



Wir machen die Welle für große Sendungsmengen: Der Frankiervermerk – auch mit eigenem Motiv.

Der Frankiervermerk mit der Welle verleiht Ihren Sendungen optisch Schwung, lässt sich mit einem eigenen Motiv Ihrer Wahl kombinieren und wird so zu einer individuellen, sympathischen Visitenkarte beim Versand großer Mengen.

Den Frankiervermerk können Sie für folgende Produkte nutzen:

- DIALOGPOST (National/International)
- POSTAKTUELL (National)
- POSTWURFSPEZIAL (National)
- PRESSEPOST (National)*
- STREIFBANDZEITUNG (National)
- Presse und Buch (International)
- Briefe (International) zum Kilotarif

Sie können den Frankiervermerk auch zur Sendungskennzeichnung bei DV-freigemachten Sendungen (Briefprodukte National und International) mit Matrixcode im Anschriftenfeld einsetzen.

Sie liefern Ihre Sendungen wie gewohnt mit Liste ein. Damit diese als bezahlt erkannt und befördert werden können, gelten ein paar wichtige Regeln, über die wir Sie hier informieren:

Richtig platzieren, korrekt kombinieren.

Der Frankiervermerk als Welle hat seinen Platz in der Frankierzone. Diese befindet sich in der rechten oberen Ecke der Aufschriftseite (Vorderseite der Sendung mit Angaben zu Absender, Anschrift und Frankierung) und ist der Anschrift gleichgerichtet. Die Frankierzone ist 74 mm lang (gemessen vom rechten Sendungsrand) und 40 mm breit (gemessen vom oberen Sendungsrand). Der Mindestabstand der Frankierung zum oberen und rechten Seitenrand beträgt jeweils 3 mm. In bestimmten Fällen kann der Frankiervermerk auch im Anschriftenfeld angegeben werden (s. verkürzter Frankiervermerk).

So setzt sich die Frankierwelle zusammen:

- Grundsätzlich besteht der Vermerk aus den folgenden 3 Elementen
- (1) Frankierwelle mit Posthorn
 - (2) Angabe des Produkts (z. B. DIALOGPOST)
 - (3) Hinweis „Ein Service der Deutschen Post“.

Auf internationalen Sendungen müssen in der Frankierzone die Frankierwelle und die beiden Zusätze „ALLEMAGNE“ (4) und „Port payé“ (5) angegeben sein. Der Hinweis auf die Deutsche Post sowie die Produktangabe kann, genau wie beim nationalen Vermerk, entweder in der Frankierzone oder im Anschriftenfeld erfolgen.



Muster (verkleinerte Darstellung)

Der verkürzte Frankiervermerk

Der Vermerk wird innerhalb der Aufschrift (oberhalb der Anschrift, rechtsbündig gut sichtbar/lesbar) abgedruckt; er ist besonders für die Frankierung von DIALOGPOST ohne Umhüllung geeignet. Die Frankierzone darf hierbei frei bleiben.

Die Bestandteile: Deutsche Post mit Posthorn (1) und Produktbezeichnung (2).



Muster (verkleinerte Darstellung): verkürzter Frankiervermerk, Beispiel DIALOGPOST

Diese Variante ist möglich bei:

- DIALOGPOST (National)
- PRESSEPOST (National)*
- STREIFBANDZEITUNG (National)
- POSTAKTUELL (National) sowie
- POSTWURFSPEZIAL (National)

Den Frankiervermerk mit seinen Bestandteilen erhalten Sie als Download unter www.deutschepost.de/frankiervermerk. Für den Druck sind ausschließlich diese Dateien zu verwenden. Mehr über Verwendung, Platzierung und Größendarstellung erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

So ergänzen Sie Ihr individuelles Kundenmotiv:

In Kombination mit der Frankierwelle können Sie ein eigenes Motiv im Rechteckformat einsetzen. Für kundenindividuelle Darstellungen (Bildinhalte und Gestaltung) gelten die Rahmenbedingungen in diesem Merkblatt.



Muster (verkleinerte Darstellung): Frankiervermerk mit Kundenmotiv, Beispiel DIALOGPOST

*Nutzbar bei nationalem Versand von POSTVERTRIEBSSTÜCK und PRESSESENDUNG

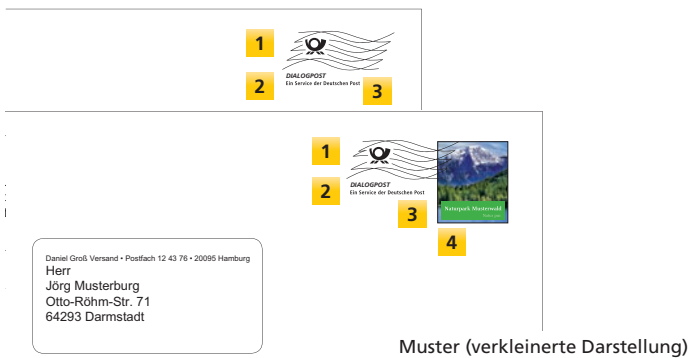
Ein Frankiervermerk – jede Menge Möglichkeiten für Sie.

Grundsätzlich gilt: Alle Bestandteile des Frankiervermerks müssen auf der Aufschriftseite erscheinen (Frankierwelle, Produktangabe, Hinweis auf die Deutsche Post).

Wenn Sie diese Grundregel beachten, sind Sie in der Gestaltung des Frankiervermerks flexibel. Hier die möglichen Varianten:

Die Grundform – alle Bestandteile in der Frankierzone

- (1) Die Frankierwelle
- (2) Angabe des Produkts (Textzusatz)
- (3) „Ein Service der Deutschen Post“ (Textzusatz)
- (4) optional: ein eigenes Motiv als Ergänzung

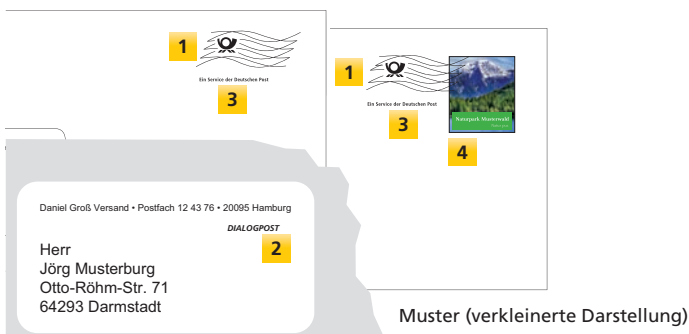


Falls Sie bereits die Produktbezeichnung oder den Hinweis auf die Deutsche Post im Anschriftenfeld integriert haben, können Sie die folgenden Varianten nutzen:

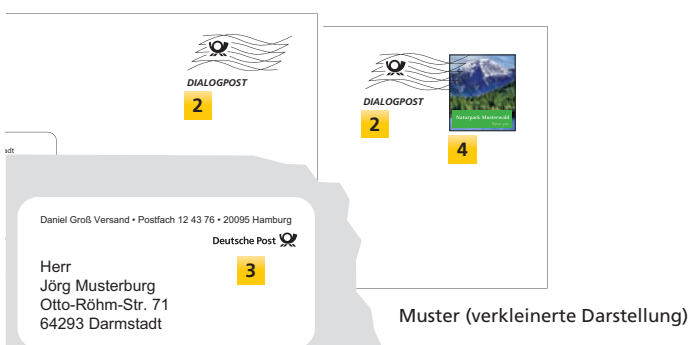
1. Alternative – Frankierwelle in der Frankierzone und einzelne Bestandteile der Textzusätze im Anschriftenfeld

Die Frankierwelle (1) mit und ohne eigenem Motiv (4) in der Frankierzone.

Im Beispiel befindet sich die Produktangabe (2) bereits im Anschriftenfeld. Der Hinweis auf die Deutsche Post (3) gehört in diesem Fall unter die Frankierwelle.



Eine weitere Möglichkeit: der Hinweis auf die Deutsche Post mit Posthorn erscheint im Anschriftenfeld und die Produktangabe unter der Frankierwelle.

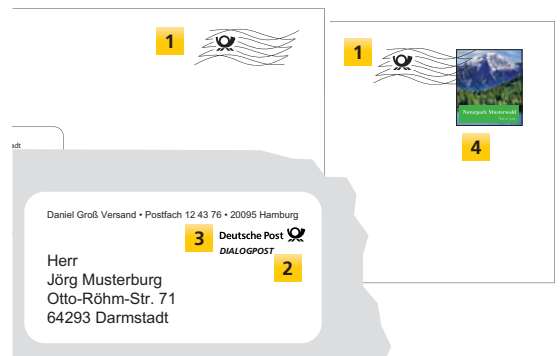


2. Alternative – Frankierwelle in der Frankierzone und beide Textzusätze im Anschriftenfeld

Die Frankierwelle (1) mit und ohne eigenem Motiv (4) in der Frankierzone.

und

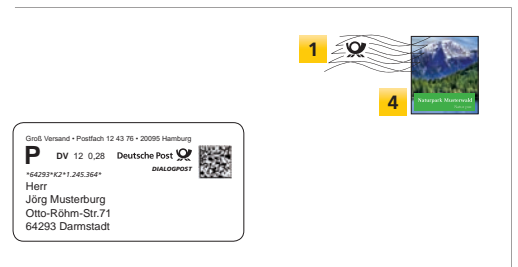
Der Hinweis auf die Deutsche Post mit Posthorn (3) und der Textzusatz für das Produkt (2) erscheinen im Anschriftenfeld. Damit ist der Frankiervermerk komplett – die Kombination mit einem individuellen Motiv (4) ist auch hier wieder optional.



Das Kundenmotiv bei DV-freigemachten Sendungen mit Matrixcode

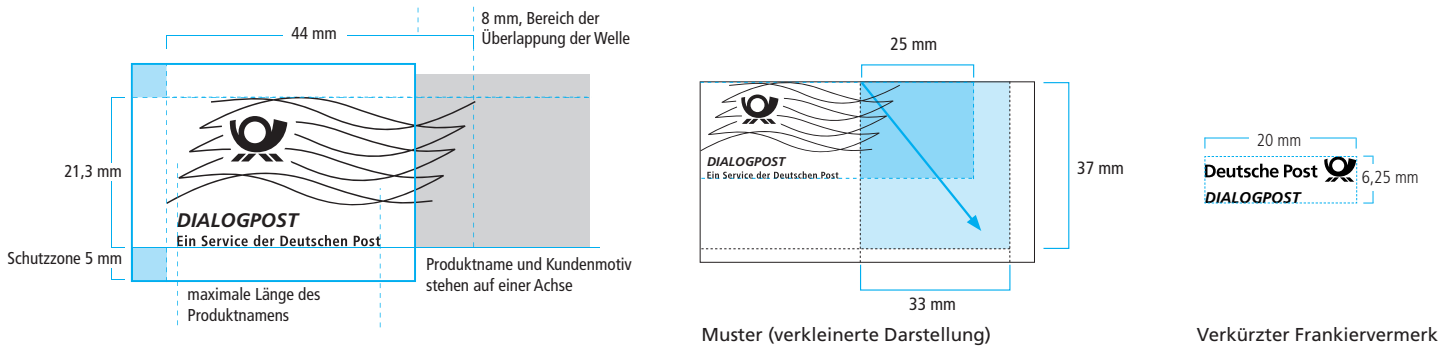
Sie frankieren Ihre Briefprodukte National und International im Anschriftenfenster mit Matrixcode, z. B. bei der DV-Freimachung? Dann haben Sie für die Gestaltung der Frankierzone eine attraktive Option:

Die Frankierwelle (1) mit einem individuellen Motiv Ihrer Wahl (4). Für alle, die es schlichter mögen, ist der altbekannte Frankiervermerk auch weiterhin gültig. Wahlweise können Sie die Frankierzone natürlich auch frei lassen.



Die Kundenmotive: Alles ist denkbar, aber nicht alles ist machbar.

So setzen Sie die gelieferte Druckvorlage des Frankiervermerks ein:



Darstellungen, die wegen der Verwechslungsgefahr mit einer Briefmarke nicht möglich sind:



Ihr eigenes Motiv darf inhaltlich keine Briefmarke imitieren

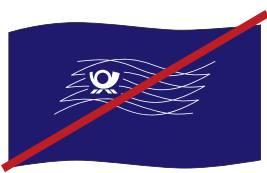


Zahlenwerte ohne Bezug zum Anlass oder Beträge, die mit Portowerten verwechselt werden könnten, sind nicht zulässig.



Motive, die Elemente von Länderflaggen oder Länderangaben (z.B. „Deutschland“) enthalten, so dass eine Verwechslungsgefahr mit Briefmarken besteht.

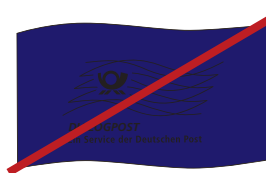
Darstellungen, die wegen der Beeinträchtigung der Lesbarkeit nicht möglich sind:



Der Frankiervermerk darf nicht negativ (heller Druck auf dunklem Untergrund) dargestellt sein.



Er darf nicht gedreht oder gespiegelt eingesetzt werden.



Er muss sich deutlich vom Hintergrund abheben – achten Sie auf ausreichende Kontrastschärfe.



Mögliche Alternative

Weitere Darstellungen, die nicht möglich sind:



Motive mit Codes jeglicher Art, auch als Teil einer Grafik



Die Darstellungsfläche oder das Motiv dürfen nicht geneigt sein



Es dürfen keine Freisteller, unregelmäßige Formen, wie z. B. Auto-Outline oder Störer verwendet werden.



Es dürfen nicht mehrere Motive verwendet werden.

Rahmenbedingungen für die Verwendung von kundenindividuellen Darstellungen bei einheitlichen Frankiervermerken.

Bei Verwendung von kundenindividuellen Darstellungen in der Frankierzone von Postsendungen gelten folgende Rahmenbedingungen:

- Bestandteile der kundenindividuellen Darstellung in der Frankierzone:
 - > Kundenmotiv in Rechteckform
 - > Wellendarstellung mit Posthorn
 - > Angabe des Produkts bei entgeltermäßigten Sendungen (z. B. DIALOGPOST) – soweit das Produkt nicht anderweitig auf der Aufschriftenseite der Sendung dargestellt ist oder es sich um Briefsendungen mit Matrixcode-Frankierung handelt, die über Einlieferungslisten eingeliefert werden (z. B. DV-Freimachung).
 - > Hinweis auf die Deutsche Post (z. B. „Ein Service der Deutschen Post“) – Soweit nicht anderweitig der Schriftzug „Deutsche Post“ mit Posthorn auf der Aufschriftenseite der Sendung dargestellt ist. Der Hinweis auf Deutsche Post und die Zusätze ALLEMAGNE sowie Port payé in der Frankierzone sind auf internationalen Sendungen erforderlich. Gegebenenfalls kann die Angabe des Hinweises auch in englischer Sprache erfolgen. Ein vom Standardtext abweichender Text kann nur in Abstimmung mit dem Produktmanagement der Deutschen Post verwendet werden.
- Der Absender der Sendungen übernimmt die alleinige und uneingeschränkte Verantwortung und Haftung für die rechtliche Zulässigkeit des Versands der Sendungen. Er steht insbesondere dafür ein, dass die von ihm verwendete kundenindividuelle Darstellung nicht gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen und/oder Grundsätze postrechtlicher Bestimmungen (Verwechslung mit den vom Bundesfinanzminister herausgegebenen Briefmarken mit dem Aufdruck „Deutschland“; § 43 PostG) sowie gegen Rechte Dritter (z. B. Urheberrechte) sowie gegen ein gesetzliches oder behördliches Verbot verstößt. Er stellt die Deutsche Post insoweit von allen Ansprüchen Dritter frei.
- Die Deutsche Post AG, nachfolgend „Deutsche Post“, kann die Annahme der Sendungen ablehnen, wenn die kundenindividuellen Darstellungen und Texte gegen gesetzliche oder behördliche Verbote verstoßen, sittenwidrig sind, kriegs- oder gewaltverherrlichend sind, den Geschäftsinteressen der Deutschen Post und der mit ihr verbundenen Unternehmen zuwiderlaufen oder geeignet sind, den Betriebsfrieden der Deutschen Post und ihrer verbundenen Unternehmen zu stören.
- Die kundenindividuelle Darstellung darf nur als Frankiervermerk im Rahmen der Einlieferung bar zu entrichtender Sendungen (z. B. DIALOGPOST National/International, POSTWURFSPEZIAL National) oder in Verbindung mit dem digitalen Frankiervermerk in der Anschriftenzone bei Briefprodukten, die mittels Einlieferungsliste eingeliefert werden (z. B. DV-Freimachung) als Kennzeichnung in der Frankierzone, verwendet werden. Bei der Gestaltung der kundenindividuellen Darstellung sind die Anforderungen der Deutschen Post an das Layout und die Vermaßung zu beachten. Die Deutsche Post stellt die notwendigen Druckdateien/-vorlagen zur Verfügung, die zu verwenden sind. Die Druckdateien/-vorlagen dürfen nur mit Zustimmung der Deutschen Post an Dritte weitergegeben werden.
- Die kundenindividuelle Darstellung darf keinem Postwertzeichen der Bundesrepublik Deutschland mit dem Aufdruck „Deutschland“ so ähneln, dass eine Verwechslungsgefahr mit diesen besteht.
- Zudem sind nicht zulässig:
 - > Über die o. g. Bedingungen hinausgehende Hinweise auf „Deutsche Post“ bzw. Hinweise auf andere Logistik-/Transportunternehmen,
 - > Zahlenwerte ohne Bezug zum Anlass, die mit einem Eurowert (Portowert) verwechselt werden können,
 - > Länderbezeichnungen (wie z. B. Deutschland oder Germany), Länderfahnen oder sonstige Landeskennezeichen,
 - > Codes jeglicher Art (z. B. Barcode, QR-Code, Matrixcode),
 - > freigestellte Motive oder Darstellungen als Störer sowie aufgeklebte Motive,
 - > mehrere Kundenmotive (nebeneinander oder untereinander),
 - > Schrägstellung des Kundenmotivs (keine horizontale Ausrichtung des Motivs an der Kante),
 - > Angaben, die gemäß der Broschüre „Automationsfähige Briefsendungen“ für die Frankierzone ausgeschlossen sind (u. a. über den Frankiervermerk hinausgehende alphanumerische Angaben sowie Codes jeglicher Art, auch als Teil einer Grafik).
- Einzelheiten über die Verwendung von Kundenmotiven bzw. über unzulässige Kundenmotive sind diesem Merkblatt zu entnehmen sowie im Internet unter www.deutschepost.de/frankiervermerk zu finden.
- Soweit in diesen Rahmenbedingungen nichts Abweichendes geregelt ist, gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen Brief National und Brief International der Deutschen Post in der zum Einlieferungszeitraum gültigen Fassung.

Deutsche Post AG

Zentrale

53250 Bonn

www.deutschepost.de/frankiervermerk

Stand: Juni 2016