

Werbeantwort und Responseplus.

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

WERBEANTWORT

RESPONSEPLUS

Alle Informationen für Ihren Erfolg.

Downloads unter:

www.deutschepost.de/werbeantwort

www.deutschepost.de/responseplus

Serviceline Automationsmanagement BRIEF

06151 9 084083

(mo.–fr. 10–16 Uhr)

Geschäftskunden-Service

0180 5 5555

0,14 EUR pro angefangene Minute aus deutschen Festnetzen;
höchstens 0,42 EUR pro angefangene Minute aus den deutschen
Mobilfunknetzen, mo.–sa. 7–20 Uhr, ausgenommen an Feiertagen

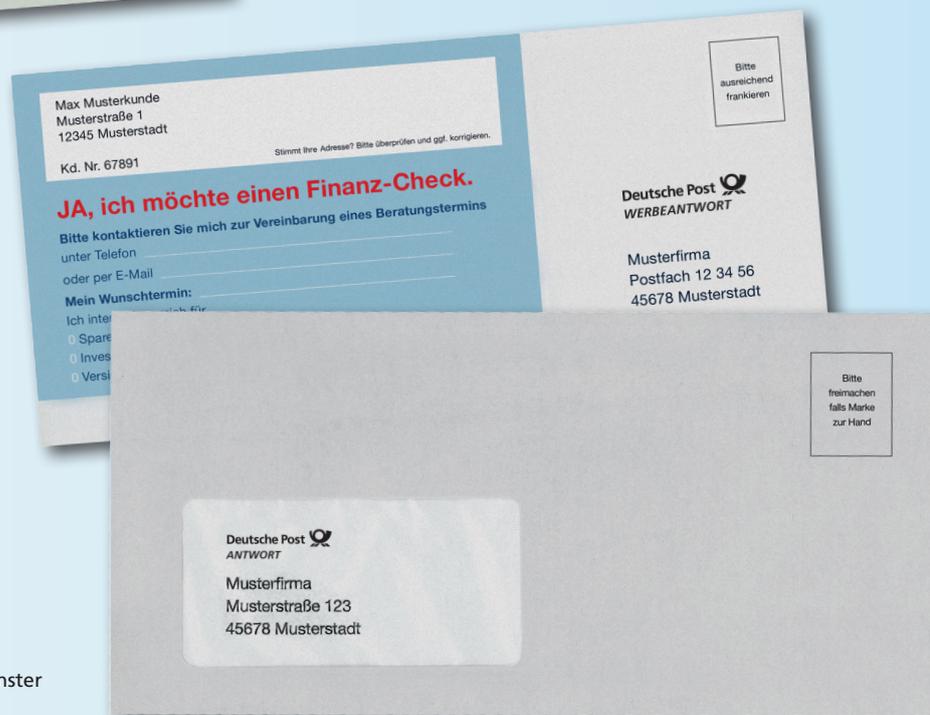
Inhaltsverzeichnis

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
1.9	WERBEANTWORT als Antwortbrief	15
1.10	Sonderformate	18
1.11	Tipps + Tricks	19
2	RESPONSEPLUS	20
2.1	RESPONSEPLUS – Ausprägung Antwort	20
2.1.1	Grundinformation	20
2.1.2	Preise, Formate, Maße und Gewichte	20
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	25
3	Schlagwortverzeichnis	27

1 Werbeantwort



Antwortkarte Format A6
Antwortbrief Format C6



Antwortbrief Format DIN lang mit Fenster
Antwortkarte Format DIN lang

1.1 Grundinformation

Die **WERBEANTWORT** ist ein Service der Deutschen Post, mit dem Sie Ihr Response-Element zum effizienten Dialog Marketing-Instrument machen. Durch das vorbereitete Response-Element – die

WERBEANTWORT – ist es ganz einfach, etwas zu bestellen, Informationen anzufordern oder an einem Gewinnspiel teilzunehmen.

1.2 Postkarte und Brief

Postkarte

Die WERBEANTWORT als Postkarte ist das klassische Response-Element, 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
- Nachfass-Aktionen
- Anträge, Abschlüsse, Verträge
- Adress-Generierung 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 Response-Element zur WERBEANTWORT.

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

1.5 Preise*

Die *WERBEANTWORT* und *RESPONSEPLUS* sind Response-Elemente, 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	0,55 EUR
Kompaktbrief	0,90 EUR
Großbrief	1,45 EUR
Maxibrief**	2,20 EUR

* Alle Preise sind Endpreise und nach UStG umsatzsteuerfrei.

** Nicht bei *RESPONSEPLUS* zulässig.

1.6 Formate, Maße und Gewichte

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

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 4,40 EUR (umsatzsteuerfrei). Der nationale Maxibrief ist bis zu den Höchstmaßen (L) 600 x (B) 300 x (H) 150 mm oder L + B + H = 900 mm (dabei darf keine Seite länger als 600 mm sein) und bis zum 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 *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 nächst höheren Portoklasse (Kompaktbrief 0,90 EUR, nach UStG umsatzsteuerfrei) erhoben.

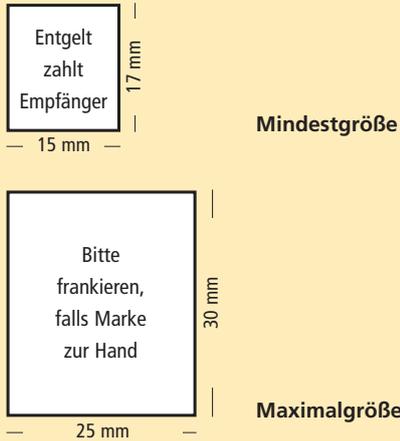
Wesentliche Inhalte finden Sie auf den folgenden Seiten sowie in der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“, die auch im Internet unter **www.deutschepost.de/werbeantwort** in der Rubrik „Downloads zum Produkt“ bereitgestellt wird.

Anschrift

Die Anschrift muss bei der *WERBEANTWORT* und *RESPONSEPLUS* – Ausprägung Antwort immer gedruckt sein. Die Aufbringung mittels Stempel und z. B. aus Download-Vorlagen ausgeschnittenen, aufgeklebten 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 mm – 1,5 mm
- Höhe: 17 mm – 30 mm
- Breite: 15 mm – 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 in dunklen Farben gehalten sein

Text-Beispiele

- 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 und der Frankiervermerk müssen gedruckt sein. Achten Sie auf ein gutes Druckbild.

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 gefährliche Stoffe und Gegenstände

Es muss gewährleistet werden, dass die Verpackung einen ausreichenden Schutz gegen die bei der Postbeförderung unvermeidlich auftretenden Transportbelastungen aufweist. Deshalb müssen formstabile, kistenförmige und bauartgeprüfte Außenverpackungen, die den „Vorschriften für die Beförderung gefährlicher Güter“ des Internationalen Verbandes der Luftfahrtgesellschaften (IATA-DGR) entsprechen, eingesetzt werden. Gerade bei ansteckungsgefährlichen Stoffen ist diese Vorsichtsmaßnahme 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 umfassend beraten von der Planung bis zur Fertigstellung Ihrer WERBEANTWORT. Um ganz sicherzugehen, lassen Sie Ihre Mustersendungen in unseren Sortieranlagen testen. Auch vor dem Versand von hohen Auflagen ist eine Prüfung durch den Berater Automationsmanagement ratsam, damit Ihre WERBEANTWORT problemlos zurückgeschickt werden kann.

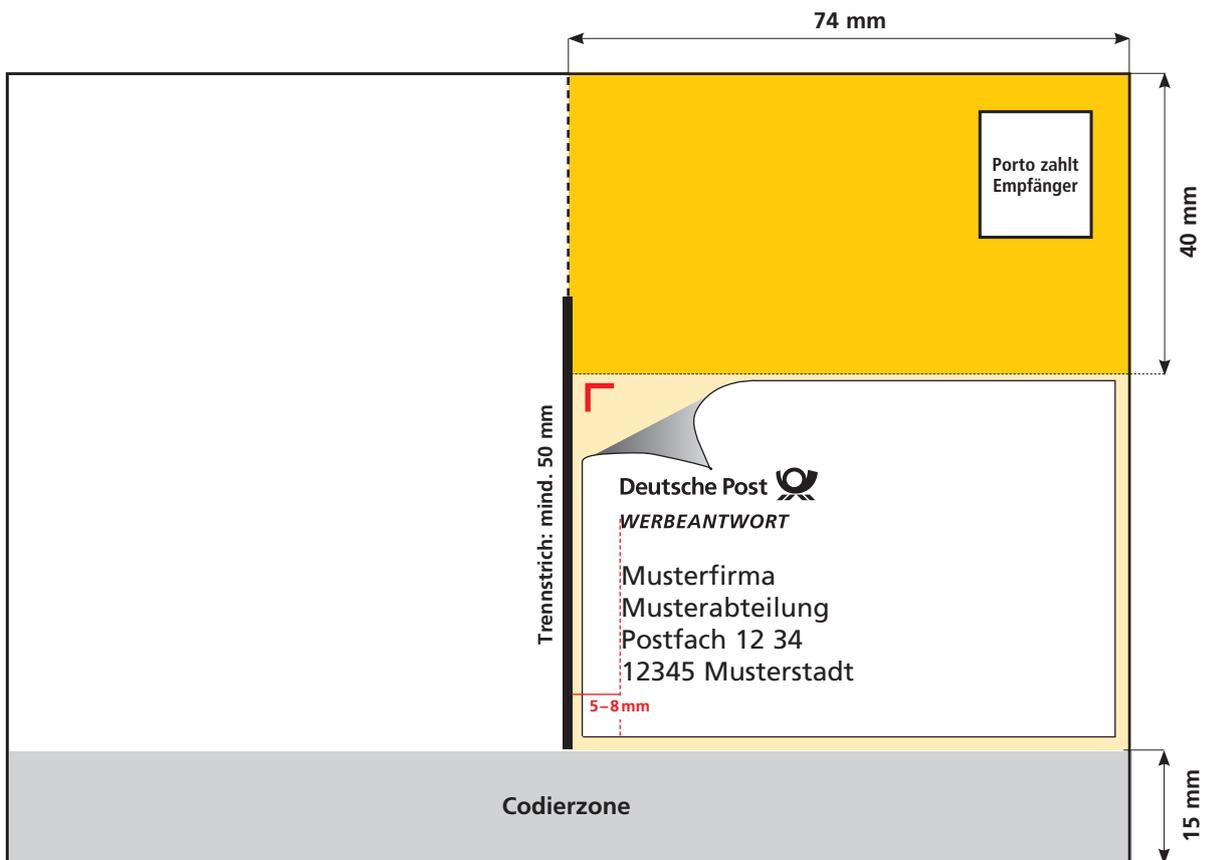
Spezielle Vorgaben für Aufschriftzettel (Aufkleber, Label)

Aufschriftzettel sind zugelassen, wenn sie eine maschinenlesbare Anschrift und die Kennzeichnung „Deutsche Post WERBEANTWORT“ oder „Deutsche Post ANTWORT“ (inkl. Posthorn) haben. Der Aufschriftzettel darf die maschinelle Bearbeitung nicht behindern.

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.

Der Aufschriftzettel

- läuft über die Lesezone (s. S. 17),
- darf nicht auf die Codierzone geklebt werden,
- darf nicht (bei Formaten bis C6) den Trennstrich überkleben,
- darf nicht mittels Stempel beanschriftet sein,
- muss gerade ausgerichtet sein.



Beispiel: Postkarte DIN A6, 148 mm x 105 mm

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

- Lesezone
- Frankierzone
- Codierzone (bitte nicht bedrucken)

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: Optimalerweise sollte die Anschrift zwischen 5 und 8 mm an die rechte Kante des Trennstrichs heranreichen und muss 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 Formaten größer als C6 kann der Trennstrich entfallen, wenn links neben der Anschrift eine 20 mm breite freie Fläche vorhanden ist.

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:

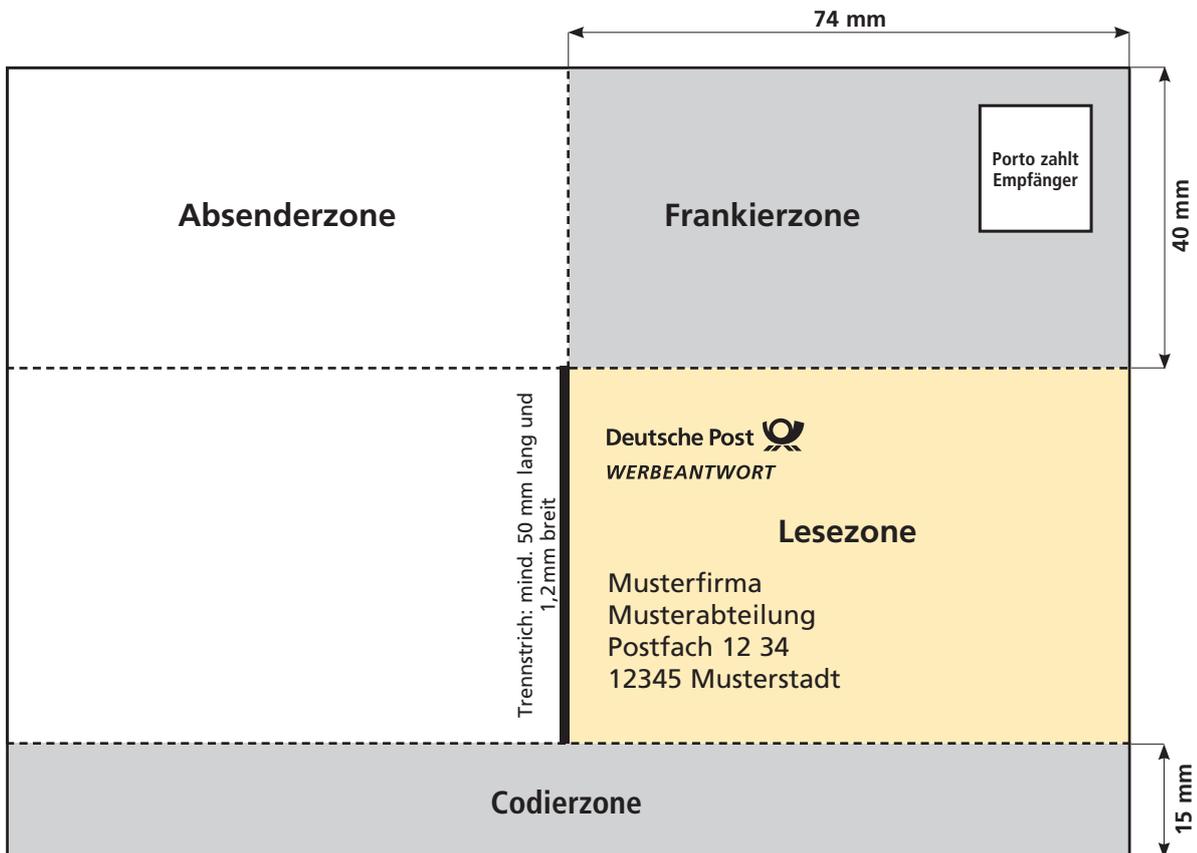
150 g/m² (bis Format C6)

170 g/m² (bis DIN lang)

200 g/m² (> DIN lang bis zum Höchstformat von Standardsendungen)

Höchstgewicht:

500 g/m² (alle Formate)



Beispiel: Postkarte DIN A6

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

- Bitte nicht bedrucken
- Frei gestaltbare Fläche
- Keine Gestaltung

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

- 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.

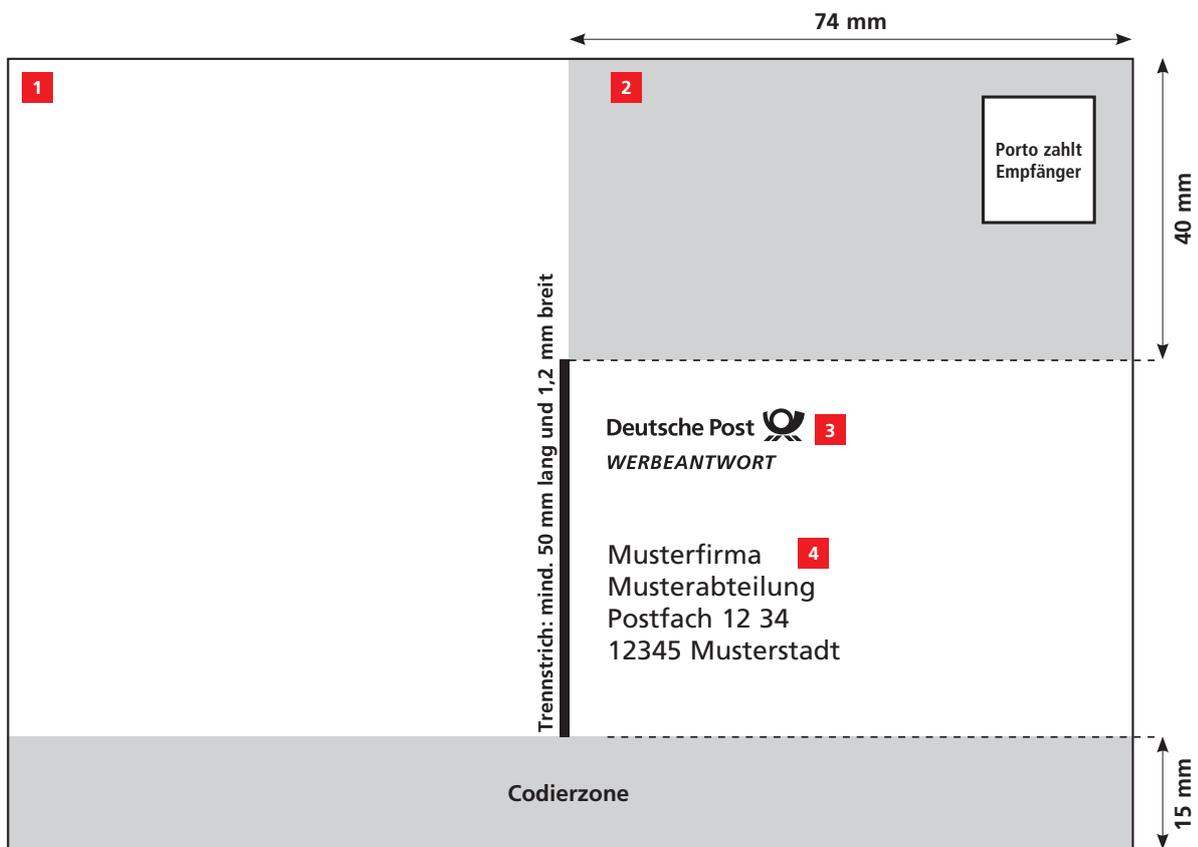
Rückseite

- 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.

* 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“.

Gestaltungshinweise Antwortkarte

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



Beispiel: Postkarte DIN A6, 148 mm x 105 mm

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

- 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 Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ (inkl. Posthorn)**
Breite 26 mm, Höhe 8 mm oder Breite 20 mm, Höhe 6,25 mm
- 4 Anschrift**

* Den Schriftzug „Deutsche Post *WERBEANTWORT*“ oder „Deutsche Post *ANTWORT*“ (inkl. Posthorn) finden Sie im Internet unter www.werbeantwort.de 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. Posthorn) 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 von der Anschrift. Die Fläche links von der Anschrift darf nach einem Abstand von 20 mm 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

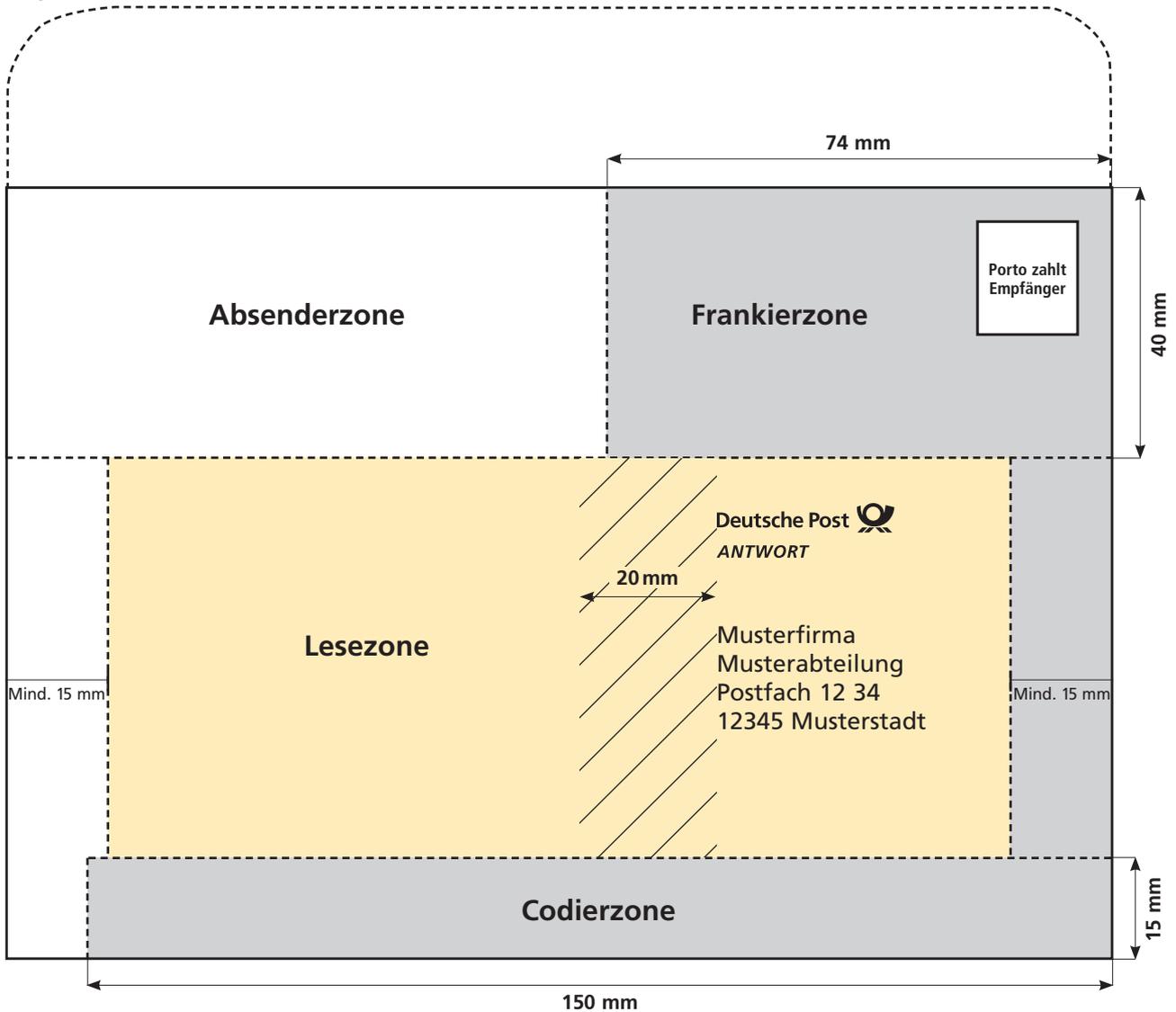
Groß- und Maxiformat

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 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).

Mögliche Versandhüllen-Laschen-Form



Beispiel: Antwortbrief C6

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

- Bitte nicht bedrucken
- Frei gestaltbare Fläche
- 20 mm links neben der Anschrift keine Gestaltung

Rückseite

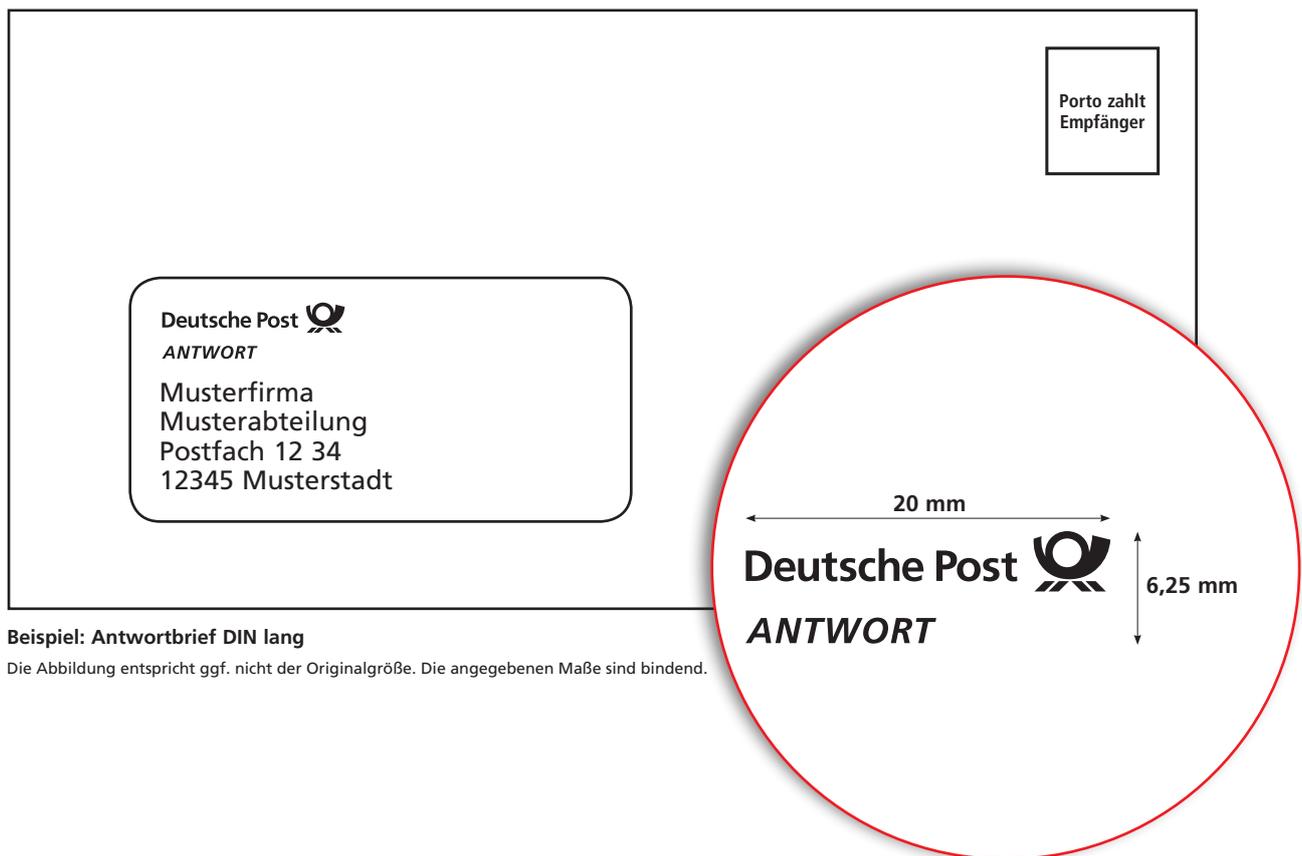
- Auf der Rückseite dürfen in der „Lesezone“ weder Rücksendeanschriften noch Absenderangaben angebracht sein. Ansonsten wäre nur schwer zu erkennen, welche der zustellfähigen Anschriften bei der jeweiligen Beförderung gelten soll.
- Eine großflächig dunkel gestaltete Rückseite verhindert grundsätzlich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

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)



Beispiel: Antwortbrief DIN lang

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

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

1.10 Sonderformate

Antwortkarte Format Großbrief

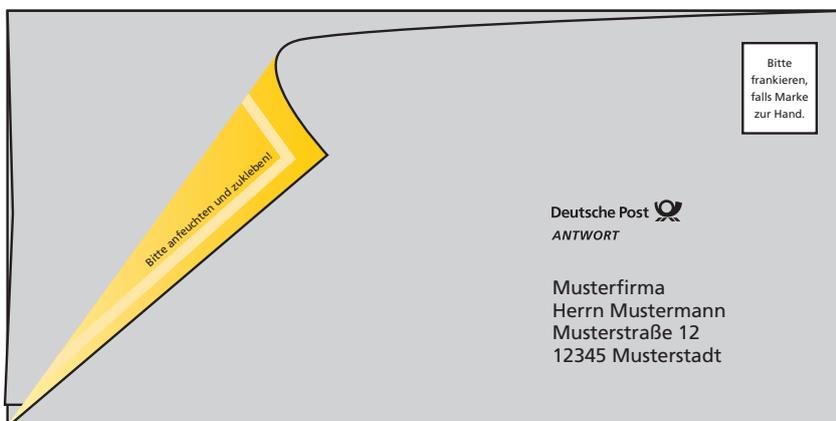
- Auch bei diesen Nichtstandardbriefsendungen ist die Aufschriftseite in Zonen eingeteilt: Absenderzone, Frankierzone und Lesezone.
- Absenderzone: Absenderangaben müssen oben links angebracht sein.
- Frankierzone: Länge mind. 74 mm, Breite mind. 40 mm.
- Lesezone: Die Anschrift muss in der Lesezone (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 1000 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.

WERBEANTWORT als Selfmailer

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



1.11 Tipps + 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.

Response-Erfassung

Die Deutsche Post Direkt bietet die Response-Erfassung mittels Sonderpostleitzahlen an. Dadurch trifft Ihre *WERBEANTWORT* in einem Beleglesecenter ein und wird hier automatisch geöffnet, sortiert und aufbereitet.

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. Ferner müssen die Sendungen über eine ausreichende Stabilität verfügen. 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. 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

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. *RESPONSEPLUS* ersetzt die Werbeantwort mit Postmatrixcode und Empfehlerkarte.

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.*

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 auch 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 auf 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 Responsemessungen einzelner Aktionen sowie individuelle Auswertungen.

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 Maxibrief ausgenommen.

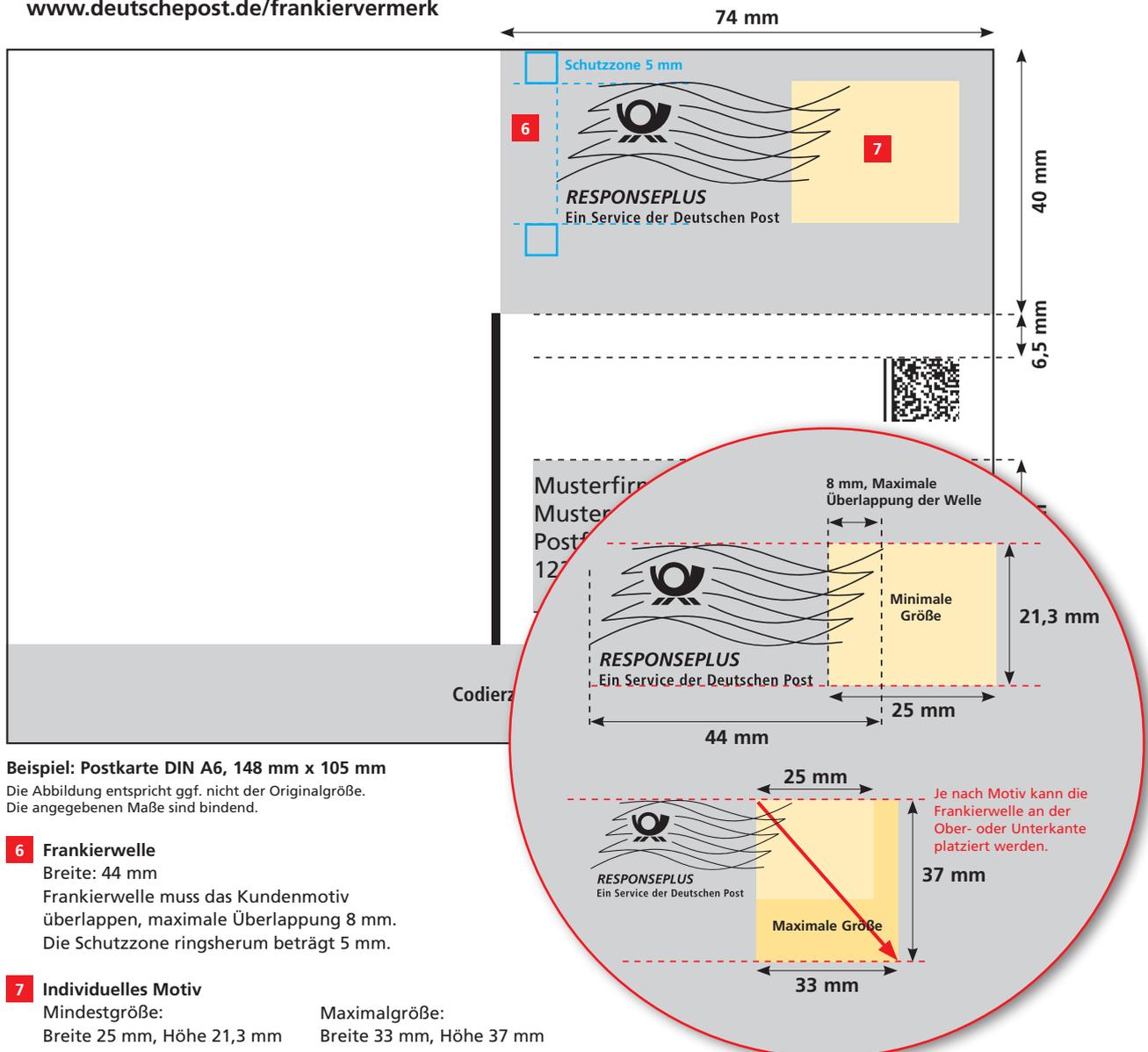
* Alle Service- und Kontaktinformationen finden Sie auf S. 2 dieser Broschüre.

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.

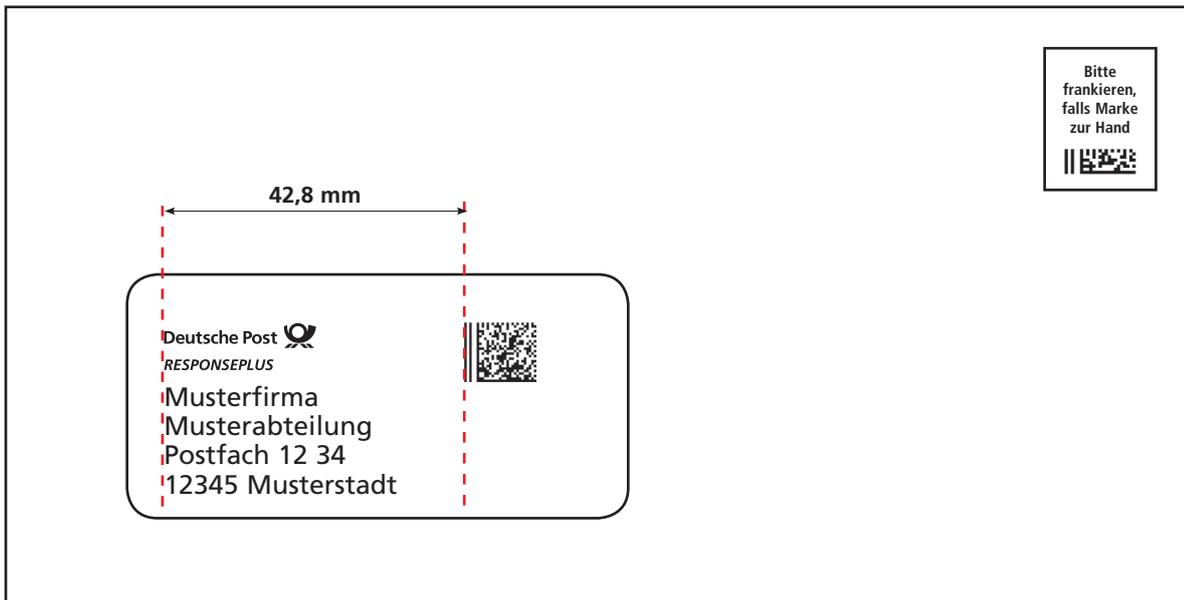
a) Individuelle Frankierung

- 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



b) 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.



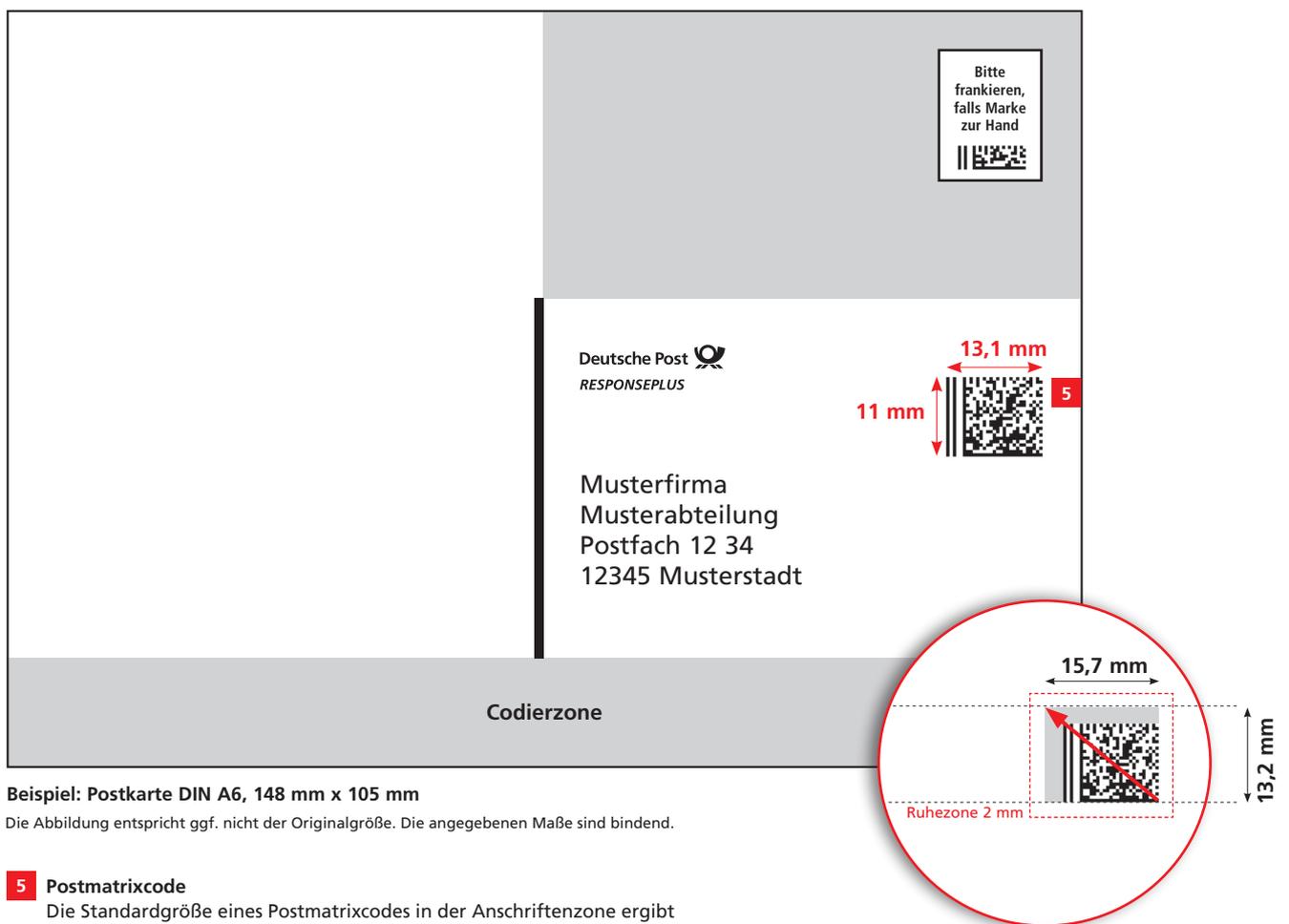
Beispiel: Fensterbriefumschlag DIN lang

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.

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 A6, 148 mm x 105 mm

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

5 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

Der Postmatrixcode baut sich von rechts unten nach links oben auf (s. Abb. Kreis). Um den Postmatrixcode ist auf allen Seiten eine Ruhezone von 2 mm einzuhalten. Dies gilt auch für den kleinen Postmatrixcode im Frankiervermerk. Weitere Hinweise zum Aufbau des Postmatrixcodes erhalten Sie bei Ihrem Kundenberater.

* Der Schriftzug „Deutsche Post RESPONSEPLUS“ und der Frankiervermerk mit Postmatrixcode werden 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

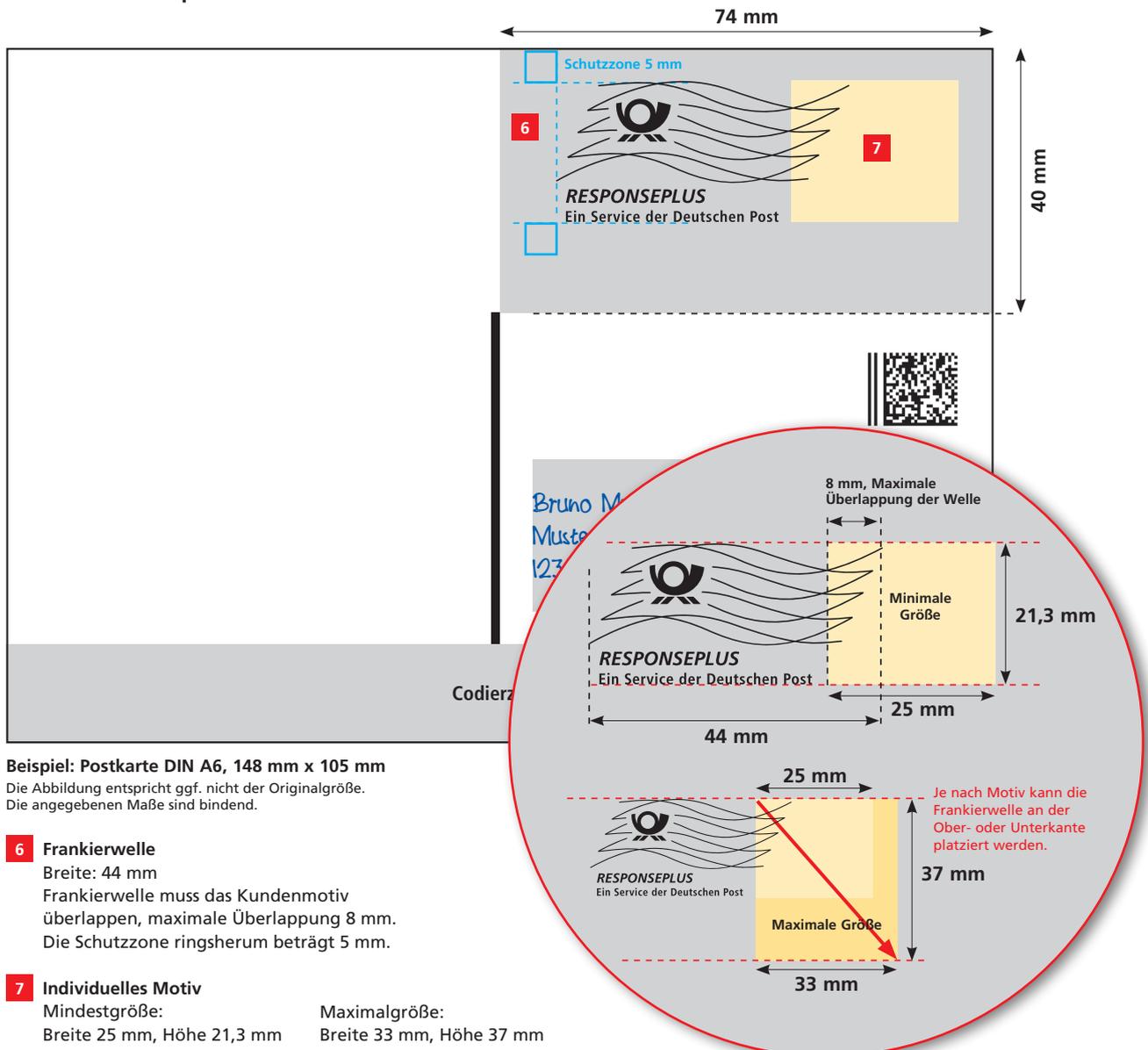
Preisinformationen sind unter Punkt 1.5 abgedruckt und gelten auch für das Produkt *RESPONSEPLUS* – Ausprägung Empfehlung. Hier ist ausschließlich das Format Postkarte zulässig. Die Vorgaben für Formate, Maße und Gewichte sowie die Gestaltung sind unter Punkt 1.6 und 1.7 beschrieben. Auch hier ist nur 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.

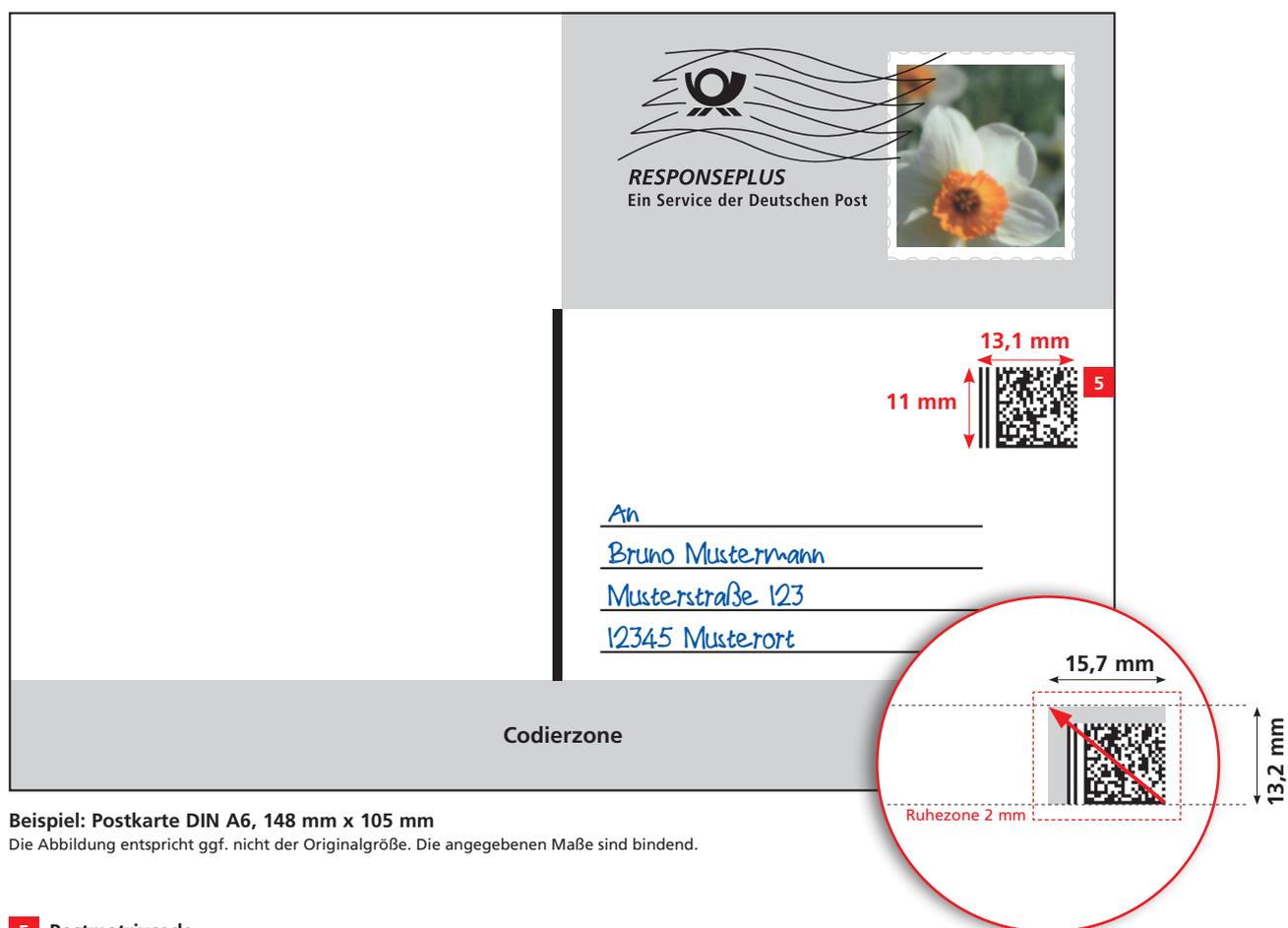
a) Individuelle Frankierung

- In Kombination mit der Frankierwelle* können Sie ein individuelles Motiv einsetzen.
- Im Postmatrixcode werden abrechnungsrelevante Daten und kundenspezifische Daten hinterlegt.
- Alle Vorgaben zum individuellen Motiv (Bildinhalte und Gestaltung) finden Sie auch unter www.deutschepost.de/frankiervermerk



b) Einsatz des Postmatrixcodes

- Platzierung oberhalb der Anschrift.
- Druck muss immer in schwarzer Farbe erfolgen.
- Frankiervermerk mit individuellem Motiv und Frankierwelle.*
- Der Postmatrixcode ist immer dynamisch.
- Vor Einsatz des Postmatrixcodes ist ein Vertragsabschluss erforderlich.



Beispiel: Postkarte DIN A6, 148 mm x 105 mm

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

5 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).

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

Der Postmatrixcode baut sich von rechts nach links oben auf (s. Abb. Kreis). Um den Postmatrixcode ist auf allen Seiten eine Ruhezone von 2 mm einzuhalten. Weitere Hinweise zum Aufbau des Postmatrixcodes erhalten Sie bei Ihrem Kundenberater.

* Die Frankierwelle erhalten Sie bei Vertragsabschluss.

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, 21, 23, 25, 26
Druck – 10, 13, 14, 23, 26
Fensterbrief / Fensterumschlag – 15, 22
Flächengewicht – 10, 12, 15, 18
Frankiermöglichkeiten – 21, 25
Frankiervermerk – 5–10, 12, 15, 20–23, 25–26
Frankierwelle – 20, 21, 23, 25–26
Frankierzone – 8, 11–16, 18
Gestaltungsvorgaben – 8, 21, 25
Lesezone – 10–13, 15, 16, 18
Maschinenfähigkeit – 7, 13, 16
Maschinenlesbarkeit – 7
Postmatrixcode – 20–23, 25, 26
Papiergewicht – 10
Papierqualität – 19
Perforation – 19
Personalisierung – 19
Portokosten – 6
Postkarte – 5–7, 11–14, 19–21, 23–26
Preise – 6, 20, 24
Response-Erfassung – 19
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, 9, 20, 24
Zustellung – 8

Deutsche Post AG
Zentrale
Produktmanagement Direktmarketing
53250 Bonn

www.werbeantwort.de

Stand 01/2011
Mat.-Nr. 675-601-343