



**Ein DIRECT MARKETING CENTER
ist immer in Ihrer Nähe!**

**Direct Marketing Center
GRAZ**

Neutorgasse 46/1
8010 Graz
Tel.: 0 316 / 880-8103
Fax: 0 316 / 82 81 14
dmc.graz@post.at

**Direct Marketing Center
INNSBRUCK**

Eduard Bodem Gasse 3
6020 Innsbruck
Tel.: 0 512 / 50 02 381
Fax: 0 512 / 34 35 12
dmc.innsbruck@post.at

**Direct Marketing Center
KLAGENFURT**

Sonnengasse 28
9020 Klagenfurt
Tel.: 0 463 / 48 88-20
Fax: 0 463 / 48 88-29
dmc.klagenfurt@post.at

**Direct Marketing Center
LINZ**

Bahnhofplatz 11
4020 Linz
Tel.: 0 732 / 77 21-1659
Fax: 0 732 / 77 21-1670
dmc.linz@post.at

**Direct Marketing Center
SALZBURG**

Residenzplatz 9
5020 Salzburg
Tel.: 0 662 / 84 55 55-31
Fax: 0 662 / 84 55 55-33
dmc.salzburg@post.at

**Direct Marketing Center
WIEN**

Vienna Twin Tower
Turm A/West, 9. OG
Wienerbergstr. 11
1100 Wien
Tel.: 01 / 917 101-87 301
Fax: 01 / 917 101-87 309
dmc.wien@post.at

www.business.post.at

**INFO.POST
Viele Interessenten erreichen!**



Stand: Jänner 2003. Satz- und Druckfehler vorbehalten.

- Produkt**
- Versand**
- Geomarketing**
- Best Practise**

Die Post bringt allen was.



Die Post bringt allen was.





Mit Haushaltswerbung viele Interessenten erreichen.

Werbung an einen Haushalt ermöglicht Ihnen, möglichst schnell viele Interessenten mit Ihrer Werbebotschaft zu erreichen. Sie eignet sich damit ideal für den Versand Ihrer Angebote und Prospekte an Ihre Zielgruppe und stellt ebenfalls ein erfolgreiches Medium zur gezielten Neukundengewinnung dar.



Was können Sie als Info.Post versenden?

Mit Info.Post können Sie Ihre Haushaltswerbung wie Prospekte, Flugblätter, Einladungen, Gutscheine, Broschüren, Warenproben oder Kataloge an einen breiten Empfängerkreis verschicken.

Um von dem besonders günstigen Versandporto zu profitieren, müssen Info.Post-Sendungen inhaltlich und äußerlich (Maße und Gewicht) vollkommen gleich sein. Sendungen, die gefährliche Stoffe enthalten, gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen oder für das Betriebssystem der Post nicht geeignet sind, können nicht als Info.Post versendet werden.

Das Versandkosten für Info.Post berechnet sich nach Gewicht und Tarifzone. Jede Postleitzahl ist einer Tarifzone zugeordnet, welche sich nach Haushalts- und Bevölkerungsdichte richtet.

- **Tarifzone A:** Ballungszentren.
- **Tarifzone B:** Zwischenbereiche.
- **Tarifzone C:** Ländliche Gebiete.

Weitere Informationen finden Sie unter www.business.post.at. Ihr Postamt oder Direct Marketing Center informieren Sie ebenfalls gerne über Preise und Tarifzonen.

Wählen Sie Ihren Empfängerkreis aus.

- Private Haushalte.
- Gewerbliche Empfänger.
- Private Postfächer.
- Gewerbliche Postfächer.

Sowie jede Kombination dieser Adressgruppen.



Ihre erste Wahl für Werbung an einen Haushalt.

Mit der Österreichischen Post als Partner erreichen Sie Ihre Empfänger gemeinsam mit der persönlichen Post. Die jahrzehntelange Erfahrung und das flächendeckende Zustellnetz in ganz Österreich macht die Post zum kompetentesten Partner für den Versand von Werbesendungen.



Vorteile des Versandes als Info.Post.

- Viele Interessenten in ganz Österreich erreichen.
- Kein Adressmaterial notwendig.
- Hohe werbliche Ansprache.
- Günstiger Tarif für breite Streuung.

Info.Post ist die erste Wahl bei unadressierten Werbesendungen.

- Gezielte Neukundengewinnung.
- Effiziente Aktionswerbung.
- Angebote und Kataloge.
- Warenproben oder Werbegeschenke.

So profitieren Sie vom Versand als Info.Post.

- Bequeme Aufgabe Ihrer Mailings an rund 1.400 Postämtern in ganz Österreich.
- Die höchste Aufmerksamkeit durch Erreichen des Empfängers im Umfeld der persönlichen Post.
- Die einzige gesicherte Zustellung in den abgeschlossenen Bereich des Briefkastens.
- Zustellung durch meist persönlich bekannte „Briefträger“, die ein hohes Vertrauen genießen.
- Das einzige flächendeckende Zustellnetz in Österreich.



Der Versand von Info.Post.

Damit ein effizienter Versand sichergestellt werden kann, ist es wichtig, dass Ihre Sendungen einige formale Voraussetzungen erfüllen. Die Spezialisten in unseren Direct Marketing Centern beraten Sie gerne, wenn es darum geht, kreative Mailing-Ideen mit funktioneller Gestaltung zu kombinieren.



Formale Voraussetzungen für den Versand.

Höchstmaße: 330 x 235 x 20 mm

Höchstgewicht: 250 g

Der Versand und Tarife für darüber hinausgehende Maße und Gewichte können mit dem Postvertrieb gesondert vereinbart werden.

Mindestmaße: 140 x 90 mm

Mindeststärke: Bei Sendungen in Kartenform mind. 160 g/m²

Mindestmenge: 400 Stück

Kleinere Mengen können ebenfalls als Info.Post versendet werden, wenn das Porto für die fehlende Menge aufgezahlt wird. Für die Berechnung wird die niedrigste Portostufe (Tarif A) in der ersten Gewichtsklasse herangezogen.

Verpackung.

Info.Post können verpackt oder unverpackt versendet werden. Verschlussene Sendungen dürfen von der Post zur stichprobenartigen Überprüfung des Inhaltes geöffnet werden, müssen jedoch wieder einfach und ohne Hilfsmittel in einen transportfähigen Zustand gebracht werden können.

Postentgelt bar bezahlt.

Info.Post muss auf der Außenseite der Sendung den deutlich sichtbaren Vermerk „Postentgelt bar bezahlt“ oder einen gleichbedeutenden Vermerk tragen.



Geomarketing – Streupläne nach Zielgruppen optimieren.

Wenn Sie mit Ihrer Werbebotschaft eine näher bestimmbare Zielgruppe ansprechen möchten, bieten wir mit Geomarketing den optimalen Service, damit Ihre Werbesendungen Ihre Zielgruppe noch genauer erreichen.

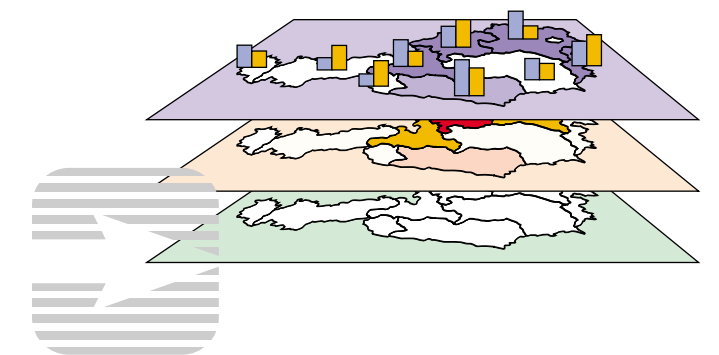


Möglich wird dies durch eine Datenbank, die geographische Daten – wie Zustellrayone, Postleitzahlengebiete mit soziodemographischen Merkmalen (wie Alter, Familienstand) und sozioökonomischen Merkmalen (wie Kaufkraft) miteinander verknüpft und auswertet.

Definieren Sie Ihre Zielgruppe anhand von Merkmalen wie Alter, Kaufkraft oder geographischen Kriterien und wir wählen für Sie jene Zustellgebiete und Orte zur Streuung aus, in denen die Bevölkerung überproportional Ihrer Zielgruppe entspricht.

Die Vorteile liegen klar auf der Hand.

- Verringerung von Streuverlusten durch höhere Zielgenauigkeit.
- Höhere Responseraten bei Ihrer Zielgruppe.
- Kostensenkung durch geringere Druckauflagen und geringeres Porto.
- Österreichweite Verfügbarkeit der Datenbank.





Einsatzmöglichkeiten von Geomarketing.

1. Zielgruppen-Streuplan.

Sie können Ihre Zielgruppe anhand von

- soziodemographischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Bildung, ...
- ökonomischen Merkmalen wie Kaufkraft pro Gebiet, Haushalt oder Person.

auswählen und Geomarketing wählt jene Zustellgebiete aus, die am besten Ihren Zielgruppenkriterien entsprechen.

2. Filial-Streuplan.

Geomarketing ermöglicht die Streuung in einem beliebigen Radius um Ihre Filialen. Durch Angabe eines Streuradius werden die Zustellgebiete rund um Ihre Filialen automatisch ausgewählt.

Selbstverständlich kann die Zielgruppe zusätzlich noch genauer definiert werden.

3. Individuelle Auswahl.

Geomarketing erlaubt auch die gezielte Reaktion auf jede Situation, indem einzelne Zustellgebiete direkt auf der digitalen Karte wählbar sind.

Einige Beispiele:

- neue Mitbewerber.
- Verkehrsknotenpunkte.
- Streuung entlang von Straßenzügen.





Mag. Nicole Berkmann, Leiterin Konzerninformation und Öffentlichkeitsarbeit:
 „Für SPAR, Österreichs einzigem Lebensmittel-Handelsunternehmen in rein österreichischem Besitz, geht es vor allem darum, das aktuelle Angebot rasch und effizient zu kommunizieren. Die Kooperation mit der Post ermöglicht es uns, jährlich rund 200 Mio. Flugblätter an die Haushalte zu verteilen und die Post hat sich stets als zuverlässiger Partner erwiesen. Unsere Aktionswerbung ist bei der Post in den besten Händen.“

Effiziente SPAR-Werbung – Die Post bringt's.

Seit der Gründung der SPAR im Jahr 1954 vertraut das Unternehmen auf die Leistungen der Post. An die 200 Millionen Flugblätter werden pro Jahr von der Post für den Kunden SPAR verteilt.

Gründe für die langjährige Kooperation:

Die Post ist immer zur Stelle – schnell, zuverlässig und natürlich in ganz Österreich. Egal ob in der pulsierenden Großstadt oder in einem entlegenen Bergdorf – SPAR kann und konnte sich immer auf die Leistungen der Post verlassen.

Die Österreichische Post als bevorzugter Partner.

Die Post als Partner der ersten Stunde stand SPAR Österreich auf ihrem Erfolgskurs stets zur Seite.

SPAR stieg zu einem der größten Handelsunternehmen Österreichs auf – und dies nicht nur dank modernster Logistik, sondern auch durch den Einsatz innovativer Marketingkonzepte und Methoden.

