

# ***GESCHÄFTSDRUCKSORTEN PROFESSIONELL GESTALTEN.***



***Grundlagen der  
Gestaltung***

***Materialien und  
Formate***

***Schriften und  
Adressieren***

***Die Post bringt allen was.***

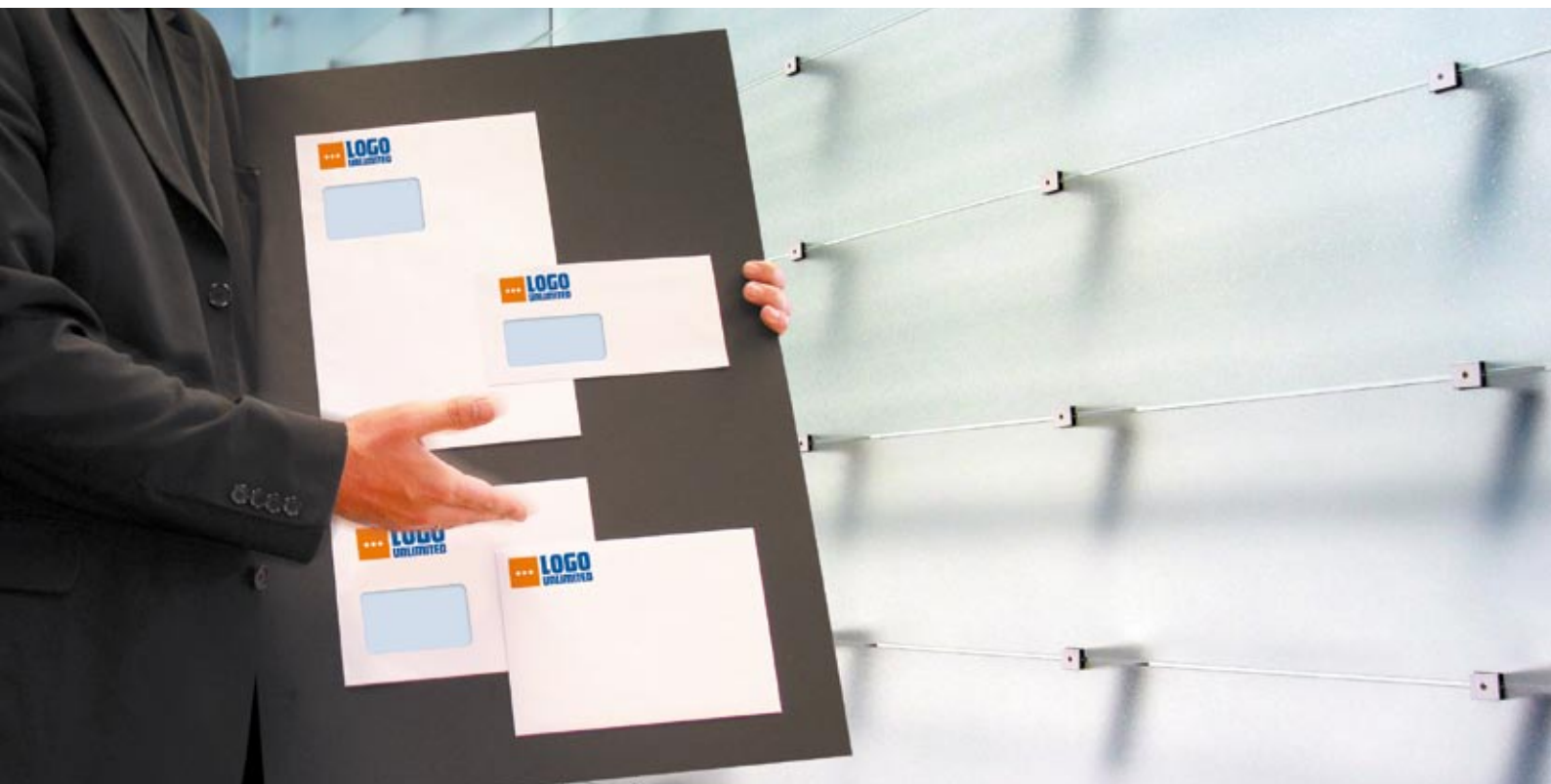


# ***Geschäftsdrucksorten professionell gestalten***

Geschäftsdrucksorten sind eine gute Möglichkeit, das gewünschte Image zu verstärken. Grundsätzlich setzt die Post Ihren Vorstellungen keine Grenzen und unterstützt Sie gerne bei der Umsetzung Ihrer Ideen. Die Beratung umfasst sowohl die Gestaltungsspielräume als auch die optimale Kosten-Nutzen-Relation. Dafür gilt es diese Gestaltungsrichtlinien zu beachten, damit auch Ihre Entwürfe maschinenlesbar und codierbar sind.

Hinter dem Wort maschinenlesbar steckt eine Technologie, die bis zu 36.000 Adressen pro Stunde er-

fasst, diese in einen Nummerncode umsetzt und wieder auf das Kuvert druckt. Diese Leistung bedarf auch professioneller Gestaltung der Drucksorten. Dazu zählt die Freilassung der Codierzone ebenso wie ausreichender Kontrast von Adresstext zu Papier. In jedem Fall bietet Ihnen die Post eine große Bandbreite an gestalterischen Möglichkeiten. Gerne nimmt Ihr Kundenberater und die Profis in den Direct Marketing Centern Ihre Entwürfe entgegen, um diese auf 100%ige Funktionalität zu überprüfen. Die Adresse Ihres nächstgelegenen Direct Marketing Centers finden Sie auf der Rückseite dieser Broschüre.



## **Papier- und Kuvertqualität**

Corporate Design geht weit über die Festlegung von Farben und Schriftarten hinaus – viele Designer definieren bei der Gestaltung von Drucksorten sogar spezielle Papiersorten als „corporate paper“.

Um die maschinelle Bearbeitbarkeit von Sendungen zu gewährleisten, lohnt es sich, diese vor Produktion testen zu lassen. Ihr Kundenberater und die Spezialisten in den Direct Marketing Centern helfen Ihnen dabei gerne weiter.

### **Stärke und Materialien**

Für die maschinelle Bearbeitung dürfen sich die Sendungen weder wellen noch wölben.

Sendungen, vor allem Karten, benötigen eine Grammatik von mindestens 160 g/m<sup>2</sup>.

Für das Material von Papierumschlägen gilt ein Mindestflächengewicht von 70 g/m<sup>2</sup>.

**Die Oberfläche** darf nicht zu glatt sein, da z.B. gestrichene Papiere für die Aufbringung des Strichcodes unter Umständen zu wenig saugfähig sind.

Fluoreszierende oder phosphoreszierende Materialien sind ebenso zu vermeiden wie reflektierende Stoffe.

Generell sind dunkle Kuverts oder Adressflächen, auf denen hell geschrieben werden muss, untauglich. Das Verhältnis von hellem Hintergrund und dunkler Schrift bei der Adresse muss ein Druckkontrastverhältnis (PCR) von mindestens 40% aufweisen.

**Transparente Kuverts** sind nicht maschinell lesbar, da die Maschine den durchscheinenden Inhalt leicht für eine mögliche Adresse halten kann.

**Kunststoffumhüllungen** (z.B. beim Zeitschriftenversand) sind ab dem Format C5 einsetzbar – diese werden belabelt und so maschinell lesbar gemacht. Hier ist ein maximaler Verpackungsüberstand von 20 mm einzuhalten.

### **Mechanische Eigenschaften von Sendungen**

Die Sendung muss ausreichend biegsam und gleichzeitig steif genug sein, um über die Transportrollen der Lesemaschine geleitet werden zu können. Die Biegsamkeit muss in einem Radius von 200 mm gewährleistet sein, für die Steifigkeit einer Sendung gilt, dass sie 100 mm über eine feste Kante überstehend maximal 70 mm nach unten hängen darf.

### **Verpackung von Sendungen**

Generell müssen Kuverts oder eigens entwickelte Umschläge an mindestens drei Seiten (davon beide Schmalseiten) geschlossen sein. Bitte achten Sie darauf, dass sich die Sendung während des Transportes nicht öffnen kann und der Inhalt vollständig von der Verpackung umschlossen ist.

Besonders bei Fensterkuverts ist zu beachten, dass die Größen von Inhalt und Umschlag so aufeinander abgestimmt sind, dass der Inhalt nicht verrutschen kann.

**Perforationen** dürfen sich ebenfalls nicht öffnen oder lösen und sollten sich (mit Ausnahme von Faltbriefen und Selfmailern) grundsätzlich an der oberen Längsseite der Sendung befinden.

**Falzen** sind so auszuführen, dass ein Aufblähen der Sendung unmöglich ist.

**Vertiefte Information zu richtigem Adressieren bzw. zur Gestaltung des Adressblocks finden Sie in der Broschüre „Perfekt Adressieren“ oder unter [www.business.post.at](http://www.business.post.at).**

## **Kuverts**

### **Grundsätzliches**

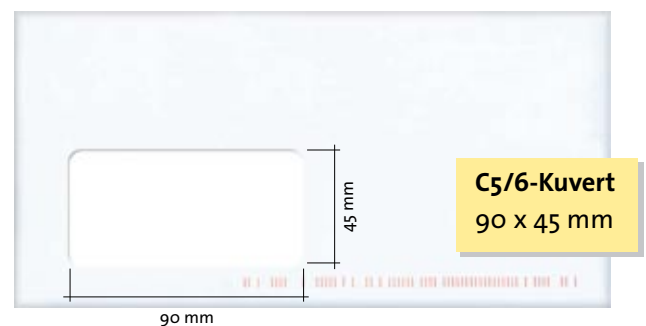
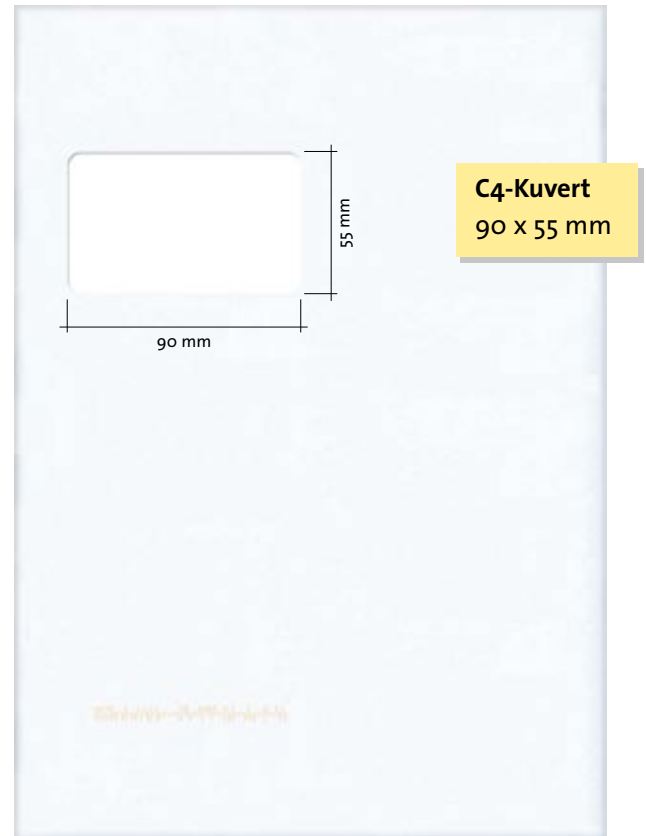
Kuverts sollen hell und am besten monochrom sein. Die Farbe sollte in jedem Fall einen Reflexionsgrad von über 50% aufweisen, jedoch nicht glänzen. Fluoreszierende Farben oder Materialien verhindern die maschinelle Lesbarkeit und sollten daher nicht verwendet werden. Das minimale Flächengewicht eines Kuverts liegt bei 70 g/m<sup>2</sup>.

### **Fensterkuverts**

Normgerechte Fensterkuverts, wie im Handel erhältlich, eignen sich sehr gut für die maschinelle Bearbeitung. Bei Sonderanfertigungen sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Rechteckige Fensterform
- Mindestmaße des Fensters: 85 x 30 mm
- Das Fenstermaterial darf sich nicht wellen oder falten (ideal: Polystyrol)
- Matte oder getönte Fenstermaterialien sind ungeeignet
- Auf der Anschriftseite darf nur ein Fenster angebracht sein

### **Fenster-Normmaße**



## **Karten**

### **Grundsätzliches**

Bei Sendungen in Kartenform sind folgende Flächengewichte einzuhalten:

mindestens 160 g/m<sup>2</sup>  
maximal 500 g/m<sup>2</sup>

## **Sonderformen**

### **Zweibahnumschläge**

Unter einem Zweibahnumschlag versteht man zwei an den Rändern zusammengeklebte oder perforierte Papierbahnen mit einem minimalen Flächengewicht von 120 g/m<sup>2</sup>.

Die Sendung muss an allen Seiten geschlossen sein und darf sich während des Transports nicht öffnen. Einlagen sollten den Umschlag annähernd ausfüllen. Die Verklebungen müssen bis an den äußeren Sendungsrand reichen.



### **Selfmailer (Faltbriefsendungen)**

Briefsendungen, bei denen Inhalt und Umschlag aus einem Stück bestehen, müssen wie folgt beschaffen sein:

Das minimale Flächengewicht des Papiers beträgt 120 g/m<sup>2</sup>. Dieses erhöht sich, wenn nur ein Falz vorhanden ist. Zusätzliche Inhalte sind zulässig, wenn sie die Sendung annähernd ausfüllen und die gleichen Eigenschaften wie Papier aufweisen, was Festigkeit und Biegsamkeit betrifft.

Bitte beachten Sie auch bei Selfmailern, dass ein Aufblähen der Sendung verhindert wird.



**Aufgrund der verschiedenen Formate und Variationsmöglichkeiten empfiehlt es sich, neu kreierte Sendungen testen zu lassen.**

# Die Gliederung einer Sendung

## Allgemeines

### Absender

Immer möglichst weit links oben oder auf der Rückseite. In dieser Zone können sich Werbeaufdrucke (Firmenlogos etc.) befinden. Der Absender darf sich aber auch im Fenster befinden (etwa 5 mm unterhalb des oberen Fensterrandes in maximal 8 pt).

### Anschriftfeld (Lesezone)

In dieser Zone befindet sich die Adresse. Sie kann ein Fenster enthalten, graphische Elemente sollten einen Mindestabstand von 15 mm zum Fenster haben. Außer in der Lesezone dürfen sich auf der Sendung keine Adressbestandteile befinden.

### Freimachungszone

Ausschließlich der Freimachung vorbehalten. Hier können Briefmarken aufgeklebt, bzw. Frankieraufdrucke platziert werden.

### Codierzone

Die Codierzone ist weiß oder hell pastellfarben, um eine gute Lesbarkeit des aufgedruckten Codes zu gewährleisten. Diese Zone darf weder beschriftet werden, noch dürfen graphische Elemente verwendet werden.

### Abfallender Druck

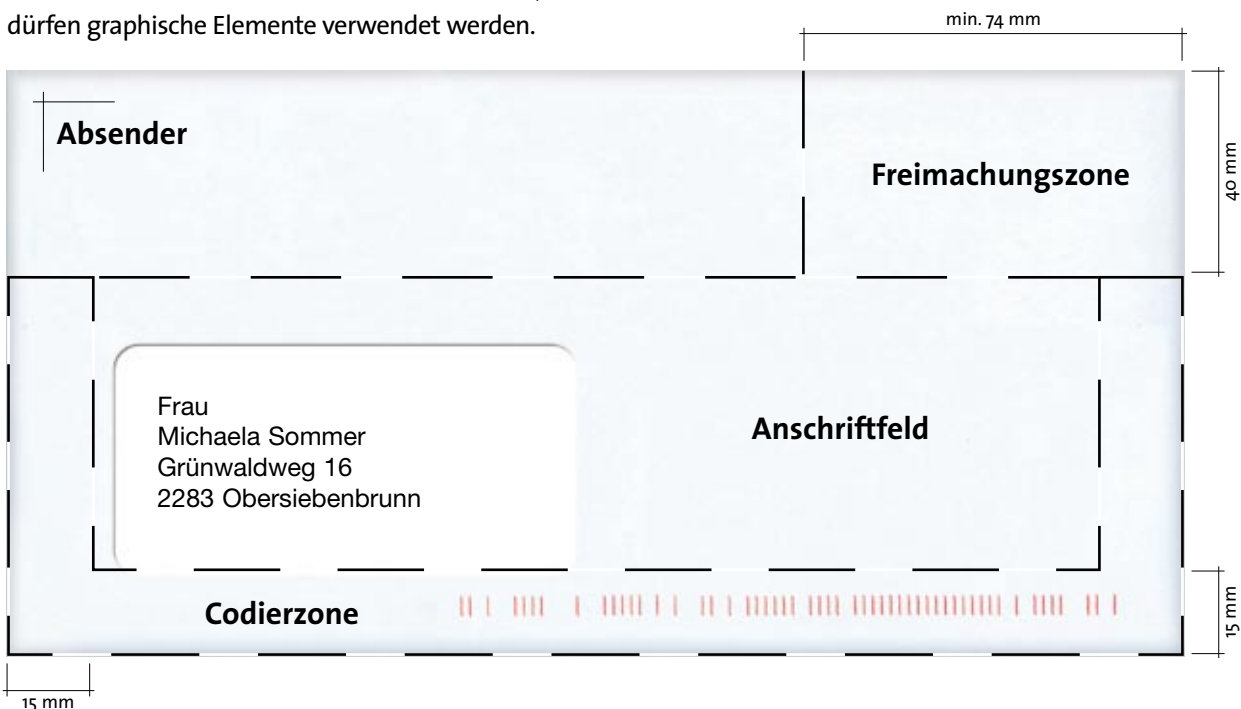
Abfallender Druck bis in die Codierzone ist zu vermeiden. Ebenso sind die Ruhezonen um Anschrift bzw. Fenster unbedingt freizuhalten.

Sollten Sie dennoch Interesse an einem Mailing (Info.Mail, Sponsoring .Post) mit abfallendem Druck haben, ersuchen wir um Rücksprache mit Ihrem Kundenberater oder dem zuständigen Direct Marketing Center der Post.

### Logos und graphische Elemente

Platzieren Sie Logos und andere graphische Elemente so, dass ein Abstand von mindestens 15 mm zum Fenster oder dem Adressblock eingehalten wird.

Sie sollten möglichst keine Ähnlichkeit mit einem Adressblock haben (Adressblock = linksbündig, rechteckig, Zeilenstruktur).



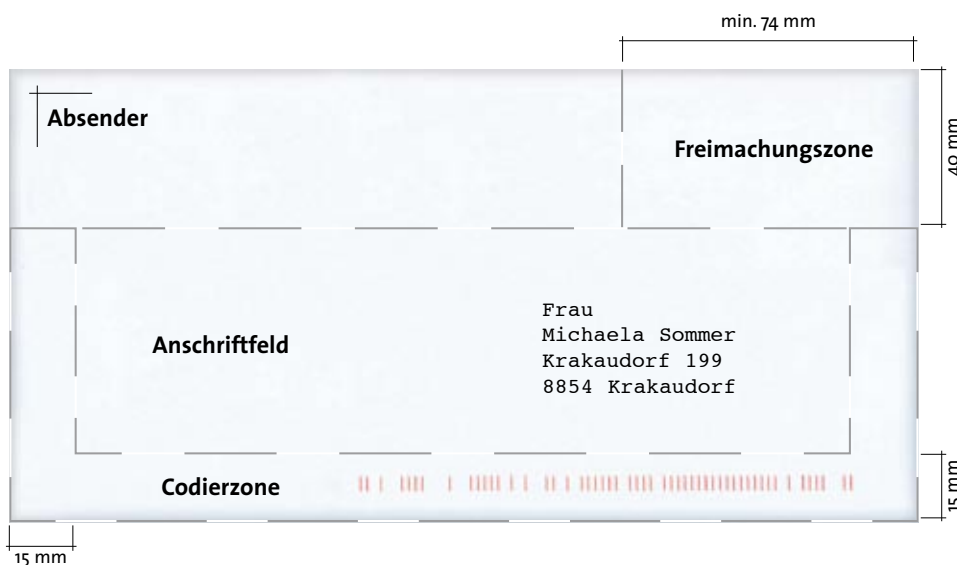


## **Kreatives Gestalten**

Um die maschinelle Lesbarkeit von Sendungen zu gewährleisten, finden Sie auf den folgenden Seiten genaue Richtlinien für verschiedene Sendungsformate.

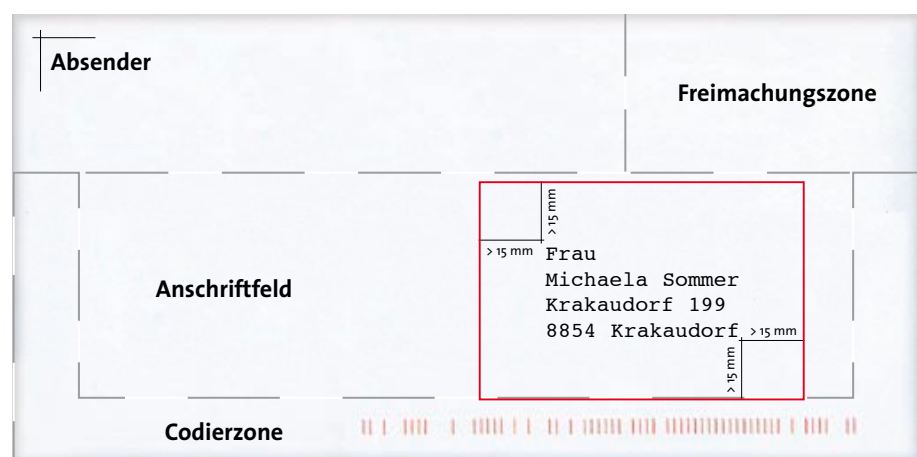
### **Kleinbriefe bis Format C5**

<b>Länge</b>	min. 140 mm – max. 235 mm
<b>Breite</b>	min. 90 mm – max. 162 mm
<b>Stärke</b>	min. 0,5 mm – max. 5 mm
<b>Gewicht</b>	max. 50 g
<b>Flächengewicht</b>	min. 160g/m <sup>2</sup>



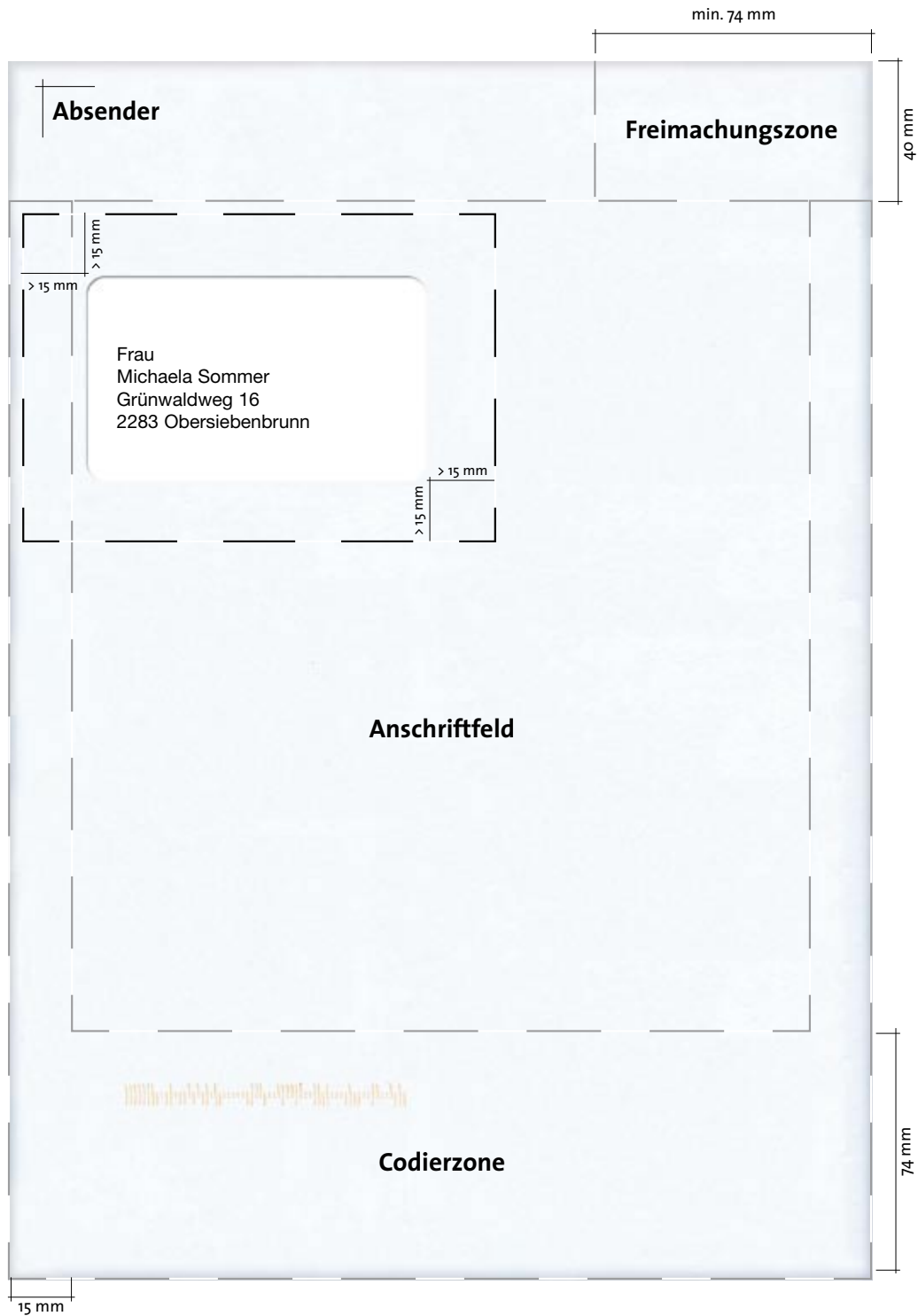
#### **Gestaltungstipp:**

Graphische Elemente können auch im Anschriftfeld stehen, sofern sie keine Ähnlichkeit mit einem Adressblock aufweisen und unbedingt die Ruhezone von 15 mm rund um den Adressblock einhalten. Ruhe- und Codierzone dürfen sich überlappen.



## Sendungen von Format B5 bis B4

<b>Größe</b>	min. B5 (250 x 176 mm) max. B4 (353 x 250 mm)
<b>Stärke</b>	min. 0,5 mm – max. 20 mm
<b>Flächengewicht</b>	min. 240 g/m <sup>2</sup>





## Sendungen in Kartenform

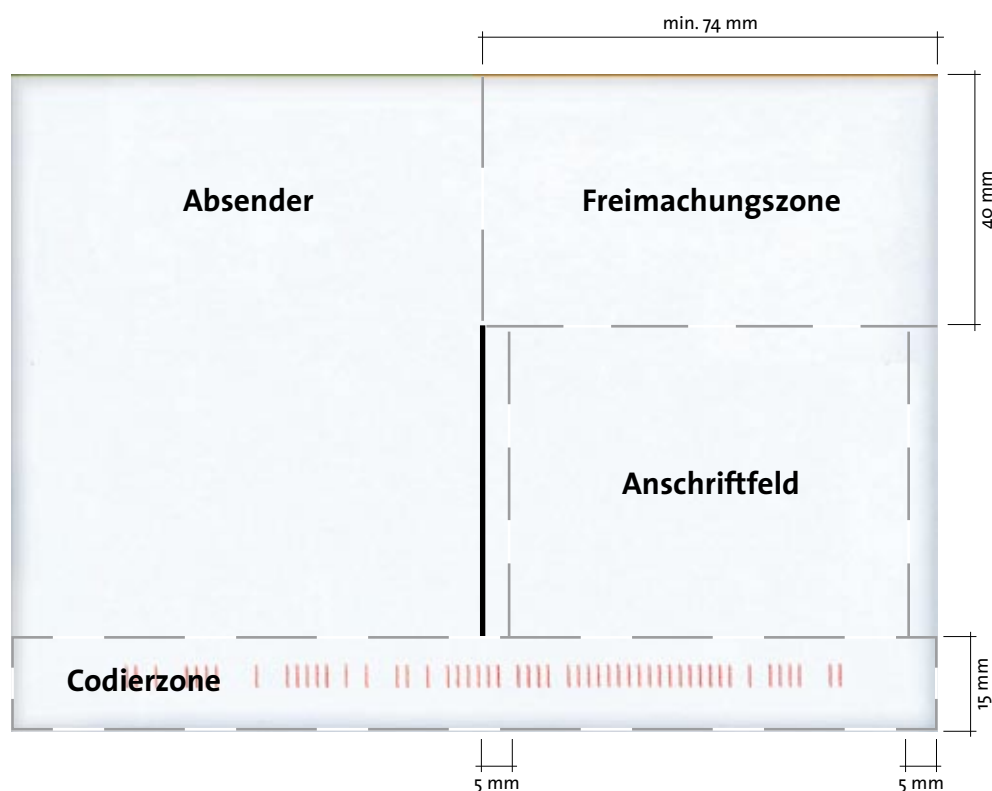
Auf Sendungen in Kartenform ist der Adressbereich vom Absender bzw. Text immer mit einem 1,2 mm breiten und 50 mm hohen Strich abzutrennen, der jedoch nicht in die Codierzone ragen darf.

Graphische Elemente im Absenderbereich dürfen bis an den Strich heranreichen – dieser muss jedoch als solcher erkennbar bleiben.

Genauere Maße entnehmen Sie bitte der untenstehenden Grafik.

**Flächengewicht**

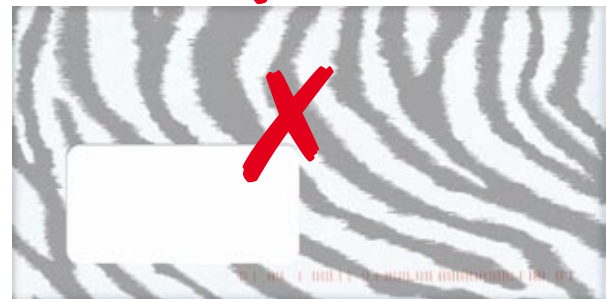
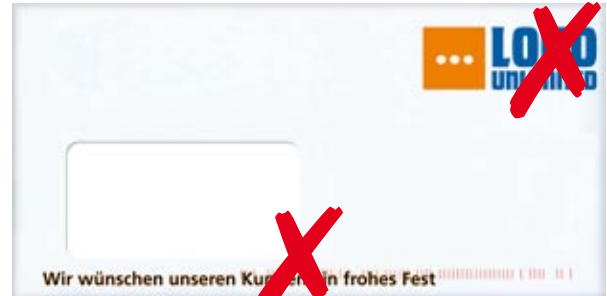
mindestens 160 g/m<sup>2</sup>



# Absolute Don'ts bei der Gestaltung von Geschäftsdrucksorten

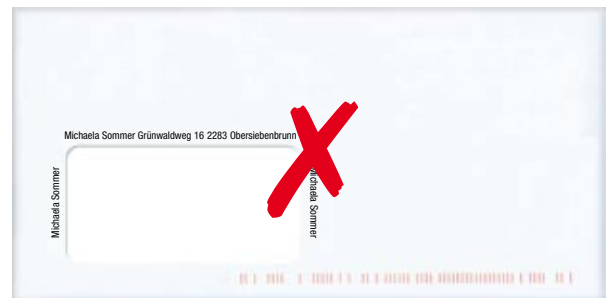
## Kuverts

- ✘ Das Bedrucken der Freimachungs- und/oder Codierzone
- ✘ Das teilweise Überdrucken des Fensters
- ✘ Hintergrundmuster mit Kontrasten von über 15%
- ✘ Verwendung von fluoreszierenden Farben oder reflektierenden Materialien
- ✘ adressblockähnliche Strukturen in der Nähe der Empfängeradresse
- ✘ bewegliche oder aufgesteckte Teile
- ✘ Löcher, Stanzungen, Klettverschlüsse
- ✘ schräge oder gewellte Ränder



## Briefe

- ✘ Nichteinhaltung des 3 mm-Randes zwischen Adressfeld und Fenster-Innenrand.
- ✘ Nichteinhaltung des 15 mm-Randes um das Adressfeld.
- ✘ Schriftzeichen unmittelbar neben der Adresse verwirren die Leseeinheit.
- ✘ Das Adressfeld weist einen Aufdruck unter der Adresse auf bzw. die Fläche hat weniger Kontrast als 40% zur Schrift.



## **Schriften und Adressieren**

### **Schriftarten**

Für die Lesemaschinen sind gerade Schriften ohne Serifen günstig. Auch sollte die Schrift scharf konturiert, also nicht ausgefranst, sein. Im Adressblock sollten diese ohne Effekte (kursiv, fett, schattiert, 3D etc.) oder spezielle Schnitte eingesetzt werden. Auch besonders breite oder schmale Schriften beeinträchtigen die Lesbarkeit.

### **Größe oder Schriftgrad**

Hier kann keine Angabe über die Punkteinheit erfolgen, da verschiedene Schriften mit gleicher Punktzahl verschiedene Absolutgrößen aufweisen. Das Verhältnis von Mittellänge zu Versalhöhe soll zwischen  $\frac{2}{3}$  und  $\frac{1}{2}$  liegen. Die Versalhöhen können zwischen 2,5 mm und 4,7 mm liegen. 3 mm sind optimal, da bei sechszeiligen Anschriften (z.B. Auslandsadresse) der Adressblock mit größeren Buchstaben nicht mehr gesamt ins Kuvertfenster passt.

**Die Strichdicke** beträgt optimalerweise 8 bis 16 % der Zeichenhöhe, was 0,25 – 0,8 mm entspricht.

### **Laufweite oder Zeichenabstand**

Der Abstand zwischen den Buchstaben soll zwischen 0,35 mm und 2 mm liegen.  
Wichtig: Buchstaben dürfen einander nicht berühren!

### **Wortabstand**

Der Abstand zwischen den einzelnen Wörtern des Adressblocks darf nicht größer als 10 mm (2 – 8 Zeichen) sein.

### **Durchschuss oder Zeilenabstand**

Zwischen den einzelnen Zeilen ist ein **gleichmäßiger** Abstand von 1 – 5 mm erforderlich. Achten Sie dabei auch auf die Unterlängen der Buchstaben!  
Keine Leerzeilen – diese stören die automatische Lesung.

**Graphische Elemente** wie Firmenlogos dürfen im Adressblock nicht verwendet werden.

### **Kontrast Schrift vs. Hintergrund**

Erzeugen Sie gemäß ISO 1831 ein Schriftbild mit einem deutlichen Kontrast. Die dunkle Schrift muss sich deutlich vom (weißen oder einfarbig hellen) Hintergrund abheben.

Das Druckkontrastverhältnis (PCR) soll mehr als 40% betragen.

Die Farbe der Schrift im Adressblock wird indirekt durch die Empfehlungen in Bezug auf den Druckkontrast PCR eingeschränkt. Verwenden Sie Schwarz oder ähnlich dunkle Farben.

### **Normative Verweise**

ÖNORM A 1080

ÖNORM EN 13619

ISO 11180

ISO 1831

Detaillierte Informationen über Typografie und die Gestaltung des Anschriftblocks finden Sie in der Broschüre „Perfekt Adressieren“ oder unter [www.business.post.at](http://www.business.post.at).



***www.post.at/business***

Österreichische Post AG  
Unternehmenszentrale Postgasse 8  
1010 Wien, Österreich  
Telefon: +43 (0) 577 67-0 | Fax: +43 (0) 577 67-220 71  
UID-Nr.: ATU46674503 | Firmenbuch: 180219d  
Rechtsform: AG  
Firmenbuchgericht: Handelsgericht Wien  
Kammerzugehörigkeit: Wirtschaftskammer  
Eigentümer: 51 % ÖIAG, 49 % Streubesitz  
Redaktionelle Unterstützung: ad-ventures  
Grafik, Design und Satz: ad-ventures

Stand: Oktober 2005. Satz- und Druckfehler vorbehalten.

***Die Post bringt allen was.***

 **Post.at**