



E-POSTBUSINESS API

Gestaltungsrichtlinien für die Verwendung der Marke E-POST in Partnersoftware

Version 1.0

1 Zu diesem Dokument

Das vorliegende Dokument beschreibt Gestaltungsrichtlinien zur regelkonformen Einbindung der E-POST Produkte in Ihre Anwendungen.

E-POST-BUSINESS API Mit der E-POSTBUSINESS API können Sie aus Ihrer Geschäftsanwendung heraus, einfach und zuverlässig E-POSTBRIEFE versenden und empfangen.

Ziel dieses Dokuments Die hier beschriebenen Gestaltungsrichtlinien definieren Leitlinien zur korrekten Verwendung von Wort- und Bildmarken der E-POST.

Zielgruppe Die Gestaltungsrichtlinie E-POSTBUSINESS API richtet sich an Software-Entwickler mit Kenntnissen in folgenden Technologien:

- HTTP und HTTPS
- REST
- JSON
- OAuth 2.0
- Web-Design

2 E-POST Logos, Wortmarken, Schaltflächen und Farben

Die Deutsche Post legt großen Wert auf die korrekte Verwendung von eigenen Wort- und Bildmarken. Insbesondere in Partneranwendungen soll vermieden werden, dass die im Markt kommunizierten Marken der Deutschen Post, beispielsweise durch Fehlschreibweisen oder unglückliche Textformulierungen, geschwächt werden. In diesem Abschnitt erhalten Sie Anhaltspunkte zur korrekten Verwendung von E-POST konformen Wort- und Bildmarken, Farben und Formulierungen.

Logos Das E-POST Logo ist immer das übergeordnete Markenzeichen für E-POST Produkte. Die präferierte Darstellung für das E-POST Logo ist ein weißer Hintergrund. Der Abstand des E-POST Logos zu anderen Bildmarken muss mindestens 1/5 (20%) der Logobreite betragen. Die empfohlene Logobreite beträgt 160 px (Logobreite), dabei darf eine Mindestbreite von 100 px und eine Maximalbreite von 265 px nicht unter- bzw. überschritten werden, siehe nachstehende Abbildungen:

	✓	Korrekte Darstellung mit empfohlener Breite von 160px
	✗	Falsche Darstellung mit Verzerrung
	✗	Falsche Darstellung mit unterschrittener Mindestbreite von 100px
	✗	Falsche Darstellung mit Verzerrung
	✗	Falsche Darstellung aufgrund farblicher Veränderung

Die im [E-POST Marketingportal](#) verfügbaren E-POST Logos dürfen in die Benutzeroberfläche Ihrer Anwendung übernommen werden und im leserlichen Bereich kleiner skaliert werden, jedoch niemals ohne Zustimmung der Deutschen Post verändert werden (z.B. Verzerrung, farbliche Veränderung oder 3D-Darstellung).

E-POST Markenzeichen müssen mit ausreichendem Abstand zu anderen auffälligen Layout-Elementen platziert werden (z.B. kein direktes Angrenzen an andere Logos, Bilder, Linien etc.)



HINWEIS

Sie finden alle in dieser Richtlinie beschriebenen Elemente wie Logos, Wortmarken oder Erklärungstexte direkt zum Download im [E-POST Marketingportal](#)

Bei der Registrierung zum E-POST Partner erhalten Sie auch die Zugangsdaten zum E-POST Marketingportal.

Wortmarken Bei der Verwendung von Wortmarken bzw. Produktnamen, ist die Formatierung zu beachten. Im Fließtext werden die Bezeichnungen E-POST und E-POSTBRIEF in nicht-fetten, nicht-kursiven Großbuchstaben geschrieben. Das führende „E“ ist stets groß zu schreiben (keinesfalls klein), und mit einem nachfolgenden, geschützten Bindestrich zu versehen.

Schaltflächen E-POST Produkte sollten immer mit ihren jeweiligen Vorteilen erwähnt werden. Die Nutzung von E-POST und E-POST Produkten auf Ihrer Website erfolgt über Optionsfelder (Radio-Buttons).

Für die Bezeichnung des Sendevorganges kann die Bezeichnung an die Terminologie Ihrer Webseite angepasst werden. Mögliche Bezeichnungen für Schaltflächen sind:

- Per E-POSTBRIEF versenden
- Per E-POST versenden
- Als E-POSTBRIEF schicken
- Elektronischer Versand per E-POST
- Hybrider Versand per E-POST



HINWEIS

Ein Set an Schaltflächen zur Einbindung in Ihre Software, finden Sie im [E-POST Marketingportal](#)

Bei der Registrierung zum E-POST Partner erhalten Sie auch die Zugangsdaten zum E-POST Marketingportal.

Gelbton Sollten Sie einen Gelbfarbton auf Ihrer Website verwenden, um den Übergang zur Deutschen Post zu veranschaulichen, so muss folgender hexadezimale Farbwert benutzt werden: #FFCC00

E-POST Erläuterungstexte Erläuterungstexte zu E-POST Produkten stellen das konkrete E-POST Produkt vor, und erläutern die Präsenz von E-POST im Kontext Ihres Webauftritts.

Typische Erläuterungen zum Versand per E-POST Funktion lauten wie folgt:

- Klicken Sie hier, um das Dokument per E-POST zu versenden.
- Klicken Sie hier, um das Dokument als E-POSTBRIEF zu schicken.
- Der Versand erfolgt hybrid. Das bedeutet, dass die Sendung von der Deutschen Post ausgedruckt und klassisch zugestellt wird.
- Der Versand erfolgt elektronisch per E-POST. Geben Sie hierzu die E-POST Adresse(n) des oder der Empfänger ein.

**HINWEIS**

Laden Sie sich beispielhafte Textvorlagen für E-POST Erläuterungstexte aus dem [E-POST Marketingportal](#)

Bei der Registrierung zum E-POST Partner erhalten Sie auch die Zugangsdaten zum E-POST Marketingportal.



Weitere Informationen zur E-POSTBUSINESS API finden Sie unter <http://partner.epost.de>
Der Kundenservice der Deutschen Post AG unterstützt Sie gerne bei allgemeinen Fragen zu E-POST:

- Tel.: +49 228 76 36 76 06, Mo – Fr 8.00 – 20.00 Uhr (außer an bundeseinheitlichen Feiertagen)
- E-POSTBRIEF: Service@dpdhl.epost.de
- E-Mail: service@deutschepost.de

Deutsche Post AG
Zentrale
53250 Bonn

www.deutschepost.de

Stand 01/2015