




Persönliche Briefmarken mit Illustrator und der Post

Öffnungsraten erhöhen	60
Druckvorlagen und technische Details.....	60
Briefmarken gestalten.....	61
Briefmarken online beauftragen.....	63

Haben Sie schon einmal Ihre eigene Briefmarke entworfen, ausgedruckt und eine Sendung damit »frankiert«? Geschichten über eigene Briefmarken hört man immer wieder und mancher hat so einen abgestempelten Schatz als Trophäe aufbewahrt. Andere haben dabei nur dem Empfänger zu einer Nachzahlung verholfen. Die Deutsche Post bietet jedoch bereits seit geraumer Zeit die Möglichkeit, Briefmarken mit eigenen Motiven drucken zu lassen, die dann auch wirklich gültig sind.

In »Illustrator Aktuell« Ausgabe 13  haben wir bereits über die Möglichkeit der Gestaltung von Infopost-Sendungen (speziell der Umschläge) berichtet. Zur Gruppe dieser Leistungen gehört der Online-Dienst »Marke Individuell«, bei dem Sie sich Briefumschläge, Postkarten, Markenheftchen (Portocard) oder Markenbögen mit 20 eigenen Motivbriefmarken bestellen können. Briefmarkenrollen (ab 100 Stück mit demselben Motiv) sind mit einer Bestellung über das Service-Team erhältlich **1**.



Briefmarkenbogen

Öffnungsraten erhöhen

Besondere Briefmarken gehören zu den Faktoren, die die Wertigkeit einer Briefsendung erhöhen und die Öffnungsrate bei Werbezusendungen daher steigern, und die Marken sind – obwohl die individuellen Briefmarken nicht mehr neu sind – immer noch eine schöne Möglichkeit, Kunden, Freunde und Kollegen zu überraschen. Auch wer keine Briefmarken sammelt, kann sich an dieser Art Details erfreuen. Ein Gesprächsaufhänger sind die Marken außerdem.

Ein kleiner Wermutstropfen ist dabei jedoch, dass man selbst nur das Motiv gestalten darf. Das Layout um dieses Motiv herum und besonders der Schwarz-Weiß-Code sind leider etwas grobschlächtig gestaltet und passen nicht zu jedem Motiv.

Nachdem ich diese Briefmarken zu einem privaten Anlass bereits als Geschenk bestellt hatte, habe ich nun einige Motive als Test drucken lassen, um zu sehen, welche Möglichkeiten der Darstellung (vor allem von typischen Vektormotiven) bestehen.

★ Studien

Inzwischen beschäftigen sich viele Studien vor allem mit elektronischer Post. Das »klassische« Werbemailing wird seltener untersucht. Viele Studien erscheinen natürlich im Umfeld der Unternehmen, die an Briefsendungen verdienen, das sind vor allem die Postunternehmen. Informationen der Deutschen Post finden Sie unter:

http://www.deutschepost.de/dpag?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=1015538

Die schweizerische Post hat ebenfalls ein Internetangebot zu Werbemaillings: <http://www.post.ch/post-startseite/post-directpoint.htm>

Die österreichische Post informiert unter:

http://www.post.at/geschaeflich_werbepost.php

Druckvorlagen und technische Details

Gedruckt wird im Digitaldruckverfahren in der Euroskala. Die Marken können auf zwei Wegen bestellt werden: kleinere Mengen direkt auf der Website und