich bei der maschinellen Bearbeitung nicht löst oder diese behindert.

Der Aufschriftzettel

- läuft über die Lesezone (s.S. 17),
- darf nicht auf die Codierzone geklebt werden,
- darf nicht den Trennstrich überkleben,
- darf nicht mittels Stempel beanschriftet sein,
- muss gerade ausgerichtet sein.

Bitte beachten Sie, dass die Zonen der Aufschriftseite eingehalten werden: Bringen Sie den Aufschriftzettel genau so an, wie es in der unteren Zeichnung vorgegeben ist. Die Anschrift sollte mit einem Abstand von mind. 5 mm zum Rand des Aufschriftzettels platziert werden.



1.8 WERBEANTWORT als Postkarte

Frankierzone

- Platzierung: rechts oben.
- Länge: 74 mm (ab dem rechten Rand).
- Breite: 40 mm (vom oberen Rand).
- Die Frankierzone hat immer die gleiche Größe, unabhängig vom Format der Sendung.
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.

Frankiervermerk

- Platzierung: in der rechten oberen Ecke (Frankierzone). Optimal steht die rechte obere Ecke des Vermerks zwischen 5 und 15 mm von oben und rechts.
- Text: schwarz oder dunkelfarbig, 2- bis 4-zeilig, zentriert und horizontal in einem vollständig geschlossenen Rahmen.
- Rahmen: gerade Linien, die im rechten Winkel zusammenlaufen. Die Lesbarkeit des Rahmens ist bei einer Größe von 20 x 24 mm optimal gewährleistet. Linienstärke 0,4–1,5 mm (schwarz oder dunkelfarbig), Höhe 17–30 mm, Breite 15–25 mm, Höhe > Breite.
- Der Frankiervermerk darf nicht – wie bei einer Briefmarke der Fall – einzeln aufgeklebt sein. Es handelt sich dabei um ein vorgedrucktes Element.

Lesezone

- Platzierung des Schriftzugs „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn): oberhalb und linksbündig zur Empfängeranschrift.

- Stand Anschrift: Die Anschrift muss in einem Abstand von 5–8 mm rechts vom Trennstrich beginnen und spätestens 5 mm vor dem rechten Kartenrand enden.
- Die Anschrift muss gedruckt sein.
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.

Trennstrich

- Platzierung: 74 mm vom rechten Sendungsrand ist optimal. Beginnt oberhalb der Codierzone.
- Länge: mind. 50 mm.
- Breite: mind. 1,2 mm.
- Gestaltung: senkrecht, einfarbig, dunkelfarbig.
- Bei den Absätzen Trennstrich und Codierzone die eingefügten Doppelpunkte beachten.
- Bei Formaten größer als C6 kann der Trennstrich entfallen, wenn links neben der Anschrift eine unbedruckte Ruhezone von mindestens 20 mm eingehalten wird.

Codierzone

- Platzierung: am unteren Rand.
- Länge: 150 mm (ab dem rechten Rand), Breite: 15 mm (vom unteren Rand).
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.
- Die Fläche oberhalb der Codierzone und links vom Trennstrich darf bedruckt werden.

Absenderzone

- Platzierung: links oben.
- Länge: variabel, beginnend ab 74 mm (ab dem rechten Rand) bis zum linken Sendungsrand, Breite: 40 mm (vom oberen Rand).
- Die Absenderangabe muss klar erkennbar sein. Sonstige Angaben (z. B. Werbeaufdrucke und -abbildungen) sind möglich, soweit die Absenderangabe erkennbar ist.

**Flächengewichte Postkarten
(Sendungen im Kartenformat)**

- Mindestgewicht:
150 g/m² (bis Format C6)
170 g/m² (bis DIN lang)
200 g/m² (> DIN lang bis zum Höchstformat von Standardsendungen)
- Höchstgewicht:
500 g/m² (alle Formate)

Sendungskennzeichnung*

- Schriftzug „Deutsche Post WERBEANTWORT“ (inkl. Posthorn)

- Druck: schwarz oder dunkelfarbig
- Größe: Breite 26 mm, Höhe 8 mm oder Breite 20 mm, Höhe 6,25 mm

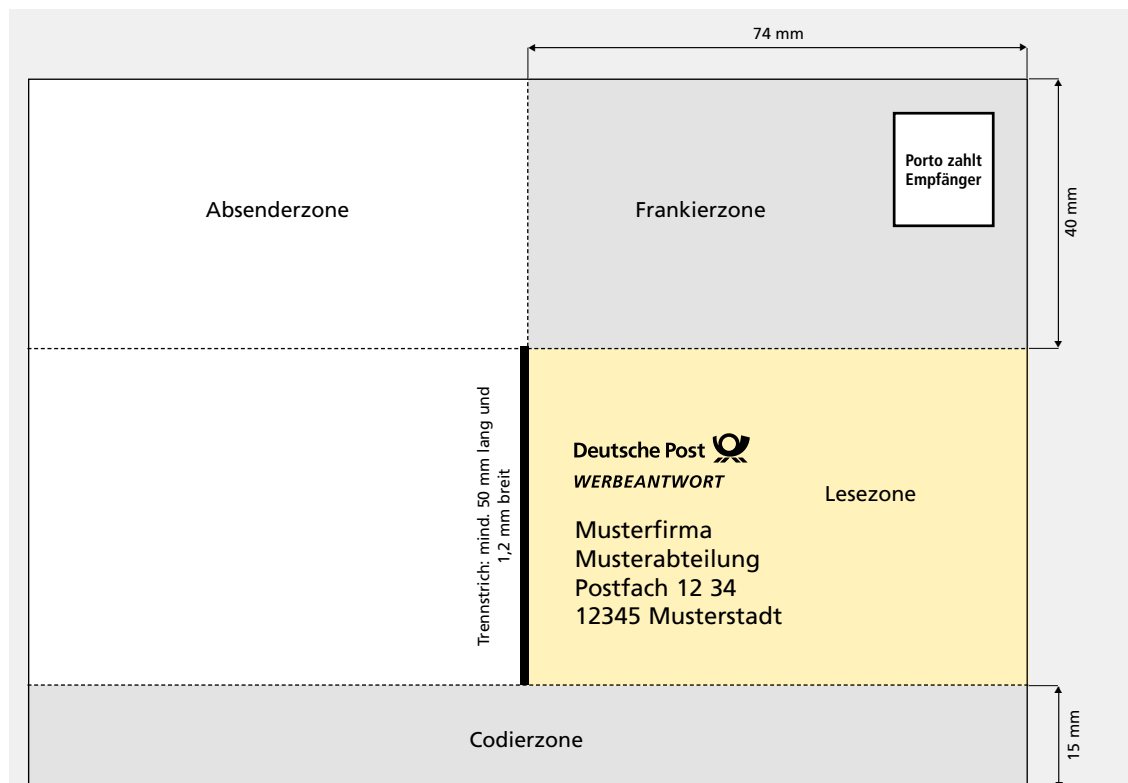
Rückseite

- Auf der Rückseite dürfen in der „Lesezone“ weder Rücksendeanschriften noch Absenderangaben angebracht sein. Ansonsten wäre nur schwer zu erkennen, welche der zustellfähigen Anschriften bei der jeweiligen Beförderung gelten soll.
- Eine großflächig dunkel gestaltete Rückseite verhindert grundsätzlich die Maschinenfähigkeit.

Frei gestaltbare Fläche

- Der Bereich links vom Trennstrich und oberhalb der Codierzone ist frei gestaltbar, solange keine adressähnlichen Angaben tiefer als die Empfängeranschrift stehen.

* Den Schriftzug „Deutsche Post WERBEANTWORT“ oder „Deutsche Post ANTWORT“ (inkl. Posthorn) finden Sie im Internet unter www.deutschepost.de/werbeantwort im Bereich „Downloads zum Produkt“.

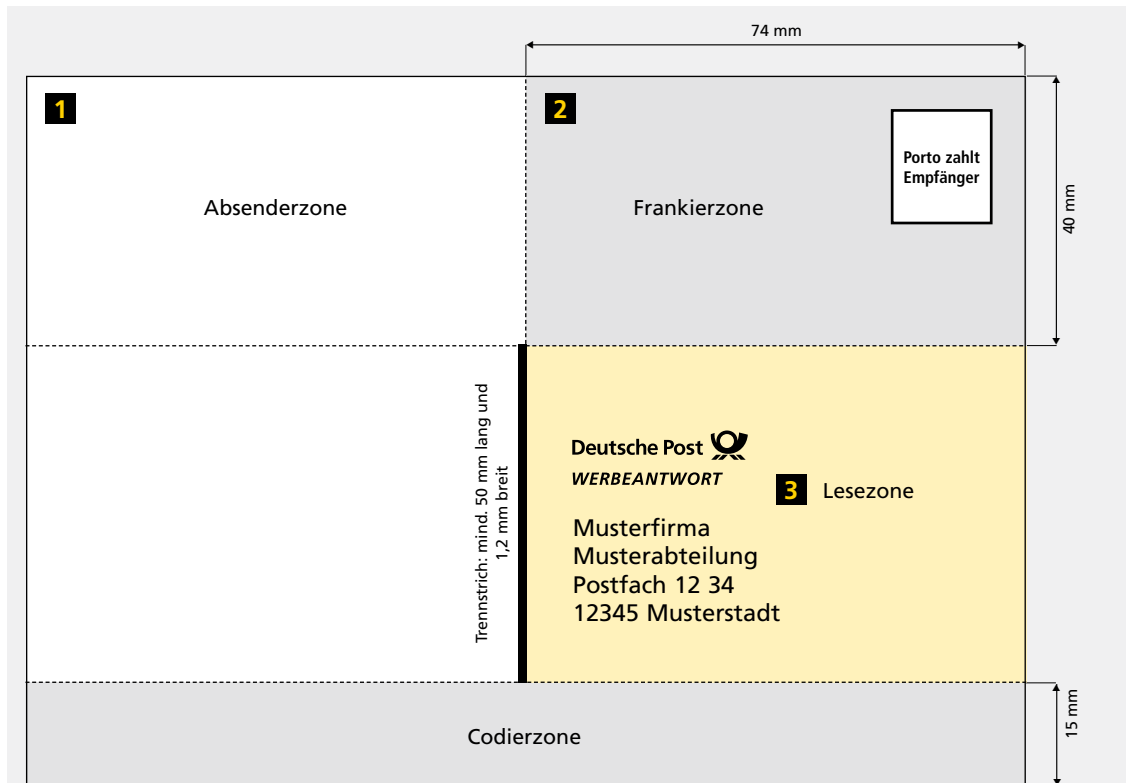


Beispiel: Postkarte DIN A6 Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße. Die angegebenen Maße sind bindend.

- Bitte nicht bedrucken
- Frei gestaltbare Fläche
- Keine Gestaltung

1.8.1 Gestaltungshinweise Antwortkarte

- Gestaltung mit Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn).*
- Der Druck des Schriftzuges muss schwarz oder dunkelfarbig erfolgen.



Beispiel: Postkarte DIN A6

Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße. Die angegebenen Maße sind bindend.

Bitte nicht bedrucken

Frei gestaltbare Fläche

Keine Gestaltung

- 1 Absenderzone**
Beginnt 74 mm vom rechten Sendungsrand entfernt und endet mit dem linken Sendungsrand; Höhe 40 mm
- 2 Frankierzone**
Breite 74 mm, Höhe 40 mm
- 3 Lesezone mit Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ (inkl. Posthorn),**
Breite 26 mm, Höhe 8 mm oder Breite 20 mm, Höhe 6,25 mm, und mit der Anschrift.*

* Den Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn) und den Frankiervermerk finden Sie im Internet unter www.deutschepost.de/werbeantwort im Bereich „Downloads zum Produkt“.

1.9 WERBEANTWORT als Antwortbrief

Frankierzone

- Platzierung: rechts oben.
- Länge: 74 mm (ab dem rechten Rand).
- Breite: 40 mm (vom oberen Rand).
- Die Frankierzone hat immer die gleiche Größe, unabhängig vom Format der Sendung.
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.

Frankiervermerk

- Platzierung: in der rechten oberen Ecke (Frankierzone). Optimal steht die rechte obere Ecke des Vermerks zwischen 5 und 15 mm von oben und rechts.
- Text: schwarz oder dunkelfarbig, 2- bis 4-zeilig, zentriert, horizontal in einem vollständig geschlossenen Rahmen.
- Rahmen: gerade Linien, die im rechten Winkel zusammenlaufen. Die Lesbarkeit des Rahmens ist bei einer Größe von 20 x 24 mm optimal gewährleistet. Linienstärke 0,4–1,5 mm (schwarz oder dunkelfarbig), Höhe 17–30 mm, Breite 15–25 mm, Höhe > Breite.
- Der Frankiervermerk darf nicht – wie bei einer Briefmarke der Fall – einzeln aufgeklebt sein. Es handelt sich dabei um ein vorgedrucktes Element.

Lesezone

- Platzierung des Schriftzugs „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn): oberhalb und linksbündig zur Empfängeranschrift.
- Platzierung bei Fensterbriefumschlag: „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Post-

horn) muss im Sichtfenster oberhalb der Adresse lesbar sein.

- Stand Anschrift: mind. 15 mm vom linken und rechten Rand bzw. im Fenster.
- Keine Angaben und Darstellungen unterhalb und rechts der Anschrift. Die Fläche links der Anschrift darf nach einem Abstand von 20 mm (Ruhezone), mit Ausnahme von adressblockähnlichen Angaben, frei gestaltet werden.
- Die Anschrift muss gedruckt sein.
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.

Codierzone

- Platzierung: am unteren Rand.
- Länge: 150 mm (ab dem rechten Rand), Breite: 15 mm (vom unteren Rand).
- Gestaltung: weiß oder einfarbige Pastelltöne.
- Die Fläche links von der Codierzone darf bedruckt werden.

Absenderzone

- Platzierung: links oben.
- Länge: variabel, beginnend ab 74 mm (ab dem rechten Rand) bis zum linken Sendungsrand, Breite: 40 mm (vom oberen Rand).
- Sonstige Angaben (z. B. Werbeaufdrucke und -abbildungen) sind möglich, soweit die Absenderangabe erkennbar ist.

Flächengewicht der Antworthülle

Mindestgewicht: 70 g/m²

Groß- und Maxiformat

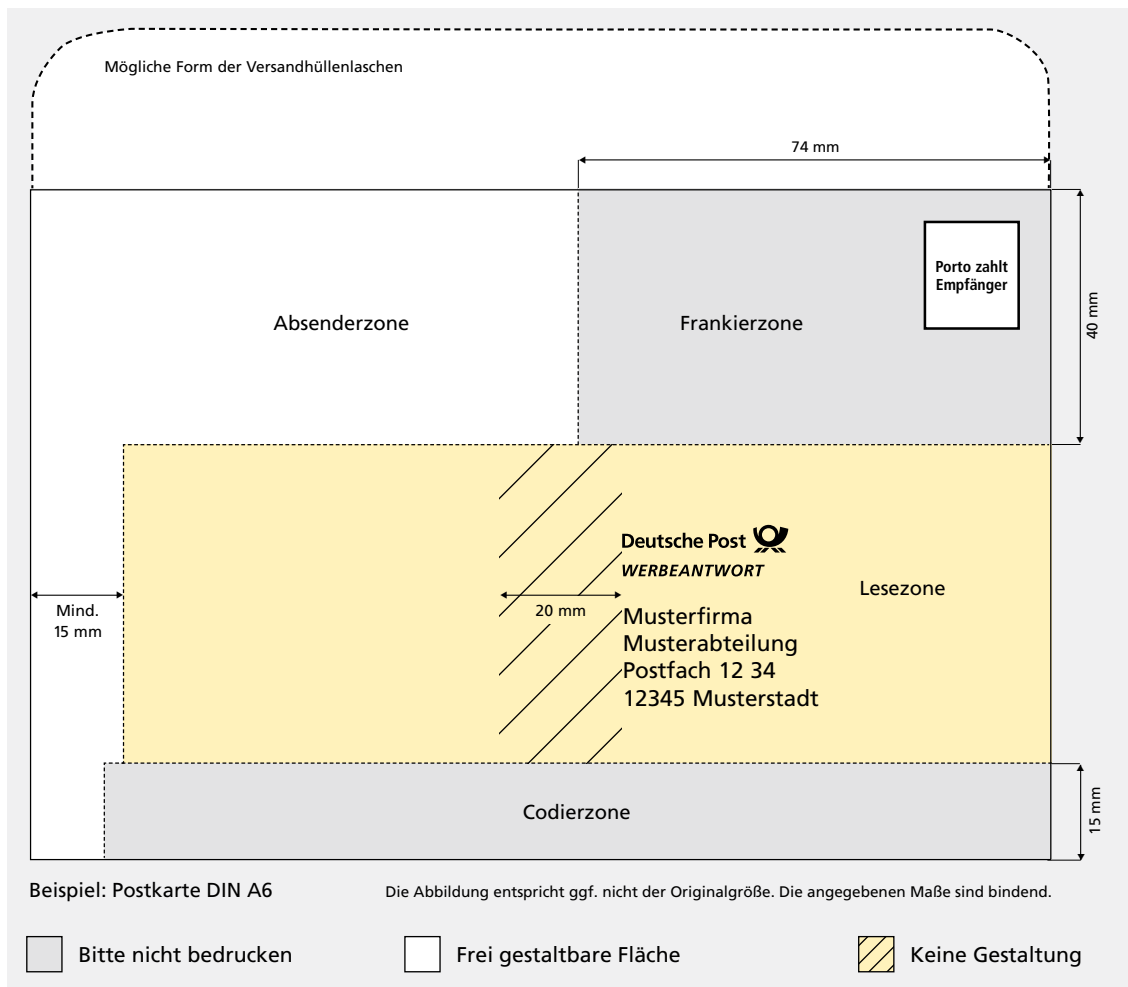
Auch Sendungen, die das Standard- und Kompaktmaß überschreiten, können als Antwortbrief verschickt werden. Die Vorgaben dazu entnehmen Sie bitte S. 18 oder ausführlich der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“.

Fensterbrief (DIN lang)

- Fensterstand: mind. 40 mm von oben, mind. 15 mm von den übrigen Rändern.
- Sonstige Angaben grundsätzlich nur links vom Fenster, Abstand mind. 20 mm.
- Stand Anschrift: vollständig im Fenster, Abstand mind. 3 mm von allen Rändern.
- Kennzeichnung: Beim Fensterbriefumschlag steht die Kennzeichnung auf dem innen liegenden Response-Element (der Einlage).

Rückseite

- Auf der Rückseite dürfen in der „Lesezone“ weder Rücksendeanschriften noch Absenderangaben angebracht sein. Ansonsten wäre nur schwer zu erkennen, welche der zustellfähigen Anschriften bei der jeweiligen Beförderung gelten soll.
- Eine großflächig dunkel gestaltete Rückseite verhindert grundsätzlich die Maschinenfähigkeit.



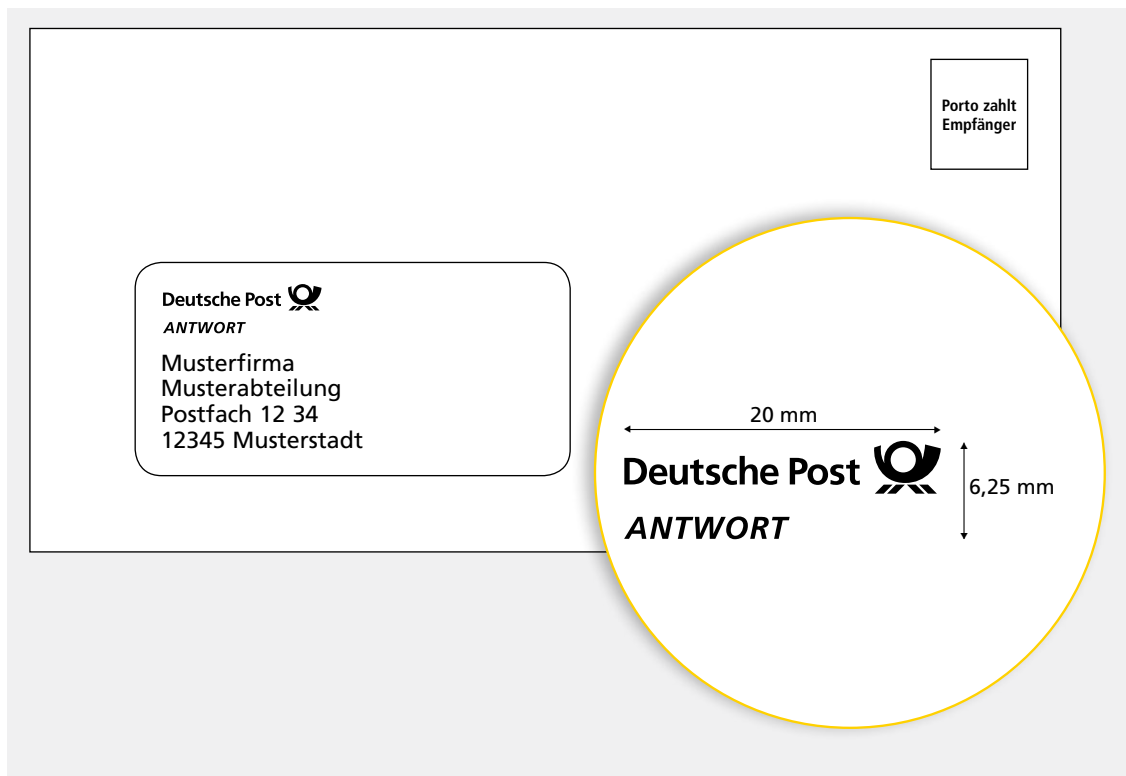
1.9.1 Antwortbrief mit Fensterumschlag

- Die Sendungskennzeichnung wird in einer Größe von 20 x 6,25 mm verwendet.
- Gestaltung mit Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn).

Empfehlung Schriftzüge:

- für werbliche Antwortbriefe: „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ (inkl. Posthorn) oder
- für nicht werbliche Antwortbriefe (z. B. Kundendaten, Anträge): „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn)

Den Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn) und den Frankiervermerk finden Sie im Internet unter www.deutschepost.de/werbeantwort im Bereich „Downloads zum Produkt“.



Beispiel: Antwortbrief DIN lang

1.10 Sonderformate

Antwortkarte Format Großbrief

- Auch bei diesen Nichtstandardbriefsendungen ist die Aufschriftseite in Zonen eingeteilt: Absenderzone, Frankierzone und Lesezone.
- Absenderzone: Absenderangaben müssen oben links angebracht sein.
- Frankierzone: Länge mind. 74 mm, Breite mind. 40 mm.
- Lesezone: Die Anschrift muss in der Lesezone (siehe Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“) stehen.
- Die Anschrift muss maschinenlesbar sein (s. S. 8–9).
- Für einteilige Sendungen in Kartenform ist grundsätzlich ein Flächengewicht von mind. 250 g/m² erforderlich. Für Sendungen ab dem Format C5 ist je nach Größe ein höheres Flächengewicht empfehlenswert.

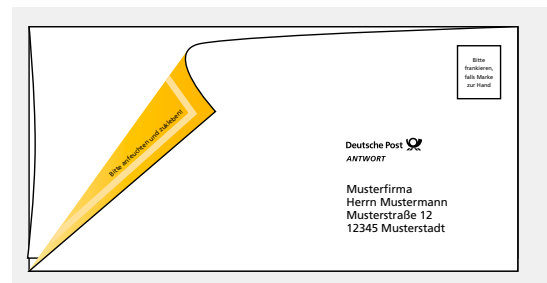
Antwortbrief Format Großbrief/Maxibrief

- Mit der WERBEANTWORT als Großbrief können Sie z. B. eine Sendung im C5-Format über 50 bis 500 g und bis 20 mm Höhe einsetzen.
- Mit der WERBEANTWORT als Maxibrief können Sie z. B. eine Sendung im C4-Format bis 1.000 g und bis 50 mm Höhe einsetzen.
- Die Rückseite darf in der „Lesezone“ keine Rücksendeanschrift haben.
- Antwortbriefe mit Fenster: Der Abstand von oben beträgt mind. 40 mm, der Abstand von den übrigen Rändern beträgt mind. 15 mm, Anschrift vollständig im Fenster und mind. 3 mm von allen Rändern entfernt.

- Antwortbriefe ohne Fenster: Die Aufschrift muss bei Sendungen im Querformat auf der rechten Sendungs-hälfte bzw. bei Sendungen im Hochformat in der oberen Hälfte der Sendung innerhalb der Lesezone angebracht werden. Dabei ist die Einhaltung einer einfarbig hellen Ruhezone von mind. 20 mm um die Aufschrift herum erforderlich.

WERBEANTWORT als Selfmailer

Alle Informationen zur Gestaltung von Selfmailern entnehmen Sie bitte der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“.



Beispiel: Antwortbrief DIN lang als Selfmailer

1.11 Tipps und Tricks

Personalisierung

Setzen Sie auf der WERBEANTWORT alle Kundendaten und ggf. die Kundennummer ein, machen Sie Ihren Kunden die Response noch einfacher. Gleichzeitig können Sie um eine Überprüfung der Angaben bitten, um Ihre Datenbank zu aktualisieren.

Perforation

Wollen Sie eine WERBEANTWORT mittels Perforation z. B. in eine Broschüre integrieren, achten Sie bitte darauf, dass die Perforation ein sauberes Heraustrennen der Antwortkarte ermöglicht.

Papierqualität

Das Papier muss ausreichend dick und saugfähig sein, damit eine Codierung der Anschrift wischfest aufgebracht werden kann. Die ausreichende Stabilität einer Briefsendung resultiert in hohem Maß aus dem verwendeten Papierflächengewicht sowie der Qualität des Papiers. Die zu verwendenden Grammaturen stehen in direkter Abhängigkeit zu den Formaten. Für Postkarten (Sendungen in Kartenform) ist eine plane Sendung erforderlich (siehe Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“).

Verklebung/Verschluss

Auch Tip-on-Cards oder Selfmailer eignen sich als WERBEANTWORT. Beachten Sie bitte, dass durch die Verklebungen oder Verschlüsse beim Zurücksenden keine Klebereste zurückbleiben. Bei Antwortbriefen mit Verklebungen (Selfmailer) sollen möglichst viele Seiten der Sendung geschlossen sein. Im Standardbereich müssen, im Nichtstandardbereich sollten über die gesamte Länge bis zum äußeren Sendungsrand mindestens geschlossen sein:

- beide Längsseiten oder die untere Längsseite und beide Schmalseiten,
- die Verschlussklappe/-lasche, insbesondere wenn sie nicht bis zum gegenüberliegenden Sendungsrand reicht.
- Die Verklebung darf sich bei der maschinellen Bearbeitung nicht lösen.

Internationale WERBEANTWORT

Ihre Kunden wohnen im Ausland? Auch dafür haben wir einen attraktiven Service. Die Konditionen für die Internationale WERBEANTWORT finden Sie unter www.deutschepost.de/globalmail

2 RESPONSEPLUS

RESPONSEPLUS ist ein Werbe- und Antwortelement mit Postmatrixcode, automatischer Mengenermittlung sowie monatlicher Abrechnung und verschiedenen Auswertungsmöglichkeiten.

Bei diesem Produkt sind zwei Ausprägungen möglich:

- Antwort und
- Empfehlung.

Die Frankierwelle ist in beiden Ausprägungen identisch.

Die Ausprägung Antwort ist in den Formaten Postkarte, Standardbrief, Kompaktbrief und Großbrief möglich. Der Werbetreibende übernimmt bei der Frankiervariante

„Kundenmotiv mit Frankierwelle“ das Entgelt vollständig. Alternativ kann bei der Variante „Frankiervermerk mit kleinem Postmatrixcode“ der Endkunde am Porto beteiligt werden.

Die Ausprägung Empfehlung ist nur im Format Postkarte möglich. Hier übernimmt der Werbetreibende bei der Frankiervariante „Kundenmotiv mit Frankierwelle“ stets das gesamte Porto.

Bitte beachten Sie: Die Nutzung von RESPONSEPLUS bedarf einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung. Mehr dazu erfahren Sie bei Ihrem Kundenberater/Geschäftskundenservice.*

* Alle Service- und Kontaktinformationen finden Sie auf S. 2 dieser Broschüre.

2.1 RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort

2.1.1 Grundinformation

RESPONSEPLUS ist in der Ausprägung Antwort als klassisches Response-Element mit dem Schriftzug „Deutsche Post RESPONSEPLUS“ (inkl. Posthorn), dem Frankiervermerk, einer gedruckten Anschrift und dem Postmatrixcode gekennzeichnet. Die Vorteile und Einsatzmöglichkeiten gleichen denen der klassischen Antwort bzw. WERBEANTWORT ohne Postmatrixcode und wurden bereits in den Punkten 1.3 und 1.4 erläutert.

Gestaltung

Die Sendungen werden mit einem individuellen Motiv, der Frankierwelle RESPONSEPLUS,

dem Frankiervermerk, einer gedruckten Anschrift und dem Postmatrixcode zur Antwortsendung.

Einsatz und Abrechnung

Besonders geeignet ist RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort für zentral gesteuerte Filialen oder Außenstellen. Hier kann z. B. bei zentralen Aussendungen, deren Antworten in einzelne Filialen zurücklaufen, auch eine Gesamtabrechnung erfolgen. Damit werden Handkassen, Portokassen usw. in dezentralen Standorten überflüssig. Die Entgelte werden monatlich abgerechnet.

Auswertungen

Der Postmatrixcode ermöglicht Response-Messungen einzelner Aktionen sowie individuelle Auswertungen zum Inhalt der Aktion,

zu Filialen, zu Regionen und Zeiträumen. Detaillierte Informationen zu den Auswertungsmöglichkeiten erhalten Sie bei Ihrem Kundenberater.

2.1.2 Preise, Formate, Maße und Gewichte

Preisinformationen, die auch für das Produkt RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort gelten, finden Sie unter Punkt 1.5. Nicht zulässig ist hier das Format Maxibrief. Die

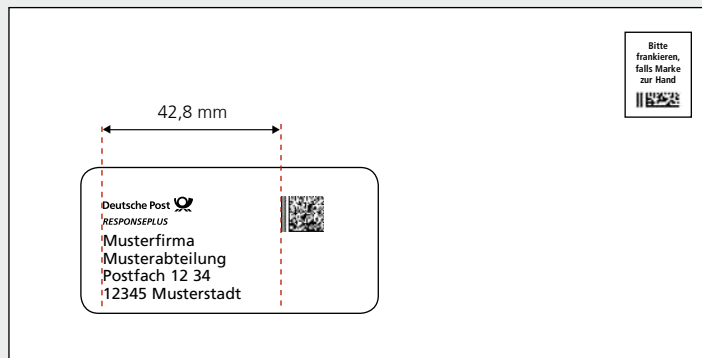
Vorgaben für Formate, Maße und Gewichte sowie die Gestaltung sind unter Punkt 1.6 und 1.7 beschrieben. Auch hier ist der Maxi-brief ausgenommen.

2.1.3 Gestaltungsvorgaben und Frankiermöglichkeiten beim Postmatrixcode

Bitte beachten Sie: Bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort müssen die Sendungen maschinell lesbar (inkl. Frankiervermerk), automationsgerecht gestaltet und maschinenfähig sein.

a) Frankiervermerk

- Frankierung mit Zuzahlmöglichkeit durch den Endkunden.
- Gestaltung mit dem Schriftzug „Deutsche Post *RESPONSEPLUS*“ (inkl. Posthorn) und Frankiervermerk.*
- Die Sendungskennzeichnung wird in einer Größe von 20 x 6,25 mm verwendet.



Beispiel: Fensterbriefumschlag DIN lang

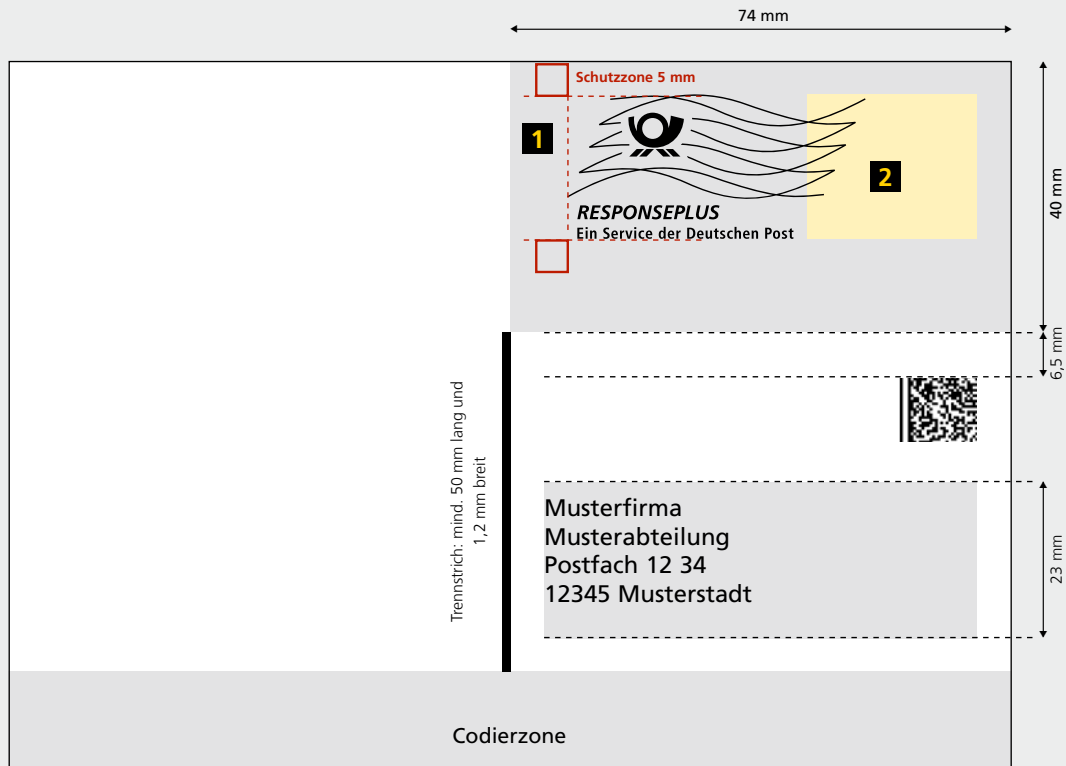
Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße. Die angegebenen Maße sind bindend.

* Der Schriftzug „Deutsche Post *RESPONSEPLUS*“ und der Frankiervermerk mit Postmatrixcode werden Ihnen nach Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt.

b) Individuelle Frankierung

- In Kombination mit der Frankierwelle* und dem Postmatrixcode können Sie ein individuelles Motiv einsetzen.
- In diesem Fall muss im Postmatrixcode hinterlegt sein, dass der Empfänger der zurückgeschickten RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort das Porto übernimmt.

Alle Vorgaben zum individuellen Motiv (Bildinhalte und Gestaltung) finden Sie auch unter www.deutschepost.de/frankiervermerk



Beispiel: Postkarte DIN A6, 148 x 105 mm

Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße.

Die angegebenen Maße sind bindend.

- 1 Frankierwelle**
Breite: 44 mm
Frankierwelle muss das Kundenmotiv überlappen, maximale Überlappung 8 mm.
Die Schutzzone ringsherum beträgt 5 mm.
- 2 Individuelles Motiv**
Mindestgröße:
Breite 25 mm, Höhe 21,3 mm
Maximalgröße:
Breite 33 mm, Höhe 37 mm

* Die Frankierwelle wird Ihnen nach Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt.

c) Einsatz des Postmatrixcodes

- Platzierung oberhalb der Anschrift.
- Druck muss immer in schwarzer Farbe erfolgen.
- Gestaltung mit Schriftzug „Deutsche Post *RESPONSEPLUS*“ (inkl. Posthorn) und Frankiervermerk.*
- Frankiervermerk mit Postmatrixcode oder individuelles Motiv mit Frankierwelle.
- Der Postmatrixcode ist immer dynamisch.
- Vor Einsatz des Postmatrixcodes ist ein Vertragsabschluss erforderlich.



Beispiel: Postkarte DIN lang, 220 x 110 mm

Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße.

Die angegebenen Maße sind bindend.

1 Postmatrixcode

Die Standardgröße eines Postmatrixcodes in der Anschriftenzone ergibt 11,0 x 11,0 mm (26 x 26 Module) bzw. ein Gesamtlayout von 13,1 x 11,0 mm (Code mit 2 Balken). Druck muss immer in schwarzer Farbe erfolgen.

Maximalgröße: Breite 15,7 mm, Höhe 13,2 mm

Um den Postmatrixcode ist auf allen Seiten eine Ruhezone von 2 mm einzuhalten. Dies gilt auch für den kleinen Postmatrixcode im Frankiervermerk (siehe Abbildung Seite 21). Weitere Hinweise zum Aufbau des Postmatrixcodes erhalten Sie bei Ihrem Kundenberater.

* Die Frankierwelle wird Ihnen nach Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt.

2.2 RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung

2.2.1 Grundinformation

Freundschaftswerbung ist für werbetreibende Unternehmen eine attraktive Möglichkeit zur Generierung potenzieller Neukunden. RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung ermöglicht dem Empfehler einen kostenlosen Versand der Karte an interessierte Freunde/Bekannte.

Gestaltung

Der Gestaltung von „Empfehlerkarten“ sind bei der Wahl eines individuellen Motivs in der Frankierung und bei der Textgestaltung kaum Grenzen gesetzt.

Einsatz und Abrechnung

Es bieten sich vielfache Einsatzmöglichkeiten für die „Empfehlung“. Sie können Neukunden durch den Einsatz von Coupons, Gutscheinen und besonderen Angeboten akquirieren. Auch die Einbindung einer Internetadresse mit einem individuellen Zugangscode ist möglich. Die Entgelte der tatsächlich versandten „Empfehlungen“ werden monatlich abgerechnet.

Auswertungen

Informationen über Sendungsmengen und Sendungsströme ermöglichen eine effiziente Steuerung von Werbemaßnahmen.

2.2.2 Preise, Formate, Maße und Gewichte

Preisinformationen sind unter Punkt 1.5 abgedruckt und gelten auch für das Produkt RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung. Hier ist ausschließlich das Format Postkarte

zulässig. Die Vorgaben für Formate, Maße und Gewichte sowie die Gestaltung sind unter Punkt 1.6 und 1.7 beschrieben. Auch hier ist nur das Format Postkarte relevant.

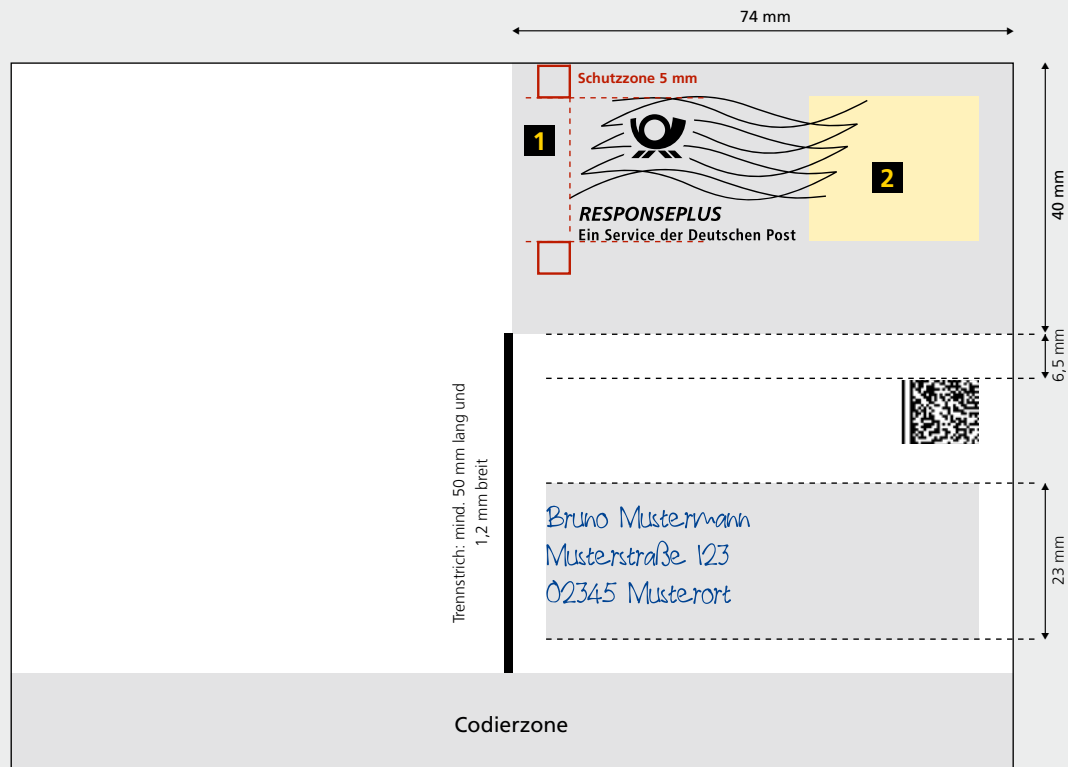
2.2.3 Gestaltungsvorgaben und Frankiermöglichkeiten beim Postmatrixcode

Bitte beachten Sie: Bei RESPONSEPLUS – Ausprägung Empfehlung müssen die Sendungen automationsgerecht gestaltet und maschinenfähig sein. Der Frankiervermerk muss maschinell lesbar sein.

a) Individuelle Frankierung

- In Kombination mit der Frankierwelle* können Sie ein individuelles Motiv einsetzen.
- Im Postmatrixcode werden abrechnungsrelevante und kundenspezifische Daten hinterlegt.

Alle Vorgaben zum individuellen Motiv (Bildinhalte und Gestaltung) finden Sie auch unter www.deutschepost.de/frankiervermerk



Beispiel: Postkarte DIN A6, 148 x 105 mm

Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße.

Die angegebenen Maße sind bindend.

1 Frankierwelle

Breite: 44 mm

Frankierwelle muss das Kundenmotiv überlappen, maximale Überlappung 8 mm.

Die Schutzzone ringsherum beträgt 5 mm.

2 Individuelles Motiv

Mindestgröße:

Breite 25 mm, Höhe 21,3 mm

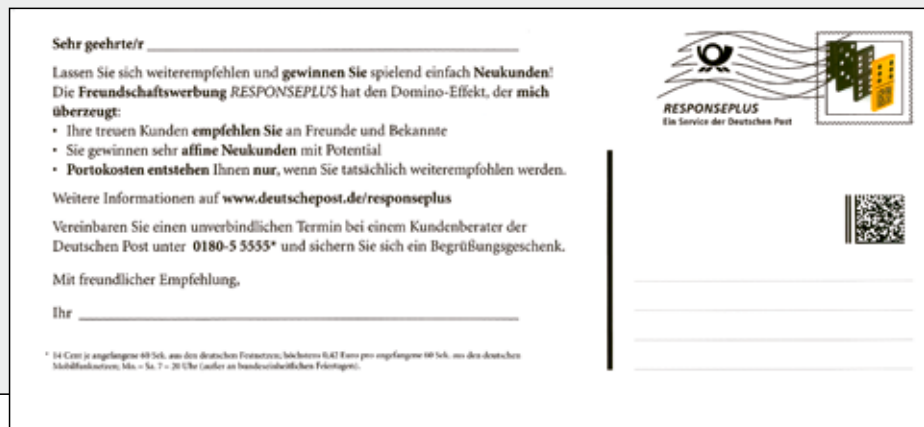
Maximalgröße:

Breite 33 mm, Höhe 37 mm

* Die Frankierwelle wird Ihnen nach Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt.

b) Tipps zur Gestaltung der Empfehlung

- Individuelle Adressierung, i. d. R. handschriftlich.
- Frankiervermerk mit Kundenmotiv und Frankierwelle.*
- Der Bereich links vom Trennstrich und die Rückseite der Postkarte sind frei gestaltbar.
- Vor Einsatz der Empfehlung ist ein Vertragsabschluss erforderlich.



Beispiel: Postkarte DIN lang, 210 x 97 mm

Die Abbildung entspricht ggf. nicht der Originalgröße.
Die angegebenen Maße sind bindend.

* Die Frankierwelle wird Ihnen nach Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt.

3 Schlagwortverzeichnis

Absenderzone – 12–16, 18
Anschrift – 5, 7, 8, 10–16, 18–20, 23, 26
Antwortbrief – 15–19
Antwortkarte – 8, 14, 18–19
Aufschriftseite – 7, 8, 11, 18
Aufschriftzettel – 11
Automationsfähigkeit – 7–8
Codierzone – 11–16, 22, 23, 25, 26
Druck – 10, 13, 14, 23, 26
Fensterbrief/Fensterumschlag – 15, 21
Flächengewicht – 10, 12, 15, 18
Frankiermöglichkeiten – 22, 25
Frankiervermerk – 5–10, 12, 15, 20–23, 25–26
Frankierwelle – 20, 22, 23, 25–26
Frankierzone – 8, 11–16, 18
Gestaltungsvorgaben – 8, 22, 25
Lesezone – 10–13, 15, 16, 18
Maschinenfähigkeit – 7, 13, 16
Maschinenlesbarkeit – 7
Papiergewicht – 10
Papierqualität – 19
Perforation – 19
Personalisierung – 19
Portokosten – 6
Postkarte – 5–7, 11–14, 19–20, 22–26
Postmatrixcode – 20–23, 25, 26
Preise – 6, 21, 24
Responseerfassung – 19
RESPONSEPLUS/Antwort – 20–23
RESPONSEPLUS/Empfehlung – 24–26
RESPONSEPLUS/Entgelt – 21, 24
Schriftzug WERBEANTWORT/ANTWORT – 5, 12–15, 17
Selfmailer – 18–19
Sonderformate – 18
Trennstrich – 11–14
Verklebung/Verschluss – 19
Versandhülle – 12, 19
WERBEANTWORT-Entgelt – 6–7
Zustellung – 8

Deutsche Post DHL – The Mail & Logistics Group

Deutsche Post AG

Zentrale

Produktmanagement

Dialogmarketing

53250 Bonn

www.deutschepost.de

Servicenummer

0180 6 555555*

*20 ct je Verbindung aus den deutschen Festnetzen;
max. 60 ct je Verbindung aus den deutschen
Mobilfunknetzen; mo.– sa. 7–20 Uhr (ausgenommen
an bundeseinheitlichen Feiertagen).

Post® ist eine eingetragene Marke der Deutschen Post.

Stand: Januar 2015