# Allgemeine Leistungsbeschreibung der Deutsche Post Dialog Solutions GmbH (DPDS GmbH) für den Service Print-Mailing Automation

Bitte beachten Sie auch die **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** für Print-Mailing Automation

**1 Leistungserbringung und Mitwirkungspflicht**

Print-Mailing Automation ist ein Onlineservice für die Erstellung und den Versand von physischer Werbung. Im Verantwortungsbereich des Kunden liegt die inhaltliche Gestaltung der Sendungen, die Auswahl der aufgelieferten Adressdaten sowie das Vorliegen der datenschutzrechtlichen Voraussetzungen für die Verarbeitung der personenbezogenen Daten der Empfänger sowie die Auswahl der Kriterien für die Auswahl der Zielgruppen im Falle der Neukundenansprache. Die DPDS GmbH wird als Auftragsverarbeiter gem. Art. 28 DSGVO für den Kunden tätig. Die DPDS GmbH haftet weder für etwaiges Fehlverhalten noch für höhere Gewalt oder technische Störungen, die in den Zuständigkeitsbereich anderer Unternehmen fallen (z.B. Übertragungswege von Telekommunikationsunternehmen oder Störungen bei Zugangsprovidern). Die DPDS GmbH haftet im Hinblick auf die Festnetzbetreiber nur für die ordnungsgemäße Auswahl.

**1.1 Mindest- und maximale Sendungsmengen**

Systembedingt können in der Print-Mailing Automation nur Einzelaufträge bis 500.000 Empfänger bearbeitet und beauftragt werden. Aufträge außerhalb dieser Menge müssen abgewiesen werden.

**1.2 Formatabweichungen**

Die durch Nichteinhaltung der zugelassenen Formatvorgaben (Details zu den Vorgaben entnehmen Sie bitte den Formatvorlagen auf https://dm.deutschepost.de/) fehlerhaft produzierten und verschickten postalischen Sendungen gehen zu Lasten des Kunden und werden ihm in Rechnung gestellt, wenn der Mangel für die DPDS GmbH nicht vorab feststellbar war. Hat die DPDS GmbH diesen Fehler vorab festgestellt, wird der Kunde benachrichtigt, um eine Korrektur der Daten vorzunehmen.

**1.3 Ausschluss**

Sendungen deren Inhalte oder äußere Gestaltung, die nach Maßgabe der AGB BRIEF NATIONAL und AGB BRIEF INTERNATIONAL von der Postbeförderung ausgeschlossen sind oder gegen ein gesetzliches oder behördliches Verbot verstoßen, werden weder produziert noch versendet.

**2 Kampagnenverwaltung Print-Mailing Automation**

In der Kampagnenübersicht können die Daten für einzelne Kampagnen durch den Kunden angelegt, gespeichert und gelöscht werden. Der jeweils letzte Kampagnenstatus bleibt nach dem Logout erhalten. Die Inhalte abgeschlossener Kampagnen (Druck-PDF und Adressen) werden spätestens nach 2 Wochen automatisch gelöscht. Ausschlaggebend für das Datum der Löschung ist das Beauftragungsdatum. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, Projektdaten zu einem früheren Zeitpunkt zu löschen.

**3 Nutzungszeiten Print-Mailing Automation**

Die DPDS GmbH unternimmt angemessene Anstrengungen, um die Verfügbarkeit der Print-Mailing Automation zu gewährleisten. Hiervon ausgenommen sind planmäßige Wartungen, die dem Kunden im Voraus online im Frontend angekündigt werden, oder außerplanmäßige Wartungen aufgrund von Zwischenfällen in Verbindung mit der Print-Mailing Automation. Die DPDS GmbH ist jedoch weder verpflichtet, ein bestimmtes Ergebnis zu liefern, noch garantiert sie die Verfügbarkeit der Print-Mailing Automation für einen bestimmten Zeitraum.

**4 Onlineanwendung Print-Mailing Automation**

**4.1 Formatauswahl**

Dem Kunden wird eine vordefinierte Auswahl von Standardformaten von Postkarten und Briefen angeboten. Die Druckspezifikationen der einzelnen Formate sind bei der Formatauswahl auf den Internetseiten der Print-Mailing Automation hinterlegt.

**4.2 Zustellzeitpunkt wählen**

Über eine Kalenderfunktion wird dem Kunden die Möglichkeit gegeben einen Wunschzeitraum für die geplante Zustellung zu definieren. Darüber hinaus erhält er Informationen über die voraussichtliche Vorlaufzeit für die Druckproduktion und ggfs. für die beauftragte Adressselektion.

**4.3 Druckdatenupload**

Die Print-Mailing Automation stellt dem Kunden basierend auf dem ausgewählten Format Vorlagen und Hinweise zum Download zur Verfügung, die bei der Gestaltung der Druckdaten unterstützen sollen. Fertig gestaltete Druckdaten können als PDF auf der Internetseite der Print-Mailing Automation hochgeladen werden.

**4.4 Adressdatenupload**

Der Kunde kann nach Bestätigung der Vereinbarung zur Auftragsdatenverarbeitung nach Art. 28 DSGVO eigene Adressdaten hochladen. Hinweise zum Format der aufzuliefernden Daten sind den Internetseiten der Print-Mailing Automation zu entnehmen. Die Adressdaten können optional auf die postalische Zustellbarkeit geprüft und kostenpflichtig aktualisiert werden. Die aktualisierten Adressdaten werden nur für den einmaligen Versand genutzt und gehen nicht in den Besitz des Kunden über.

**4.5 Auswahl Zielgruppen für Neukundenansprache**

Der Kunde kann nach regionalen und ausgewählten sozio-demographischen Merkmalen Zielgruppen selektieren. Das verfügbare Potenzial adressierbarer Haushalte sowie eine grobe Preisindikation werden direkt angezeigt. Nach bestätigter Auswahl wird die entsprechende Auflage für das Mailing übernommen. Darüber hinaus ist es möglich, eigene Kundenadressen hochzuladen, auf Basis derer mittels statistischer Analysemethoden statistische Zwillinge bzw. Lookalikes für die Neukundenansprache ermittelt werden. Des Weiteren können Bestandskunden ausgeschlossen werden.

**4.6 Zusammenfassung und Vorschau**

Vor der kostenpflichtigen Beauftragung der Kampagne erhält der Kunde eine Übersicht mit den zu erwartenden Kosten. Eine PDF-Vorschau dient zur inhaltlichen Kontrolle der hochgeladenen Druck- und Adressdaten.

**4.7 Versand der Sendungen**

Der Versand der Sendungen erfolgt durch die Deutsche Post AG. Folgende Sendungsarten gem. AGB BRIEF NATIONAL und AGB BRIEF INTERNATIONAL werden von der Print-Mailing Automation unterstützt:

- Standardbrief
- Dialogpost (nur national/Deutschland)
- PostAktuell
- PostwurfSpezial

Auf Basis der Portooptimierung wird das jeweils günstigste Porto vor der Auftragsvergabe ermittelt und angezeigt.

**4.8 Druck- und Lettershop-Leistungen**

a) Produktion/Produktionstage

Der Druck erfolgt gemäß des vom Kunden vorliegenden Auftrags in Euroskala (farbig). Personalisiert wird nur 1-farbig, schwarz. Produziert wird von Montag bis Freitag (ausgenommen Feiertage).

b) Druckdienstleisterauswahl

Die DPDS GmbH wählt nach Auftragseingang auf Basis der Auftragskriterien einen passenden Druckdienstleister aus.

c) Druck Servicedaten

Zusätzlich zu den Kundendaten werden auf der linken Seite sog. Servicedaten und Steuerzeichen gedruckt. Diese Daten dienen der Produktionssteuerung und Dokumentierung des Auftrags. Hierfür ist auf jeder Druckseite ein Längsrand von 15 mm freizuhalten.

d) Produktionsdauer

Die DPDS GmbH ist bemüht, alle Sendungen innerhalb weniger Produktionstage versandfertig zu produzieren und der Zustellung zu übergeben. Eine Indikation über die durchschnittlichen Vorlaufzeiten wird über die Kalenderfunktion (siehe 4.2) und die Statusanzeige in der Kampagnenübersicht bereitgestellt.

e) Kuvertierleistungen

Sofern das gewählte Format eine Versandhülle beinhaltet, wird diese im Produktionsprozess automatisiert verarbeitet. Kuvertiert wird in neutralen Systemhüllen (DIN lang) mit Adressenfenster links und im Fenster sichtbarem Freimachungsvermerk.

**4.9 Postversand**

Die versandfertigen Sendungen werden der Deutschen Post AG zur Beförderung übergeben. Die Übergabe der körperlichen Sendungen erfolgt im Auftrag des Kunden. Die Zustellung der Sendungen orientiert sich an den Zustellzeiten der Deutschen Post AG und kann je nach Sendungsart variieren.

**Deutsche Post Dialog Solutions GmbH**
**Print-Mailing Automation**
**Charles-de-Gaulle Str. 20, 53113 Bonn**
**E-Mail: print-mailing@deutschepost.de**