

Broschüre

ANTWORTSENDUNG

Vorgaben

für den Einsatz und die Gestaltung
Ihrer ANTWORTSENDUNG sowie wichtige
Informationen zum Produkt.



Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	4
1.1 Was ist eine ANTWORTSENDUNG?	4
1.2 Preise	4
1.3 Produkte, Formate, Maße und Gewichte	5
1.4 Zusatzleistungen	5
2. Gestaltungsvorgaben	6
2.1 Automationsfähigkeit	6
2.2 Aufbau und Gestaltung der Sendung	7
3. Frankiervermerk und sonstige Kennzeichnung	9
3.1 Der Frankiervermerk in der Frankierzone	9
3.2 Produktkennzeichnung	10
4. Beispiele	11
4.1 ANTWORTSENDUNG am Beispiel einer Postkarte	11
4.2 ANTWORTSENDUNG am Beispiel eines Standardbriefs	12
4.3 ANTWORTSENDUNG für Sendungen mit Fenster	12
4.4 ANTWORTSENDUNG in den Basisformaten Groß oder Maxi (Hochformat)	13
4.5 ANTWORTSENDUNG in den Basisformaten Groß oder Maxi (Querformat)	14
5. Kontakt	15

1. Einführung

1.1 Was ist die ANTWORTSENDUNG?

Die ANTWORTSENDUNG ist ein Service der Deutschen Post, mit dem Sie Ihr Responseelement zum effizienten Dialogmarketinginstrument machen. Mit dem vorbereiteten Responseelement ist es ganz einfach, etwas zu bestellen, Informationen anzufordern oder an einem Gewinnspiel teilzunehmen.

Die ANTWORTSENDUNG als **Postkarte** ist das klassische Responseelement, das vom Kunden einfach ausgefüllt und direkt zurückgesendet werden kann.

Die ANTWORTSENDUNG als **Brief** ist diskret und weckt das Vertrauen des Empfängers – ideal für Einzelhandel, Behörden, Versicherungen oder Banken bei der Kommunikation persönlicher Daten und vertraulicher Informationen.

Vorteile:

- Daten können vorgedruckt werden
- Einfacher Umgang erleichtert und beschleunigt die Rückantwort
- Keine technischen Restriktionen wie bei Telefon oder Internet
- Erhalt von Unterlagen, Informationen, Unterschriften in schriftlicher Form
- Hohe Rechtssicherheit

Wenn Sie eine ANTWORTSENDUNG International versenden möchten, finden Sie alle benötigten Informationen unter deutschepost.de/de/b/briefe-ins-ausland/antwortsendung-international.html

Einzelheiten zum Versand von RESPONSEPLUS, der ANTWORTSENDUNG mit digitalem Frankiervermerk, finden Sie unter deutschepost.de/responseplus

1.2 Preise

Sie zahlen nur die ANTWORTSENDUNGEN, die unfrankiert von Ihren Kunden bzw. Interessenten an Sie zurückgesandt werden. Das Entgelt entspricht dem jeweiligen Preis des Basisproduktes (z. B. Standard-, Kompakt-, Groß- oder Maxibrief). Für nationale Maxibriefe, die das Höchstgewicht

und/oder die Höchstmaße überschreiten, fällt ein zusätzliches Entgelt an.

Die Preise finden Sie in den aktuellen „Leistungen und Preise“ der Deutschen Post unter deutschepost.de/preise

1.3 Produkte, Formate, Maße und Gewichte

ANTWORTSENDUNG – Postkarte

Produkt	Länge (in mm)	Breite (in mm)	Dicke (in mm)	Flächen- gewicht	Besonderheiten
Postkarte	140 – 235	90 – 125	–	150 – 500 g/m ^{2*}	Für Postkarten ist die Rechteckform vorgeschrieben. Die Länge muss mindestens das 1,4-Fache der Breite betragen.

* Das jeweilige Flächengewicht ist formatabhängig.

ANTWORTSENDUNG – Briefe

Produkte	Länge (in mm)	Breite (in mm)	Dicke (in mm)	Gewicht (in g)	Besonderheiten
Standardbrief	140 – 235	90 – 125	bis 5	bis 20	Für Standard- und Kompakt- sendungen ist die Rechteckform vorgeschrieben. Die Länge muss mindestens das 1,4-Fache der Breite betragen.
Kompaktbrief	100 – 235	70 – 125	bis 10	bis 50	
Großbrief	100 – 353	70 – 250	bis 20	bis 500	Groß- und Maxisendungen müssen grundsätzlich eine Recht- eckform haben. Auch quadratische Sendungen sind möglich, falls die Seitenmaße mindestens 125 mm betragen.
Maxibrief	100 – 353	70 – 250	bis 50	bis 1.000	

Für nationale Maxibriefe, die das Höchstgewicht und/oder die Höchstmaße überschreiten, fällt ein zusätzliches Entgelt an.
Die Höchstmaße sind 600 (L) × 300 (B) × 150 (H) mm oder L + B + H = 900 mm (dabei darf keine Seite länger als 600 mm sein).
Ein Höchstgewicht von 2.000 g ist möglich.

1.4 Zusatzleistungen

Die ANTWORTSENDUNG darf nicht mit Zusatzleistungen wie z. B. Einschreiben kombiniert werden.

2. Gestaltungsvorgaben

2.1 Automationsfähigkeit

Für die Bearbeitung Ihrer ANTWORTSENDUNGEN setzt die Deutsche Post Sortieranlagen ein, die Anschriften automatisiert lesen und Sendungen sortieren.

Postkarten und Standardbriefe müssen vollständig automationsfähig sein. Kompakt-, Groß- und Maxisendungen müssen die Anforderungen der Maschinenlesbarkeit und Gestaltung der Aufschriftseite erfüllen.

Werden die Vorgaben der Automationsfähigkeit nicht eingehalten, erhöht sich das Basisporto auf die nächsthöhere Portoklasse. (Für Postkarten und Standardbriefe ist dies das Entgelt für einen Kompaktbrief.)

Bitte beachten Sie die Vorgaben im Leitfaden „Automationsfähige Briefsendungen“ zum Thema Automationsfähigkeit unter deutschepost.de/automationsfaehige-briefsendungen

Bestandteile der Automationsfähigkeit

Basisformate/ Produkte	Gestaltung der Aufschriftseite	Physische Beschaffenheit	Maschinen- lesbarkeit*
Postkarte	ja	ja	ja
Standardbrief	ja	ja	ja
Kompaktbrief	ja	•	ja
Großbrief	ja	•	ja
Maxibrief	ja	•	ja

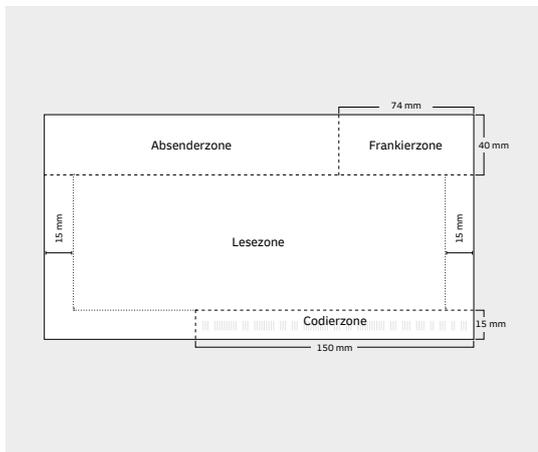
Ja = Vorgaben, die im Hinblick auf die Automationsfähigkeit Ihrer ANTWORTSENDUNG eingehalten werden müssen.

• = Wünschenswert, jedoch nicht zwingend vorgeschrieben.

*Die Maschinenlesbarkeit umfasst auch die maschinelle Lesbarkeit des Frankiervermerks.

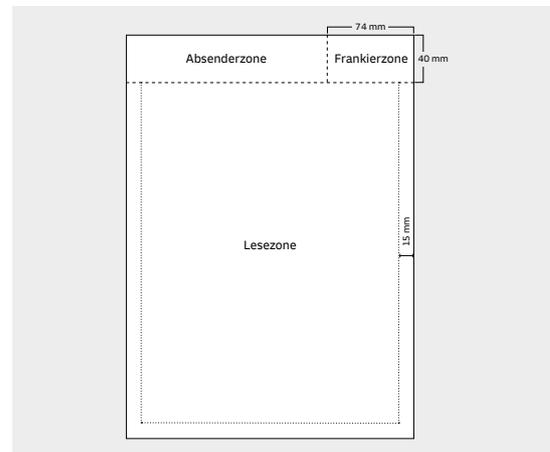
2.2 Aufbau und Gestaltung der ANTWORTSENDUNG

Postkarten und Standardbriefe sind in fest definierte Zonen aufgeteilt: Lesezone, Absenderzone, Frankierzone und Codierzone.



Beispiel: Zonen einer Sendung im Basisformat Standard

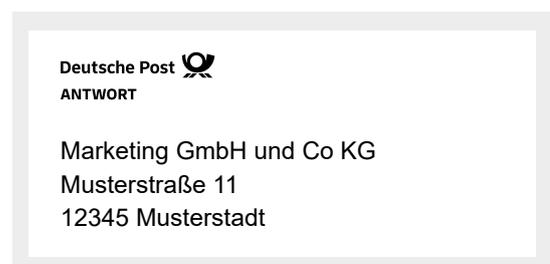
Mit Ausnahme der Codierzone gilt die vorgenannte Zoneneinteilung auch für Kompakt-, Groß- und Maxibrief.



Beispiel: Zonen einer Sendung im Basisformat Groß (Hochformat)

Lesezone

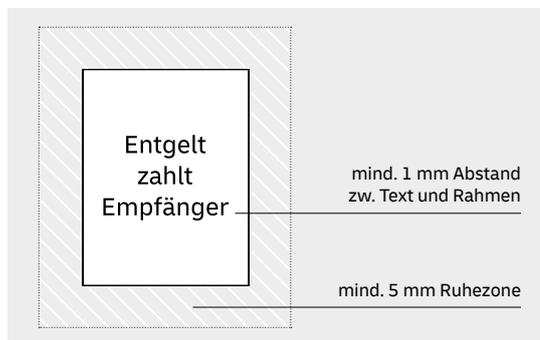
- Die Anschrift und die Produktkennzeichnung WERBEANTWORT oder ANTWORT mit dem Schriftzug Deutsche Post und Posthorn sind innerhalb der Lesezone anzugeben. Die Produktkennzeichnung ist dabei deutlich separiert oberhalb und linksbündig zur Anschrift anzubringen.
- Die Anschrift muss immer gedruckt sein. Eine Aufbringung mittels Stempel ist nicht zulässig. Die übrige Lesezone darf farblich/grafisch gestaltet werden. In diesem Fall ist rund um die Aufschrift eine Ruhezone von 20 mm zu berücksichtigen, die weiß oder hellfarbig gestaltet sein muss.
- Die Verwendung selbstklebender Adressetiketten ist möglich. Diese müssen immer die Anschrift sowie Produktkennzeichnung enthalten. Das Etikett muss vom Versender innerhalb der Lesezone vollflächig verklebt werden.



Aufbau einer Anschrift mit der Produktkennzeichnung ANTWORT

Frankierzone

- Innerhalb der Frankierzone ist mit einem Abstand von 5 bis 15 mm zum oberen und rechten Sendungsrand ein Frankiervermerk (Rechteck mit Text) zwingend zu platzieren. Hinweise zur korrekten Gestaltung des Frankiervermerks finden Sie im Kapitel 3 (Frankiervermerk und sonstige Kennzeichnung).
- Die Frankierzone muss weiß oder einfarbig in Pastelltönen gestaltet sein.
- Der Frankiervermerk muss bei allen Produkten und in allen Formaten ebenfalls maschinell lesbar sowie unmittelbar auf das Antwortelement gedruckt sein.



Gestaltung eines Frankiervermerks

Absenderzone

- Eine Absenderangabe sollte auf der ANTWORTSENDUNG deutlich erkennbar sein. Die Darstellung von Werbung oder Abbildungen (Firmenlogo) ist möglich.

Codierzone

- Die Codierzone ist bei Postkarten und Standardbriefen über die gesamte Fläche weiß oder in Pastelltönen zu gestalten und muss in jedem Fall frei bleiben.
- Die Codierzone befindet sich auf der Aufschriftseite in der rechten unteren Ecke der Sendung. Sie ist vom rechten Rand 150 mm lang und unteren Rand 15 mm breit.

Rückseite

- Auf der Rückseite einer Sendung darf in der Lesezone keine zustellfähige Adresse, z. B. des Absenders, angebracht sein.

Papierqualität

- Das Papier muss eine hohe Stabilität aufweisen. Diese resultiert im Wesentlichen von dem verwendeten Flächengewicht und der Qualität des Papiers.
- Das jeweilige Mindestflächengewicht/ Papiergewicht, gemäß der Broschüre Automationsfähige Briefsendungen, darf nicht unterschritten werden.

3. Frankiervermerk und sonstige Kennzeichnung

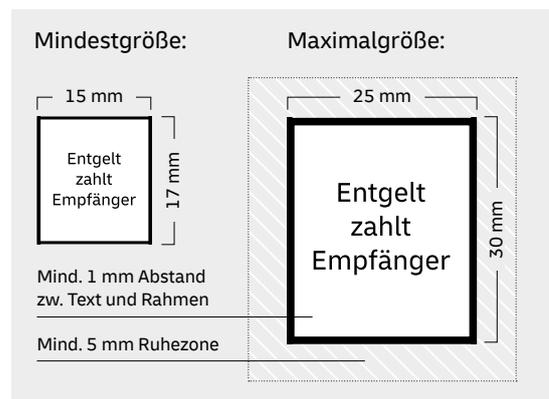
3.1 Der Frankiervermerk in der Frankierzone

Rahmen

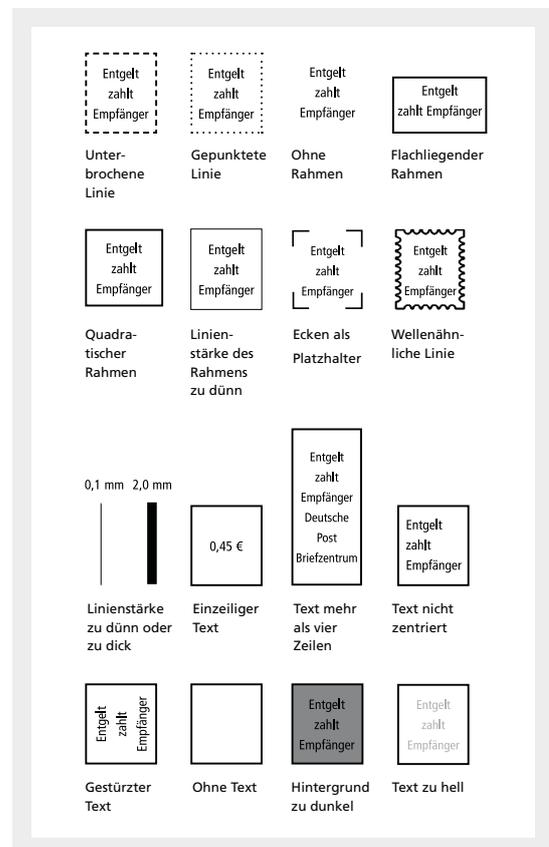
- Vollständig geschlossenes (durchgezogene Linie) und hochgestelltes Rechteck
- Linienstärke: 0,4 – 1,5 mm
- Höhe: 17 – 30 mm; Breite: 15 – 25 mm
- Schwarz oder dunkelfarbig
- Linien gerade und rechtwinklig zusammenlaufend

Text

- Im Frankiervermerk ist der Texthinweis, „Entgelt zahlt Empfänger“ oder ein Hinweis auf die Frankierung in ähnlicher Formulierung aufzudrucken.
- Versalhöhe beträgt mind. 2 mm
- Zentriert und horizontal mittig ausgerichtet
- Mindestens 2- bis maximal 4-zeilig
- Darf Rahmen nicht berühren (mind. 1 mm Abstand zwischen Text und Rahmen)
- Hintergrund ist weiß oder einfarbig Pastellfarben
- Text ist schwarz oder dunkelfarbig



Wichtige Vorgaben für Frankiervermerke



Beispiele für nicht maschinenlesbare Vermerke

3.2 Produktkennzeichnung

Neben dem Frankiervermerk in der Frankierzone ist bei ANTWORTSENDUNGEN oberhalb der Anschrift zusätzlich die Produktbezeichnung wie folgt aufzudrucken:

Inhalt und Aufbau

- Kennzeichnung Deutsche Post mit Posthorn
- Produktbezeichnung WERBEANTWORT oder ANTWORT deutlich separiert oberhalb (und linksbündig) der Anschrift
- Hintergrund weiß oder einfarbige Pastelltöne
- Darstellung schwarz oder dunkelfarbig
- Größe: mindestens 20 mm lang x 6,25 mm hoch, maximal 26 mm lang x 8 mm hoch



Produktkennzeichnung und Anschrift

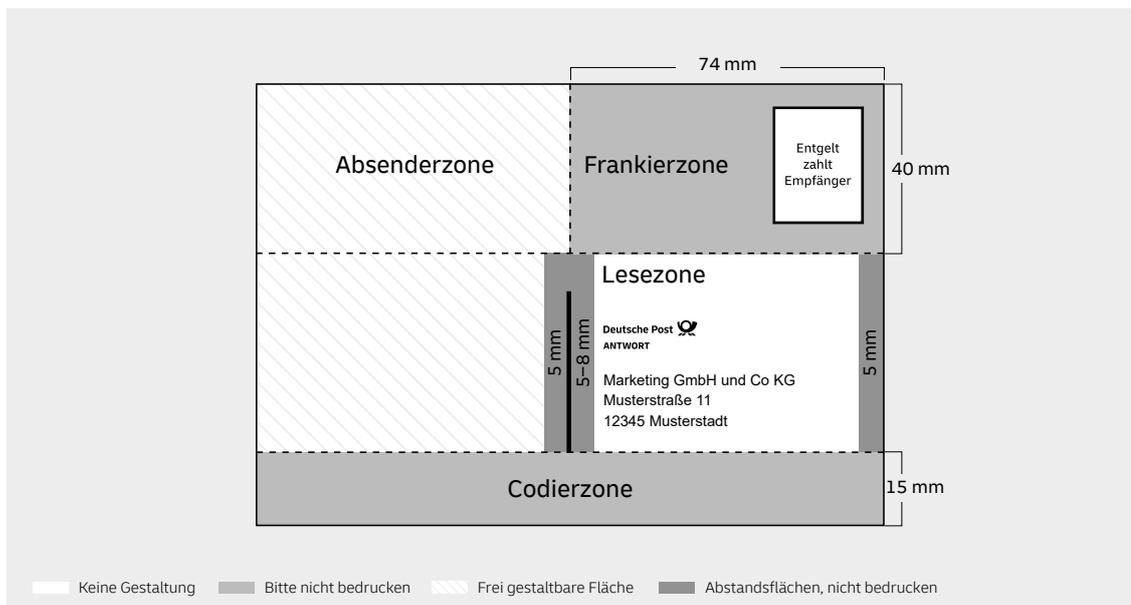
Downloads des Frankiervermerks sowie der Produktkennzeichnung finden Sie unter:
deutschepost.de/antwortsendung

Bei Fragen wenden Sie sich an Ihren Kundenberater oder nutzen Sie unser Kontaktformular unter **deutschepost.de/de/a/antwortsendung/kontakt.html**

Fehlen der Frankiervermerk in der Frankierzone oder die Produktkennzeichnung, wird die Sendung als Briefsendung behandelt. Dies bedeutet, dass bei fehlender oder nicht ausreichender Frankierung die Rückgabe an den Absender oder die Weiterleitung mit Nachentgelt an den Empfänger der Sendung erfolgt.

4. Beispiele

4.1 ANTWORTSENDUNG am Beispiel einer Postkarte



Trennstrich

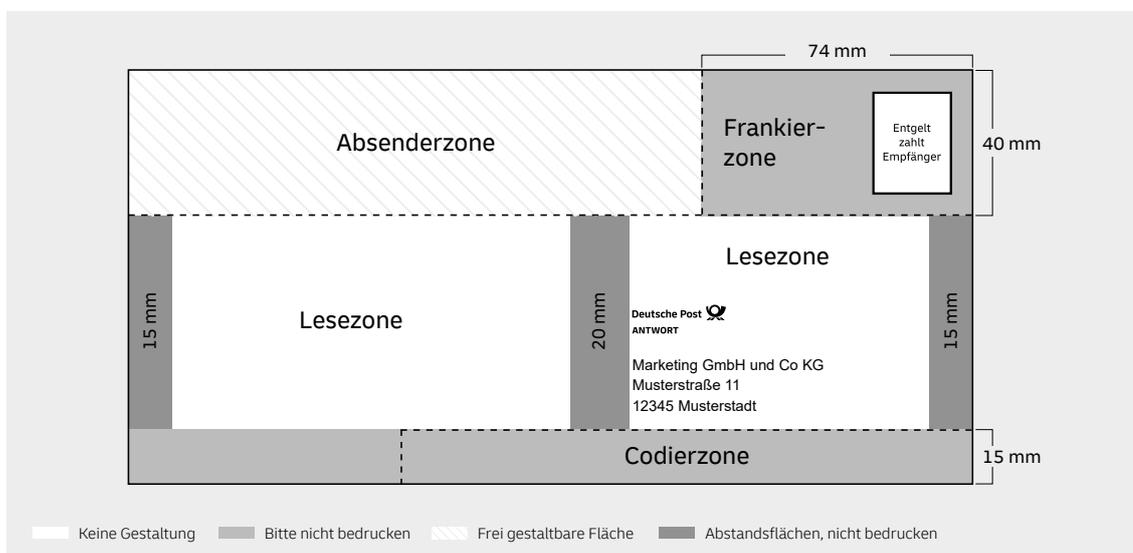
Der senkrechte dunkelfarbige, vorzugsweise schwarze, Trennstrich beginnt oberhalb der Codierzone und sollte 40 mm vor dem oberen Sendungsrand enden. Der Trennstrich ist genau 1,2 mm breit, mindestens 35 mm lang und muss stets die komplette Höhe der Aufschrift erreichen. Der Trennstrich steht 74 mm vom rechten Sendungsrand entfernt und darf von dieser Position maximal 15 mm nach rechts und links abweichen.

Der Trennstrich muss eine durchgehende Linie sein. Darstellungen in gepunkteter/gestrichelter Form sowie Trennstriche, die aus mehreren nebeneinanderstehenden Linien oder aus einer Textzeile bestehen, sind somit nicht möglich. Bitte beachten Sie, dass die Nutzung mehrerer/weiterer Trennstriche innerhalb der Lesezone nicht möglich ist.

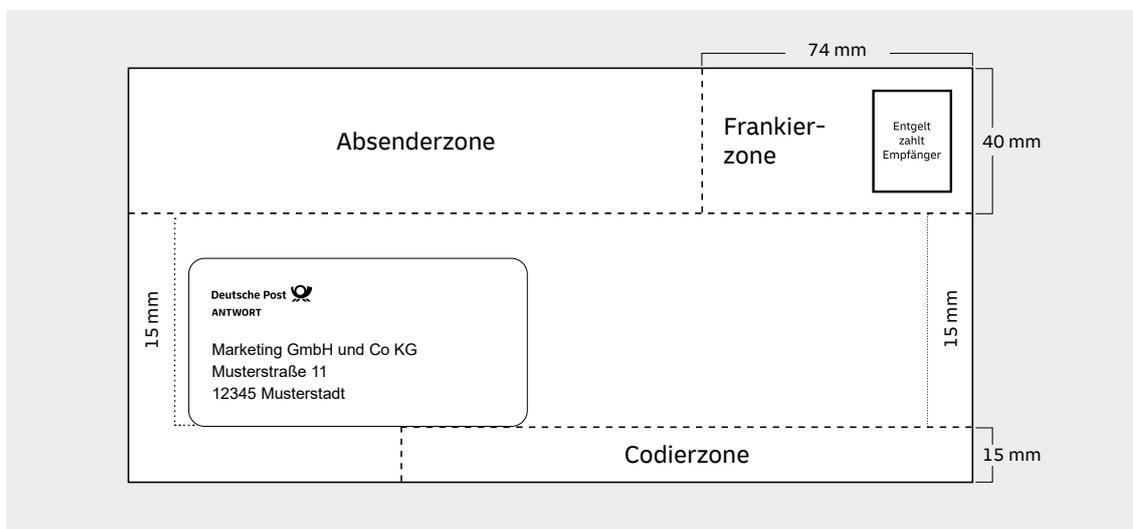
Der Trennstrich muss vollständig frei stehen und mit einer umlaufend weiß oder hellfarbig gestalteten Ruhezone von mindestens 5 mm versehen sein. Die Aufschrift muss zwischen 5 mm und 8 mm von der rechten Kante des Trennstrichs beginnen. Die gesamte Aufschrift darf bis maximal 5 mm an den rechten Sendungsrand heranreichen.

Die Nutzung eines Trennstrichs bietet sich insbesondere bei kleinformatischen Sendungen an, da dadurch links positionierte Angaben näher an die Aufschrift heranreichen können. Die Aufschrift ist stets rechts in der Lesezone zu platzieren, wie hier am Beispiel einer Postkarte.

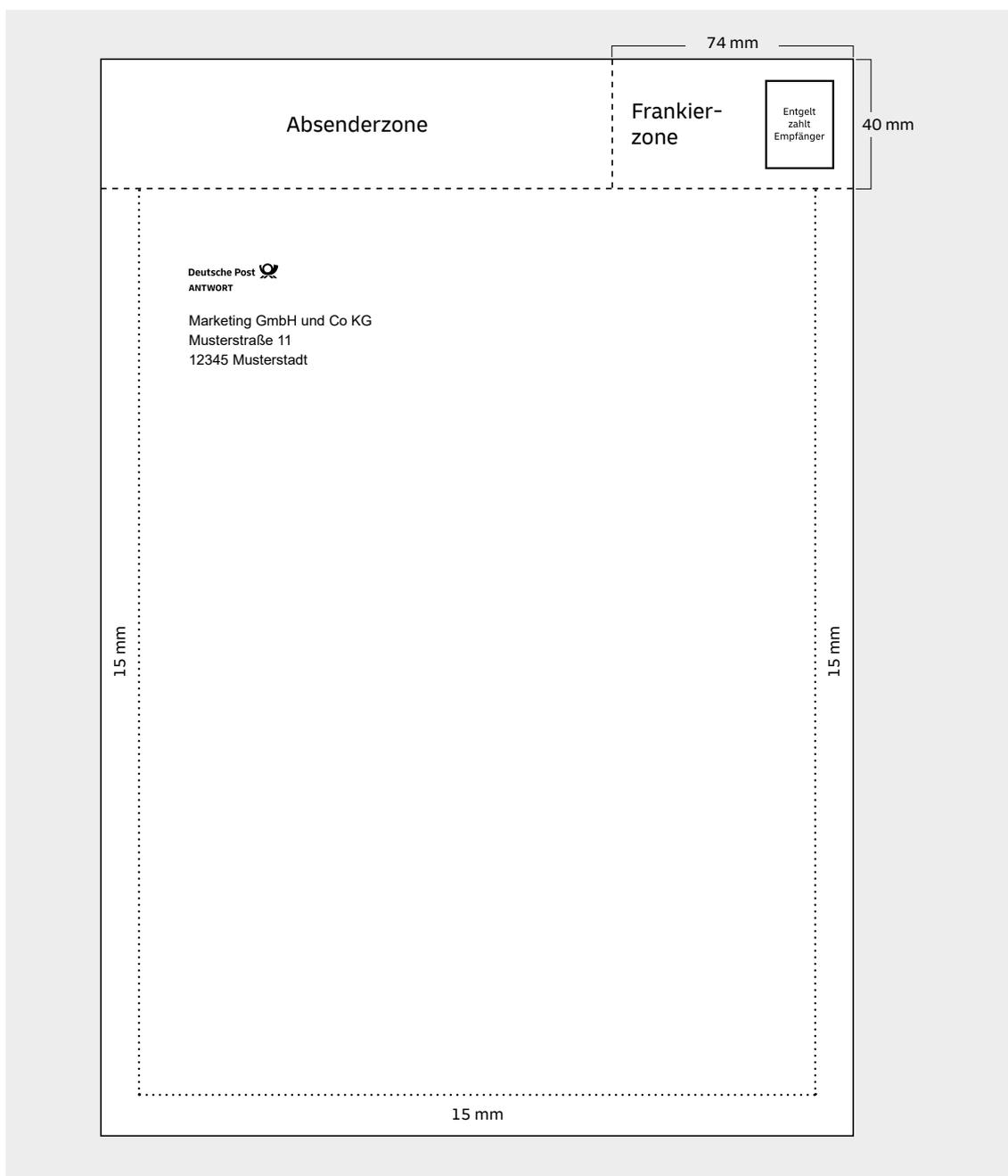
4.2 ANTWORTSENDUNG am Beispiel eines Standardbriefs



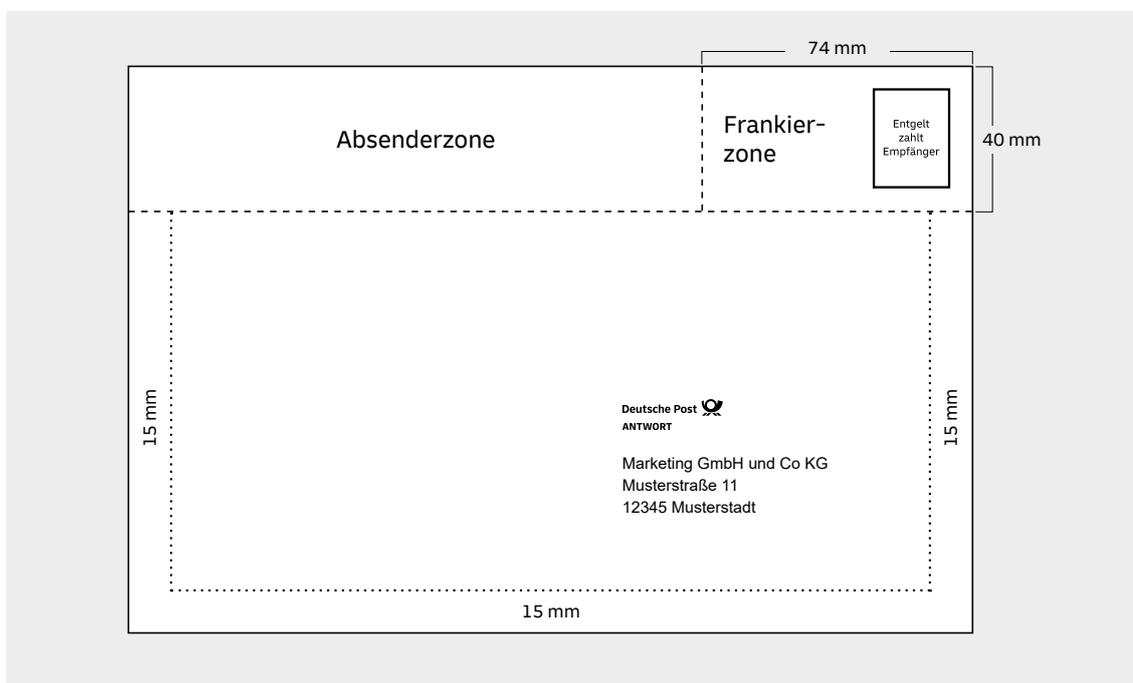
4.3 ANTWORTSENDUNG für Sendungen mit Fenster



4.4 ANTWORTSENDUNG in den Basisformaten Groß oder Maxi (Hochformat)



4.5 ANTWORTSENDUNG in den Basisformaten Groß oder Maxi (Querformat)



5. Kontakt

Ihr persönlicher Kontakt

Bei Fragen und Anmerkungen verwenden Sie einfach unser Kontaktformular unter **deutschepost.de/de/a/antwortsendung/kontakt.html** oder schreiben Sie eine E-Mail an: **antwortsendung@deutschepost.de**

Bei Fragen zur Automationsfähigkeit schreiben Sie eine E-Mail an:
automationsfaehigebriefe@deutschepost.de

Deutsche Post AG

Zentrale

Produktmanagement

Empfänger & Services POST

53250 Bonn

deutschepost.de/antwortsendung

Stand: Januar 2025