

# Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

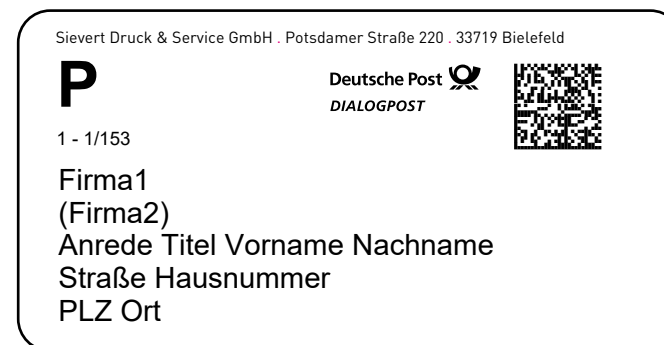
## Inhaltsverzeichnis

<u>1</u>	<u>Adresslisten optimal aufbauen</u>	<u>2</u>
<u>2.1</u>	<u>Dialogpost Anforderungen</u>	<u>3</u>
<u>2.2</u>	<u>Dialogpost oder nicht?</u>	<u>4</u>
<u>3.1</u>	<u>Automationsfähigkeit</u>	<u>5</u>
<u>3.2</u>	<u>Maschinell lesbare Schriften</u>	<u>6</u>
<u>4</u>	<u>Daten optimal vorbereiten</u>	<u>7</u>
<u>5</u>	<u>Gewicht und Porto</u>	<u>8</u>
<u>6</u>	<u>Dialogpostbriefmarken</u>	<u>9</u>
<u>7</u>	<u>Von Ihnen gestellte Beilagen</u>	<u>10</u>
<u>8</u>	<u>Checkliste der wichtigsten Punkte</u>	<u>11</u>

# Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

## 1 Adresslisten optimal aufbauen

- bevorzugte Dateiformate: .xls / .xlsx (Excel), .csv (Textdatei mit Trennzeichen)
- Um Missverständnissen vorzubeugen, bitte alle nicht zur Personalisierung benötigten Spalten löschen
- Bei langen Firmennamen Überhang in Firma2/Firma3 (siehe Bild unten)
- Zeilenlänge ungefähr 35 Zeichen bei Arial 11pt
- Straße + Hausnummer können auch in einer Spalte stehen
- Falls vorhanden extra Spalte „Adelstitel“
- Nicht-Deutsche Adressen eindeutig durch Eintrag in der Spalte „Land“ markieren
- Bei zweiter Ansprechperson möglichst „Vorname1“, „Nachname1“ und „Vorname2“, „Nachname2“ (o.ä.) für die Namensfelder benutzen
- Wenn Premiumadress genutzt wird eine Spalte für Kunden-/ Identitätsnummer
- teiladressierter Versand (z.B. „An die Bewohner des Hauses“) nicht als Dialogpost möglich
- ! Adresszusatz erscheint standardmäßig im Anschriftenfeld als „Musterstraße 123 // Adresszusatz“ → ist dies nicht gewünscht bitte angeben



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Firma1	Firma2	Anrede	Titel	Vorname	Nachname	Straße	Hausnummer	Adresszusatz	PLZ	Ort	Land
2	Musterfirma		Herr		Martin	Mustermann	Musterstraße	123		12345	Musterstadt	
3	Musterfirma		Frau	Prof. Dr.	Martina	Musterfrau	Musterweg	12		12345	Musterstadt	
4	Eine Musterfirma mit sehr langem	Namen GmbH				Geschäftsleitung	Musterstraße	23		12345	Musterstadt	
5	Musterfirma	Marketingabteilung	Herr		Moritz	Mustermann	Musterstraße	34		12345	Musterstadt	
6			Herr	Dr.	Max	Mustermann	Musterstraße	123	Hinteres Haus	12345	Musterstadt	
7			Frau		Bettina	Musterfrau	Mustergasse	2		1234	Musterstadt	Musterland

## 2.1 Dialogpost Anforderungen

- Mindestmengen:
  - Dialogpost: 5000 Sendungen, Aufzahlung möglich
  - Dialogpost Easy: 500 Sendungen, 0,15€ Aufpreis pro Sendung, Aufzahlung möglich (Aufpreis immer für 500 Sendungen)
  - Dialogpost International: 50 Sendungen, Aufzahlung möglich
  - Leitregionseinlieferung: 200 Sendungen innerhalb eines PLZ-Gebietes\*, Aufzahlung möglich
- ➔ Sollten Sie noch nicht genug Adressen haben können Sie diese auch über die Post erwerben. Sprechen Sie uns an!
- Nach Postleitzahl sortiert (erste Sendung beginnt mit 01234, letzte Sendung endet mit 98765) ➔ Serienbriefe bitte vorher sortieren!
- Hauptzweck: Werblicher Inhalt\*\*
- Automationsfähige Sendungen (mehr dazu auf Seiten 5-6)
- Die Seitenlänge muss das 1,4-fache der Seitenbreite betragen (Quadratform möglich, min. 140mm breit, automatisch Basisformat Groß)
- Alle Sendungen haben die gleichen Absenderadresse

\* PLZ-Gebiet bedeutet, dass mindestens die ersten beiden Ziffern der PLZ bei jeder Sendung gleich sind (32xxx, 33xxx, 34xxx, etc.)

\*\*Der Hauptzweck werblicher Inhalte ist...

- ...der Versand von schriftlichen Mitteilungen, die der Kunden-/ Mitgliederbindung und -gewinnung dienen
- ...die Motivation von Kunden oder Mitglieder zum Kauf oder zur Nutzung von Produkten und Dienstleistungen
- Ebenso können kostenlose Angebote unterbreitet oder spezielle Informationen gegeben werden, die einer positiven Darstellung von z.B. Unternehmen, Marken, Produkten oder auch Personen dienen (auch ohne Kaufangebote)

## 2.2 Dialogpost oder nicht?

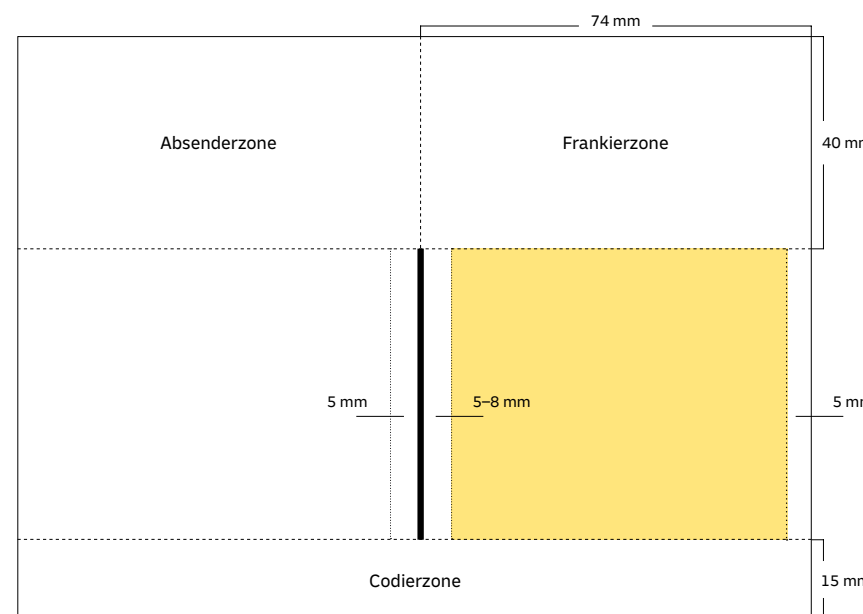
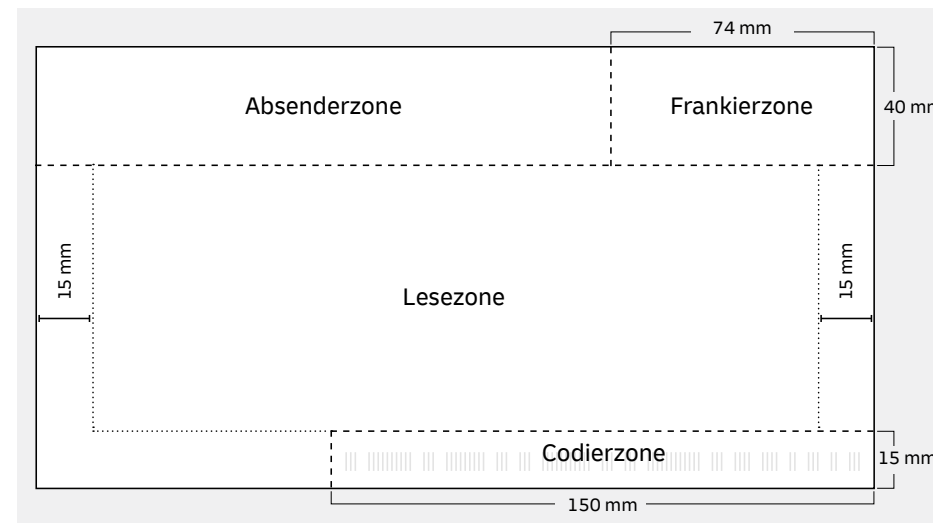
- Beispiele für werbliche Inhalte die als Dialogpost versendet werden dürfen:
  - Angebote, die zum Ziel haben, Kunden zum Kauf oder zur Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu motivieren
  - Imagewerbung, Parteienwerbung
  - Einladungen zur Teilnahme an Veranstaltungen (z. B. Tag der offenen Tür, Stadtfeste, Ausstellungen, Verkaufspräsentationen)
  - Einladungen zur Teilnahme an Gewinnspielen
  - Mitteilungen im Rahmen von Bonusprogrammen in Verbindung mit Angeboten
  - Kundenmagazine
  - **Spendenaufrufe**
  - Glückwünsche
  - werbliche Kundenkarten (keine Ersatzkarten)
- nicht-werbliche Inhalte die NICHT als Dialogpost versendet werden dürfen:
  - Markt- und Meinungsforschung
  - allgemeine Kundeninformationen, z. B.: AGB-Änderungen, Reiseunterlagen (u. a. Voucher), Bestellbestätigungen
  - Rückrufaktionen
  - konkrete Nutzungshinweise von z. B. Kreditkarten, Versicherungen (Schutzbriefe), zu einem bestehenden Vertrag
  - Vertragslaufzeiten, -änderungen, -kündigungen
  - öffentliche Bekanntmachungen oder Mitteilungen
  - Abfragen und Anforderungen
  - Jahres- und Geschäftsberichte
  - reine Preislisten
  - Bescheide (keine Gebührenbescheide)
  - Einladungen zu Jahreshauptversammlungen, Aktionärsversammlungen, Mitgliederversammlungen
  - Mitgliederausweise

# Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

## 3.1 Automationsfähigkeit

Gestaltung der Aufschriftseite muss nach Richtlinien erfolgen:

- Maschinell lesbar:
  - Weiß (oder helle Pastellfarben) innerhalb der Codier- und Frankierzone
  - Empfängeranschrift muss auf hellen, ruhigen Hintergrund stehen
  - Innerhalb der Frankierzone darf nur die Frankierwelle stehen
  - Kein Druck (nur Pastellfarben) innerhalb der Codierzone
  - Aufschrift der Empfängeradresse ist maschinell lesbar (siehe Seite 6)
- Nur eine Adresse im Positiv (schwarz auf weiß) in Lesezone möglich  
➔ weitere Adressen möglich wenn negativ gesetzt (weiße Schrift)
- Die Absenderangabe oberhalb der Empfängeradresse darf nur einzeilig sein und sollte nicht aus dem Fenster laufen
- Die Absenderangabe darf weder umrandet noch unterstrichen sein
- Außerdem muss die Absenderadresse deutlich kleiner als die Empfängeradresse gesetzt sein



 Bereich für die Platzierung der Aufschrift

# Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

## 3.2 Maschinell lesbare Schriften

- Standardschriften wie Arial, Frutiger, Helvetica, Times und Univers sind gut maschinell lesbar  
Ein Schriftgrad von 10 bis 12pt gilt hierbei als optimal
- Der Abstand zwischen den Zeilen (Durchschuss) in der Anschrift beträgt 0,5 bis maximal 2,5mm

Beispiele für nicht-maschinenlesbare Schriften:

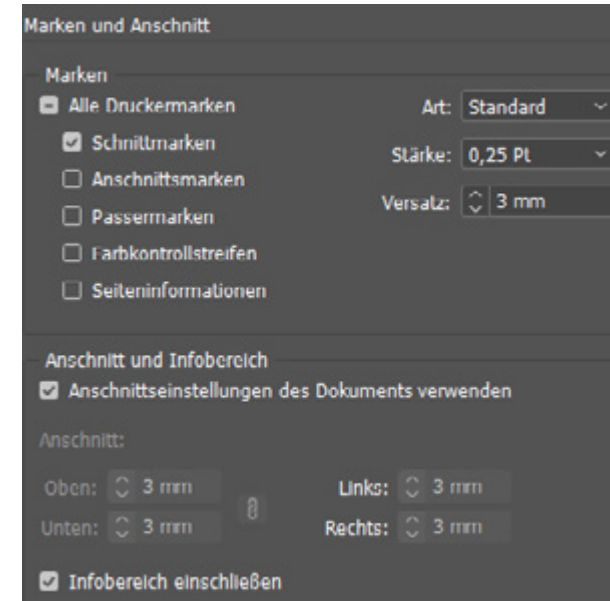
- Handblockschriften
- *Kursivschriften*
- *Schreibschriften*
- **Negativschriften**
- **Konturierte Schriften**
- Schattierte Schriften
- **GAG-SCHRIFTEN**
- Gebrochene Schriften



# Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

## 4 Daten optimal vorbereiten

- PDF exportieren mit folgenden Einstellungen (Beispiel InDesign):
- Briefpapier DIN 5008
  - 45mm vom oberen Rand: Anfang des Adressfensters
  - 45mm Höhe Adressfenster
  - Anfang der Absenderadresse bei 20-25 mm vom linken Seitenrand



## Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

### 5 Gewicht und Porto

- Dialogpostkarte: bis 10g, min. 170g/m<sup>2</sup>, **0,28€**
- Brief Standard bis 20g: 150 - 235 mm Länge, 90 - 125 mm Breite, bis 5 mm Dicke, **0,30€**
- Brief Standard bis 50g: 150 - 235 mm Länge, 90 - 125 mm Breite, bis 5 mm Dicke, **0,35€**
- Brief Groß: 140 - 353 mm Länge, 90 - 250 mm Breite, bis 30 mm Dicke
  - bis 50g: **0,45€**
  - 51 - 100g: **0,58€**
  - 101 - 205g: **0,72€**
  - 251 - 500g: **0,79€**
  - 501 - 1000g: **0,92€**
- „Strafporto“ bei fehlender Automationsfähigkeit: **0,05€** pro Sendung
- Die hier aufgeführten Preise verstehen sich als Netto-Preise, dazu kommen Umsatzsteuer und zusätzliche Kosten, z.B. Frankierservice
- Die aktuellen Konditionen der Post finden Sie unter [www.deutschepost.de/de/d/dialogpost/konditionen.html](http://www.deutschepost.de/de/d/dialogpost/konditionen.html)



## Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

### 6 Dialogpostbriefmarken

Dialogpostsendungen können auch mit Briefmarken verschickt werden (Nur Nationale Sendungen und alle gleicher Wert)

Die Briefmarken gibt es in folgenden Wertstufen



und können hier bestellt werden: <https://shop.deutschepost.de/briefmarken-national>

Wichtig zu beachten bei der Bestellung:

- Marken müssen selbstklebend sein
- **Maxirolle** → Briefmarkenbogen sind nicht automationsfähig und müssen per Hand verklebt werden
- Zur Identifizierung wer die Marken bestellt hat, bitte im Bestellformular bei der Lieferadresse unter „Firma 2“ Ihren Namen oder die Auftragsnummer (VS/TD...) angeben

## Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

### 7 Von Ihnen gestellte Beileger

- so plan liegend wie möglich anliefern
- nicht zu stramm banderolieren
- griffiges Material lässt sich besser verarbeiten als glattes Papier → Vor allem bei Falzflyern wichtig
- Quadratische Beileger erschweren das maschinelle Kuvertieren
- Sonderformen (nicht rechteckige Kanten) müssen per Hand kuvertiert werden
- Broschüren maximal 6mm Rückenstärke

Bestenfalls besprechen Sie Ihren Beileger VOR Produktionsbeginn mit uns. Wir stehen gerne mit Rat und Tat zur Seite.

## Ein Dialogpost Mailing vorbereiten

### 8 Checkliste der wichtigsten Punkte

- Die Sendung hat werblichen Inhalt
- Aufschriftseite / Briefumschlag ist automationsfähig gestaltet
- Die Adressliste beinhaltet nur für die Personalisierung relevante Informationen
- Die Adressliste hat mehr als ca. 350 Einträge (erst dann lohnt sich eine bundesweite Auslieferung als Dialogpost preislich)
- Wenn Dialogpostbriefmarken benutzt werden sollen: Briefmarken bestellen / mit Ihr\*em Kundenbetreuer\*in sprechen

Wenn Sie uns schon fertige **Serienbriefe** senden sind außerdem folgende Punkte wichtig:

- Personalisierung nur auf einem Blatt (beidseitig bedruckt / einseitig bedruckt, Seite 2 neutral)
- Postleitzahlen sind aufsteigend sortiert
- Absenderzeile ist nicht unterstrichen und in kleinerer Schrift als die Empfängeradresse
- Absenderzeile ist nur einzeilig
- Absenderzeile sollte nicht aus dem Fenster laufen (endet vor 110mm vom linken Seitenrand)
- Empfängeradresse ist durchgängig eine Schriftgröße und Schriftart
- Alle Zeilen der Empfängeradresse sind im Fenster zu sehen und lesbar
- nachträgliche Änderungen am Text, die auf jeder Seite auftauchen sollen, können nicht mehr umgesetzt werden