
SPONSORING.POST

Allgemeine Geschäftsbedingungen



Gültig ab 1.2.2020



Inhaltsverzeichnis

Gültig ab 01.02.2020 (Ausgabe 1/2020)

1	Allgemeiner Teil	3
1.1	Geltungsbereich, Rechtsgrundlage	3
1.2	Vertragsabschluss	3
1.3	Dienstleistungsangebot.....	3
1.4	Versandberechtigte Absender, Versandzweck	4
1.5	Kündigung und Änderung des Vertrages.....	5
1.6	Entgelt.....	5
1.7	Ermittlung des Gewichtes.....	6
1.8	Von der Beförderung ausgeschlossene Sendungen.....	6
2	Aufgabe.....	6
2.1	Anschrift.....	6
2.2	Angaben und Vermerke.....	6
2.3	Versand von Sponsoring.Post-Sendungen	7
2.4	Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen.....	8
3	Abgabe	8
3.1	Zustellung.....	9
3.2	Nachsendung.....	9
3.3	Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen.....	9
3.4	Unanbringliche Sendungen	9
4	Haftung und Gerichtsstandvereinbarung	9
4.1	Haftung.....	9
4.2	Haftungsausschluss	10
4.3	Haftung des Absenders.....	10
4.4	Rechtsweg und Gerichtsstand.....	10
1	Anhang Zusatzleistung Sponsoring.Post Express	11



1 Allgemeiner Teil

1.1 Geltungsbereich, Rechtsgrundlage

1.1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: AGB) gelten für die vertragliche Rechtsbeziehung zwischen der Österreichischen Post Aktiengesellschaft (im Folgenden: Post) und ihren Kunden im Dienstleistungsbereich Versand von Sponsoring.Post.

1.1.2 Als integrierter Bestandteil dieser AGB gelten das Preisverzeichnis Sponsoring.Post für gemeinnützige Organisationen, Vereine, Wahlwerber & Politische Parteien sowie das Preisverzeichnis Sponsoring.Post für gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung. Die Preisverzeichnisse sind im Internet unter post.at/sponsoringpost abrufbar bzw. beim Kundenbetreuer erhältlich.

1.1.3 In diesen AGB werden für bestimmte Kundengruppen (siehe Punkt 1.4) Dienstleistungen der Post im Verhältnis zu vergleichbaren Dienstleistungen zu ermäßigten Entgelten angeboten. Zielsetzung ist es, bestimmte, im Allgemeininteresse liegende Aktivitäten von gemeinnützigen Organisationen von kleineren Vereinen (z.B. Kulturinitiativen), Wahlwerbern sowie politischen Parteien sicherzustellen.

1.1.4 Gemäß dem Postmarktgesetz (PMG) idgF. gehören Postdienste betreffend Postsendungen bis 2 kg bei Übergabe an den gesetzlich definierten Zugangspunkten (Post-Geschäftsstelle) zum Universaldienst. Für solche Postdienste gelten, soweit nicht individuell anderes vereinbart wurde, ausschließlich diese AGB.

1.2 Vertragsabschluss

1.2.1 Die Post erbringt ihre Dienstleistungen im Bereich Sponsoring.Post nach Maßgabe dieser AGB.

1.2.2 Im Einzelfall abweichende Regelungen, insbesondere betreffend die Aufgabe von Sponsoring.Post-Sendungen, bedürfen einer ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

1.2.3 Der Antrag auf Abschluss eines Vertrages über den Versand von Sponsoring.Post ist vom Kunden an die Post (Österreichische Post AG, Vertrieb Brief & Werbepost, Rochusplatz 1, 1030 Wien) zu richten. Der Kunde ist drei Monate an seinen Vertragsantrag gebunden. Erforderliche Formblätter für den Vertragsabschluss (Vertragsantrag) werden von der Post zur Verfügung gestellt bzw. sind im Internet unter post.at/medienpost abrufbar.

1.2.4 Dem Vertragsantrag des Kunden ist ein Musterexemplar jener Sponsoring.Post-Sendung beizufügen, für die die Teilnahme am Sponsoring.Post Versand beantragt wird. Das Muster muss erkennen lassen, dass es hinsichtlich seiner äußeren und inneren Gestaltung für die Exemplare der künftigen Nummern, die gemäß dieser AGB befördert werden sollen, repräsentativ ist.

1.2.5 Nach Vorliegen des Vertragsantrags und aller bezughabenden und relevanten Unterlagen sowie Informa-

tionen erfolgt der Vertragsabschluss durch Annahme des Antrags durch die Post; oder die Post gibt dem Antragsteller jene Umstände schriftlich bekannt, die dem Abschluss eines Vertrages entgegenstehen.

1.2.6 Für die Bearbeitung des Vertragsantrages ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt sowie für jede zugelassene Sponsoring.Post (Titel) das Jahresentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung zu entrichten. Handelt es sich beim Absender um einen Verbraucher iSd Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) ist für die Bearbeitung des Vertragsantrages vom Absender das Bearbeitungsentgelt sowie für jede zugelassene Sponsoring.Post (Titel) das Jahresentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der zum Zeitpunkt der Titelzulassung geltenden Fassung (unter Berücksichtigung allfälliger Erhöhungen oder Senkungen anhand der Entwicklung des Verbrauchpreisindex (VPI)) zu entrichten.

1.2.7 Soweit im Vertrag nichts anderes vereinbart wird, können die Dienstleistungen frühestens nach Ablauf von vier Werktagen (ausgenommen Samstag) nach Vertragsabschluss beansprucht werden.

1.3 Dienstleistungsangebot

1.3.1 Das Dienstleistungsangebot umfasst die Beförderung von inhaltlich gleichen persönlich adressierten, rechteckigen Sendungen einem Höchstgewicht von 2.000 Gramm je Sendung (einschließlich Verpackung und aller Beilagen) innerhalb der Frist gemäß Punkt 3.1 dieser AGB. Sendungen, die sich ausschließlich durch Ordnungsnummern (wie z.B. Mitgliedsnummer oder Datumsangabe) oder Angaben, die der Anschrift gleichen (persönliche Anrede), voneinander unterscheiden, gelten als inhaltlich gleich.

Es gelten folgende Versandmaße (rechteckige Form):
Mindestmaße: 140 × 90 mm
Höchstmaße: 324 × 229 × 24 mm

1.3.2 Die Dienstleistungen können nur in Anspruch genommen werden, wenn der Absender mit der Post einen Vertrag gemäß Punkt 1.2 abschließt.

1.3.3 Für Sponsoring.Post-Sendungen, die nicht in einem Staat der Europäischen Union verlegt und herausgegeben werden, werden keine Verträge über den Versand von Sponsoring.Post abgeschlossen. Gleiches gilt für Sendungen, die Teile eines zu einem abgeschlossenen Ganzen bestimmten Werks bilden, sowie für Sendungen, die zum Zweck der geschäftlichen Werbung, Ankündigung oder Empfehlung herausgegeben werden oder solchen Zwecken unmittelbar oder mittelbar dienen. Diese Zwecke erfüllen im Besonderen Sendungen, deren redaktionelles Konzept erkennen lässt, dass sie unmittelbar geschäftlichen Interessen dienen. Unmittelbar geschäftlichen Interessen dienen im Besonderen Sendungen, die:

- im Titel Namen von geschäftlichen Unternehmen oder Erzeugnissen, Firmen- oder Markenzeichen im geschäftlichen Interesse dieser Firmen tragen oder



- zu den Kundenzeitungen oder Kundenzeitschriften zu zählen sind.
- 1.3.4 Die gemäß diesen AGB zu befördernden Sponsoring-Post-Sendungen müssen unter demselben Titel in fortlaufenden Nummern erscheinen.
- 1.3.5 Beilagenregelung:
Im Dienstleistungsbereich Sponsoring-Post sind folgende Beilagen zulässig:

Eigenbeilagen: Als solche gelten Beilagen des Absenders, die im ausschließlichen Interesse des Absenders versendet werden und der Unterstützung von im allgemeinen Interesse liegenden Aktivitäten dienen (wie z. B. Erlagscheine). Für Eigenbeilagen wird kein gesondertes Entgelt berechnet, sie werden in die Gewichtsermittlung der Sponsoring-Post-Sendung miteinbezogen.

Die Beigabe von Mustern und Gegenständen (z.B. Warenproben, Incentives/Werbebeschenke etc.) ist unter Vorlage der Sendung vorab mit der Post abzuklären. Solche Sendungen müssen vorab durch die Post für zulässig erklärt werden und können mit einem kostenorientierten Preisaufschlag versehen werden. Die Bundbildung gemäß Punkt 2.3.7 darf durch die Beigabe von Mustern und Gegenständen nicht verhindert werden.
- 1.3.6 Die Beigabe von Fremdbeilagen, d. h. Beilagen, die im Interesse eines anderen als dem Absender der Sponsoring-Post versendet werden, ist jedenfalls nicht zulässig.
- 1.3.7 Der Versand von nicht rechteckigen Sendungen (z.B. Rollenformen oder unregelmäßige Stanzformen) mit den unter Punkt 1.3.1 genannten Höchstmaßen ist mit der Post gesondert zu vereinbaren. Solche Sendungen müssen vorab von der Post für zulässig erklärt werden. Die Post berechnet hierfür ein dem Aufwand der zu erbringenden Sonderleistung entsprechendes Entgelt. Soweit nichts anderes vereinbart wird, gelten diese AGB sinngemäß.
- 1.3.8 Die Post ist ein Massenbeförderer, der einen österreichweiten Dienst für Sponsoring-Post zu vergünstigten Preisen anbietet, und ist daher organisatorisch auf eine möglichst einfache, standardisierte Abwicklung einer großen Anzahl von Sendungen ausgerichtet. Eine durchgehende Beaufsichtigung der einzelnen Sendung zwischen der Aufgabe und Abgabe wird von der Post im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses nicht durchgeführt.
- 1.3.9 Sendungen, die Sachen mit einem das jeweilige Beförderungsentgelt übersteigenden Wert enthalten, dürfen nicht als Sponsoring-Post aufgegeben werden.
- 1.3.10 Entspricht eine Sendung nicht den Bestimmungen dieser AGB, so steht es der Post frei,
 - die Annahme der Sendung zur Beförderung zu verweigern;
 - eine bereits angenommene Sendung dem Kunden in jedem Stadium der Beförderung zurückzugeben.
- 1.3.11 Transportbetriebsmittel / Ersatzleistung
Sämtliche Transportbetriebsmittel der Post (Briefbehälter, Rollbehälter, etc.), die Kunden unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, bleiben im Eigentum der Post; eine zweckfremde Verwendung (z.B. Zwischentransporte zu Dritten und/oder Weitergabe, firmeninterne Transporte/Benutzung, Lagerung von Material, etc.) ist jedenfalls unzulässig. Die Verwendung erfolgt auf eigene Gefahr. Der Kunde ist verpflichtet, Mitarbeiter und Dritte, insbesondere natürliche und juristische Personen, die diese Transportmittel verwenden, über deren sachgerechte Verwendung und das Erfordernis der Einhaltung der Bestimmungen der Bedienungs- bzw. Betriebsanleitungen zu informieren. Diese Bedienungs- und Betriebsanleitungen sind im Internet unter post.at/geschaeflich abrufbar.

Transportbetriebsmittel dürfen nicht über einen Wochenbedarf hinaus auf Vorrat gelagert werden.

Bei Beschädigung oder Verlust ist die Post berechtigt, Schadenersatz zu verlangen.
- 1.4 Versandberechtigte Absender, Versandzweck**
 - 1.4.1 Gemeinnützige Organisationen
Als solche gelten Organisationen, die nach Gesetz, Satzung, Stiftungsbrief oder ihrer sonstigen Rechtsgrundlage und nach ihrer tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich und unmittelbar die Förderung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke im Sinne der §§ 34ff Bundesabgabenordnung in der jeweils geltenden Fassung verfolgen. Dazu zählen insbesondere im Inland anerkannte Kirchen und Religionsgemeinschaften. In den Sponsoring-Post-Sendungen ist auf den Zweck der Spendensammlung Bezug zu nehmen. Diese muss gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen.
 - 1.4.2 Gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung
Organisationen gem. Pkt. 1.4.1, die zum Zeitpunkt der Sendungsaufgabe über einen gültigen Spendenbegünstigungsbescheid gem. § 4a Einkommenssteuergesetz idjGF verfügen und dementsprechend in der Liste der spendenbegünstigten Einrichtungen auf der Website des Bundesministeriums für Finanzen aufscheinen.
 - 1.4.3 Vereine
Als solche gelten Vereine, die den Bestimmungen des Vereinsgesetzes 2002 in der jeweils geltenden Fassung unterliegen. Mindestens 51 % der bedruckten Fläche der Sponsoring-Post-Sendungen muss der Berichterstattung über das Vereinsleben bzw. den Vereinszwecken entsprechenden Angelegenheiten dienen.

Ausgeschlossen sind:
 - Sendungen mit dem Zweck der Aufforderung zur Mitgliedsbeitragszahlung.
 - Jede Form der Rechnungslegung.

1.4.4 Wahlwerber

Als solche gelten Wahlwerber (wahlwerbende Gruppen) für die Wahl des Bundespräsidenten, für Wahlen zu den allgemeinen nationalen oder supranationalen Vertretungskörpern, für Wahlen für die satzungsgewebenden Organe (Vertretungskörper) der gesetzlichen beruflichen Vertretungen oder für Wahlen zu den Organen der Österreichischen HochschülerInnenschaft. Mindestens 51% der bedruckten Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen müssen der Wahlwerbung oder der Berichterstattung über Angelegenheiten der Politik dienen. Eine Teilnahme am Versand ist frühestens drei Monate vor dem Wahltermin möglich. Ist der Absender noch nicht als Wahlwerber anerkannt, hat er seine ernsthafte Absicht, als solcher aufzutreten, glaubhaft zu machen. Der Vertrag mit der Post erlischt, ohne dass hierfür eine Kündigung erforderlich ist, einen Monat nach dem Wahltermin.

1.4.5 Politische Parteien

Als solche gelten gem. dem Parteiengesetz 2012 in der jeweils geltenden Fassung konstituierte politische Parteien. Mindestens 51 % der bedruckten Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen muss der Berichterstattung über Angelegenheiten der Politik dienen.

Ausgeschlossen sind:

- Sendungen mit dem Zweck der Aufforderung zur Mitgliedsbeitragszahlung.
- Jede Form der Rechnungslegung.

1.5 Kündigung und Änderung des Vertrages

1.5.1 Der Absender kann den Vertrag jederzeit mit sofortiger Wirkung schriftlich mittels eingeschriebenem Brief bei der vertragsschließenden Stelle der Post kündigen.

1.5.2 Jede Änderung von im Vertrag enthaltenen Angaben ist vom Absender unverzüglich der vertragsschließenden Stelle der Post zur entsprechenden Vertragsänderung schriftlich bekannt zu geben. Die Post hat dem Absender die Vertragsänderungen schriftlich zu bestätigen. Für jede Vertragsänderung ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post zu entrichten. Handelt es sich beim Absender um einen Verbraucher iSd Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) ist für die Vertragsänderung das Bearbeitungsentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der zum Zeitpunkt der Titelzulassung geltenden Fassung (unter Berücksichtigung allfälliger Erhöhungen oder Senkungen anhand der Entwicklung des Verbrauchpreisindex (VPI)) zu entrichten.

Bei einem Wechsel in der Person des Absenders ist eine Kündigung durch den bisherigen Absender erforderlich. Der neue Absender muss mit der Post einen neuen Vertrag abschließen.

Die Post ist berechtigt, den Vertrag außerordentlich mit sofortiger Wirkung insbesondere (schriftlich) zu kündigen, wenn

- der Absender Sendungen einliefert, die die Voraussetzungen dieser AGB nicht erfüllen;
- der Absender die zum Versand zugelassene Sponsoring.Post-Sendung wiederholt nicht entsprechend dem geschlossenen Vertrag aufgibt;
- der Absender für die Abwicklung des Vertragsverhältnisses wesentliche bzw. von der Post aus betrieblichen Gründen geforderte Auskünfte (z.B. Übermittlung von Streuplänen) innerhalb der von der Post gesetzten angemessenen Fristen nicht erteilt;
- wenn über das Vermögen des Absenders das Ausgleichs- oder Konkursverfahren eröffnet oder die Eröffnung des Konkursverfahrens mangels hinreichenden Vermögens abgelehnt wird;
- der Absender über eine Zulassung gem. Pkt. 1.4.2 verfügt, die Voraussetzungen für diese Zulassung jedoch nicht mehr gegeben sind;
- aus sonstigem wichtigen Grund, insbesondere wenn die Post die Dienstleistung „Sponsoring.Post“ nicht mehr anbietet.

Vor der Kündigung hat die Post den Absender an die Vertragspflichten zu erinnern und ihm eine angemessene Frist zur Herstellung des vertragskonformen Zustandes zu setzen.

1.6 Entgelt

1.6.1 Der Absender ist verpflichtet, für jede in Anspruch genommene Leistung das dafür im jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post zum Zeitpunkt der Aufgabe (Punkt 2.3) vorgesehene Entgelt zu entrichten.

1.6.2 Die Entgelte für die Beförderung von Sponsoring.Post und sonstige Leistungen gemäß Punkt 1.6.1 sind durch Barzahlung bei Aufgabe in der Post-Geschäftsstelle oder, wenn dies gesondert vereinbart worden ist, durch Abbuchung von einem Girokonto bei einem im SEPA Raum ansässigen Kreditinstitut zu entrichten. Die Post behält sich das Recht vor, eine Bankgarantie zu verlangen. Für den Fall, dass die Entgelte im Rahmen des SEPA-Lastschriftverfahrens (SEPA CORE) oder des SEPA-Firmenlastschriftverfahrens (SEPA B2B) von der Post von dem vom Kunden angegebenen Konto abgebucht werden, erfolgt die Vorabankündigung (Pre-Notifikation) seitens der Post spätestens einen Tag vor Abbuchung.

1.6.3 Bei Nichteinhaltung des Zahlungszieles ist die Post berechtigt, unter Vorbehalt der Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens, insbesondere Bankspesen, Verzugszinsen in der Höhe des gesetzlichen Zinssatzes gemäß Unternehmensgesetzbuch (UGB) idgF zu verrechnen; als Bemessungsgrundlage gilt der nach Ablauf des Zahlungsziels offene Rechnungsbetrag. Die Post hat das Recht, sämtliche Mahn- und Inkassospesen, insbesondere diesbezüglich anfallende Anwaltskosten, in Rechnung zu stellen. Der Kunde ist nicht berechtigt, seine Forderungen gegen Forderungen seitens der Post aufzurechnen. Diese Klausel gilt nicht für Verbraucher iSd § 1 KSchG idgF.

1.6.4 Einwendungen gegen in Rechnung gestellte Entgeltforderungen sind vom Kunden innerhalb einer Frist

von drei Monaten ab Rechnungsdatum schriftlich bei der Post zu erheben, anderenfalls gilt die Entgeltforderung der Post als anerkannt. Einwendungen hindern nicht die Fälligkeit des Rechnungsbetrages.

1.6.5 Die dem Beförderungsentgelt entsprechende Leistung gilt als erbracht, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen von der Annahmestelle weitergeleitet wurden und die Beförderung ohne Verschulden der Post nicht abgeschlossen werden kann.

1.7 Ermittlung des Gewichtes

Das Gewicht der Sponsoring.Post-Sendungen wird von der Annahmestelle ermittelt. Weicht das vom Absender in der Aufgabeliste angegebene Gewicht davon ab, gilt das durch die Post festgestellte Gewicht als richtig.

1.8 Von der Beförderung ausgeschlossene Sendungen

1.8.1 Werden Sendungen zur Aufgabe gebracht, die nach diesen AGB von der Beförderung durch die Post ausgeschlossen sind, ist die Post nicht verpflichtet, solche Sendungen zu befördern.

1.8.2 Von der Beförderung ausgeschlossen sind:

- Sendungen, deren Inhalt, äußere Gestaltung oder Beförderung gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt;
- Sendungen, die auf Grund ihres Inhalts oder auf Grund ihrer Beschaffenheit für das Betriebssystem der Post ungeeignet sind;
- Sendungen, deren Inhalt oder äußere Beschaffenheit Personen verletzen, an ihrer Gesundheit schädigen oder Sachschäden verursachen können;
- Sendungen, die dem Regelungsbereich des Gefahrgutbeförderungsgesetzes (GGBG, BGBl I 145/1998) in der geltenden Fassung unterliegende gefährliche Güter sowie gefährliche Abfälle und Problemstoffe im Sinne des Abfallwirtschaftsgesetzes (AWG 2002, BGBl I 102/2002 idgF) beinhalten. Als gefährliche Güter gelten Stoffe, Gegenstände, Zubereitungen oder Abfälle, die mindestens eine nach den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über die internationale Beförderung gefährlicher Güter auf der Straße (ADR) gefährliche Eigenschaft, z. B. explosiv, gasförmig, entzündbar, oxidierend, giftig, ansteckungsgefährlich, ätzend oder radioaktiv aufweisen.

2 Aufgabe

2.1 Anschrift

2.1.1 Die Anschrift hat den Empfänger vollständig zu bezeichnen. Auf der Sendung sind daher folgende Angaben anzubringen:

- der Empfänger;
- die Abgabestelle;
- die Postleitzahl und der Bestimmungsort.

Musteranschrift:

Frau
Michaela Sommer
Auwinkel 16/13/5
1010 Wien

1. Anrede (optional)
2. Empfänger: Name/Firmenbezeichnung
3. Abgabestelle: Straße, Hausnr./Stiege/Türnr.
4. Postleitzahl, Bestimmungsort

Empfänger: Vor- und Zuname bzw. Firmenbezeichnung und bei Angabe einer Kontaktperson, deren Vor- und Zuname (auch zweizeilig möglich). Anreden wie „An Herrn/Frau“ sind oberhalb des Namens anzugeben. Zusätze „c/o“ und „Zu Händen“ sind unterhalb des Namens/Firmenbezeichnung anzugeben.

Abgabestelle: Die Abgabestelle ist so genau zu bezeichnen, dass eine ordnungsgemäße Zustellung der Sendung ermöglicht wird. Zur Bezeichnung der Abgabestelle gehören die Angabe der Straße oder des Ortsnamens und der Hausnummer. Bei Adressen mit mehreren Abgabestellen sind darüber hinaus insbesondere Block und/oder Stiege und Türnummer anzugeben. Diese sind durch einen Schrägstrich zu trennen. Bei Postfachinhabern kommt an diese Stelle „Postfach“ und die Nummer des Faches; bei postlagernden Sendungen die Bezeichnung „Postlagernd“ als Abgabestelle auf die Sendung.

Postleitzahlen (PLZ): Postleitzahlen sind laut dem unter post.at (Postlexikon) abrufbaren Postleitzahlen-Verzeichnis zu verwenden. Die Angabe einer Postfach-PLZ ist nur bei Verwendung eines Postfaches in der Adresse zulässig.

Bestimmungsort: Für die Bezeichnung des Bestimmungsortes ist das von der Post aufgelegte Postleitzahlen-Verzeichnis maßgeblich. Wenn sich der Name des PLZ-Ortes nicht mit dem Ortsnamen deckt, ist der Ortsname ohne Angabe des PLZ-Ortes direkt neben der PLZ anzugeben. Das Bundesland ist nur anzugeben, wenn es ein Bestandteil der Bezeichnung des Bestimmungsortes ist (z.B.: St. Johann in Tirol).

2.1.2 Die Anschrift und sonstige Angaben müssen in lateinischen Buchstaben und arabischen Ziffern angegeben und so geschrieben sein, dass sie nicht ausgelöscht werden können.

2.1.3 Bei Aufgabe maschinenfähiger Sendungen sind die „Besonderen Bedingungen Voraussetzungen für die Maschinenfähigkeit“ unter post.at/richtigadressieren zu beachten.

2.2 Angaben und Vermerke

2.2.1 Auf der Sponsoring.Post-Sendung ist bei unverpackter Aufgabe oder bei Versand in einer transparenten Hülle auf der ersten oder letzten Seite und bei Versand unter Umschlag auch auf dem Umschlag zusammenhängend, deutlich sichtbar und nicht verdeckt folgender Freimachungsvermerk zu verwenden:

- „Österreichische Post AG“ und
- das Produktkürzel: „SP“ + die aus dem Vertrag ersichtliche Vertragsnummer + der Produktbuchstabe (S) für gemeinnützige Organisationen, Vereine,

- Wahlwerber, politische Parteien bzw. der Produktbuchstabe (N) für gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung und
- die Absenderadresse.

Dieser Vermerk darf ausschließlich auf jenen Sponsoring.Post-Sendungen angebracht werden, die der Post zum Versand für das Inland übergeben werden.

Sponsoring.Post-Sendungen können gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen Brief International in das Ausland versendet werden.

Auf der Sendung darf neben diesem Freimachungsvermerk kein anderer Freimachungsvermerk einer anderen Sendungsart (z.B. Brief National, Brief International bzw. jener für Info.Mail, Zeitungsversand, Firmenzeitung sowie Plus.Zeitung) angebracht sein. Im Falle der unzulässigen Anbringung eines anderen Freimachungsvermerks hat die Post das Recht, die Annahme der Sendung gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen Sponsoring.Post zu verweigern.

Bei Sendungen in Fensterkuverts, bei der Verwendung von Adress-Etiketten oder bei direktem Druck der Anschrift auf die Sendung kann der Freimachungsvermerk einzeilig oberhalb der Anschrift und deutlich abgesetzt von dieser gedruckt werden, wobei unterhalb des Freimachungsvermerkes eine Zeile frei zu bleiben hat.

Der Freimachungsvermerk darf weder fett gedruckt noch unterstrichen werden.

Weiters soll die Anschrift des Empfängers linksbündig angedruckt werden und die Angaben gemäß Punkt 2.1.1 von oben nach unten angeordnet sein.

- 2.2.2 Für den Fall, dass der Absender keine Rücksendung von unzustellbaren Sendungen gemäß Punkt 3.3 wünscht, muss auf den Sendungen über der Empfängeradresse deutlich sichtbar in Fettdruck der Vermerk „Retouren an Postfach 555, 1008 Wien“ oder „Nicht Retournieren“ angebracht werden.

2.3 Versand von Sponsoring.Post-Sendungen

- 2.3.1 Alle Sponsoring.Post-Sendungen müssen mit persönlicher Anschrift versehen werden und – ausgenommen Nachlieferungen – in einer Anzahl von mindestens 1.000 Stück bei der vertraglich vereinbarten Post-Geschäftsstelle zu den festgelegten Annahmezeiten aufgegeben werden. Abweichende Annahmezeiten können mit der Post (z.B. bei großen Sendungsmengen) gesondert vereinbart werden.

- 2.3.2 Damit die Post für große Sendungsmengen optimale Voraussetzungen in der Logistik schaffen kann, sollen Auflieferungen von Sponsoring.Post-Sendungen mit mehr als 50.000 Stück mindestens fünf Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag avisiert werden. Der Absender soll hierfür elektronisch (.txt oder .xls) an die E-Mail Adresse infomail.streuplan@post.at Angaben über den Auflieferort, die Auflieferzeit, Kundennummer und Streuplan (Anzahl

der Sendungen je PLZ) übermitteln.

Sponsoring.Post-Sendungen (auch Nachlieferungen) werden nicht mehr zum Tarif laut jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post angenommen, wenn seit ihrem Erscheinen mehr als drei Monate vergangen sind.

- 2.3.3 Bei Versand unter Umschlag dürfen Verschlusslaschen nicht abstehen, sie müssen entweder verklebt oder eingesteckt werden.
- 2.3.4 Bei jeder Aufgabe (auch Teil- bzw. Nachlieferungen) ist ein Musterexemplar der aufgelieferten Sponsoring.Post-Sendungen inklusive aller Beilagen sowie eine vollständig ausgefüllte Aufgabeliste der Annahmestelle zu übergeben.

Wird kein Muster beigelegt oder entspricht das Muster nicht den aufgelieferten Sendungen, wird ein Echtmuster aus der Auflieferung gezogen, welches bei der Post verbleibt und nicht befördert wird.

- 2.3.5 Die Sponsoring.Post-Sendungen sind – ausgenommen Punkt 2.3.12 – in Orts-, Leitgebiets- und Leitzonenbunden aufzugeben. Für jeden Bund sollen die im Bund enthaltenen Sendungen aufsteigend nach PLZ sortiert werden. Innerhalb einer PLZ sollen die Sendungen alphabetisch nach Straßennamen sowie aufsteigend nach Hausnummern gereiht werden.
- 2.3.6 Ausgenommen bei Leitzonenbunden muss ein Bund mindestens 20 Sponsoring.Post-Sendungen enthalten. Dies gilt nicht für schwerere oder stärkere Sponsoring.Post-Sendungen. In diesem Fall sind mindestens so viele Sponsoring.Post-Sendungen zu einem Bund zu vereinen, dass die Format- oder Gewichtsobergrenzen annähernd erreicht werden.

Leitgebiets- und Leitzonenbunde sollen getrennt von Ortsbunden der Annahmestelle übergeben werden.

- 2.3.7 Die Bunde haben folgenden Kriterien zu entsprechen:

- Höhe: mindestens 20 mm, maximal 235 mm
- Gewicht: maximal 10,0 kg pro Bund

Die Bunde sind mittels kreuzweiser Schnürung so zu fertigen,

- dass sie der Beförderungsbelastung standhalten (dies betrifft auch die im jeweiligen Bund enthaltenen Sendungen),
- dass Postleitzahl und Barcode (falls vorhanden) auf dem Bundzettel nicht abgedeckt werden und
- dass kein Verpackungsmaterial (Schnüre etc.) von den Bunden absteht.

- 2.3.8 Jeder Bund ist mit einem vollständig ausgefüllten Bundzettel zu versehen, der den von der Post herausgegebenen in der zum Zeitpunkt der Aufgabe aktuellen Fassung entspricht. Der Bundzettel darf nicht wesentlich kleiner als die Sendung sein und muss zumindest folgende Angaben enthalten:

- Titel und Vertragsnummer der Sponsoring.Post-Sendung;
- Absenderangaben (Name/Firma, Anschrift);
- Vermerk Sponsoring.Post;
- Anzahl der Sponsoring.Post-Sendungen im Bund;
- Postleitzahl des Bestimmungsortes/des Leitgebiets/der Leitzone;
- PLZ des Aufgabortes;
- Aufgabedatum;
- IMIS-Nummer (bei Aviso).

Sollten mehr Sendungen für ein definiertes Ziel bestimmt sein, so sind hierfür entsprechend viele Bunde zu fertigen. Mehrere Bunde sind zu einer entsprechenden Ladeeinheit (z.B. Palette) zu vereinigen. Paletten dürfen ein Höchstgewicht von 700 kg sowie eine Maximalhöhe von 150 cm (inkl. Höhe der Palette) nicht übersteigen.

- 2.3.9 Erforderliche Formblätter (Aufgabeliste, Bundzettel, etc.) sind vom Kunden auf eigene Kosten beizustellen und auszufüllen; diese Formblätter haben den von der Post vorgegebenen in Form, Größe, Farbe und Aufdruck in der zum Zeitpunkt der Aufgabe geltenden Fassung zu entsprechen. Die Post übernimmt bei nicht AGB-konformen Formblättern keine Haftung bezüglich der Beförderungsdauer. Ob die betriebliche Konformität postfremder Formblätter im Sinne dieser AGB gegeben ist, entscheidet die Post. Die der Annahmestelle übergebenen Formblätter verbleiben bei der Post. Davon ausgenommen sind jene Teile, die für den Kunden oder Empfänger bestimmt sind.

Vorlagen für Formblätter sind bei jeder Post-Geschäftsstelle und im Internet unter post.at/medienspost erhältlich. Mit dem Software-Tool [Post.Versandmanager](http://post.at/versandmanager) unter versandmanager.at können die erforderlichen Unterlagen erstellt werden.

- 2.3.10 Die Post kann Sponsoring.Post-Sendungen zur stichprobenweisen Überprüfung der Einhaltung der in diesen AGB angeführten Voraussetzungen öffnen. Die Post behält sich das Recht vor, auf den Sponsoring.Post-Sendungen postdienstliche Vermerke ggf. mittels Klebeetiketten bzw. Strichcodes anzubringen.
- 2.3.11 Wird ein Umstand, der die Aufgabe einer Sendung zu diesen AGB nicht zugelassen hätte, erst nachträglich festgestellt, ist die Post berechtigt, die Differenz zu den Entgelten für Info.Mail bzw. Brief National nachträglich in Rechnung zu stellen.
- 2.3.12 Bei Aufgabe maschinenfähiger Sponsoring.Post-Sendungen (siehe Besondere Bedingungen Voraussetzungen für die Maschinenfähigkeit unter post.at/richtig-adressieren) sind die Sponsoring.Post-Sendungen in Briefbehältern der Post nach Vorgaben der Post aufzuliefern. Innerhalb dieser Briefbehälter müssen alle Sponsoring.Post-Sendungen stehend und gleich ausgerichtet angeordnet sein, sodass alle Anschriften in eine Richtung zeigen (kein Stapel). Die Briefbehälter werden nach Vereinbarung mit einem Kundenbetreuer dem Absender zur Verfügung gestellt.

Das Höchstgewicht für maschinenfähige Sendungen

beträgt 50 Gramm pro Sendung.

2.4 Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen

- 2.4.1 Der Absender kann nach Aufgabe lediglich die Rückgabe von denjenigen Sponsoring.Post-Sendungen, die sich noch bei der Annahmestelle befinden, verlangen.
- 2.4.2 Die Sponsoring.Post-Sendungen werden dem Absender nur dann rückausgefolgt, wenn dieser die Übernahme der Sponsoring.Post-Sendungen schriftlich bestätigt.
- 2.4.3 Wurden die Sponsoring.Post-Sendungen bereits von der Annahmestelle abgeleitet und wird eine Rückgabe dieser Sponsoring.Post-Sendungen gewünscht, so ist dies mit der Post gesondert zu vereinbaren und ein kostenorientiertes Entgelt für die Rückgabe zu entrichten.

3 Abgabe

3.1 Zustellung

- 3.1.1 Sponsoring.Post wird innerhalb von fünf Werktagen (ausgenommen Samstag), mit der Zusatzleistung Sponsoring.Post Express (siehe Anhang) innerhalb von zwei Werktagen (ausgenommen Samstag) an die Empfangsadresse zugestellt. Diese Frist beginnt jeweils mit dem der Aufgabe der Sponsoring.Post-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) zu laufen.

Werden Sendungen in Teillieferungen aufgegeben, beginnt diese Frist mit Aufgabe der letzten Teillieferung zu laufen.

- 3.1.2 Die Abgabe erfolgt grundsätzlich durch Einlegen in eine für den Empfänger bestimmte und ausreichend aufnahmefähige Einrichtung zum Empfang von Postsendungen (Briefkasten, Brieffachanlage, Landabgabekasten bzw. Postfach).
- 3.1.3 Ist die Zustellung durch Einlegen in eine ausreichend aufnahmefähige Einrichtung für den Empfang von Postsendungen (Briefkasten, Brieffachanlage, Landabgabekasten bzw. Postfach) z.B. wegen Überfüllung nicht möglich, so wird einmalig eine Benachrichtigung zurückgelassen. Diese benachrichtigten Sendungen werden bis zum dritten Montag, der dem Tag der Benachrichtigung folgt, bei der von der Post auf der Benachrichtigung bekannt gegebenen Stelle zur Abholung bereitgehalten. Die Sendungen werden an die Person abgegeben, die die Abgabe verlangt, sofern dagegen keine Bedenken bestehen. Nach Ablauf der Abholfrist noch lagernde Sendungen werden als unzustellbar behandelt.
- 3.1.4 Die Post ist nicht verpflichtet, die Dienstleistung mit eigenem Personal durchzuführen.

Im Falle der Beauftragung eines Dritten (Subunternehmer) ist es ev. erforderlich, dass der Kunde von diesen AGB abweichende Angaben hinsichtlich Vorlaufzeit, Sendungssaviso, Verwendung der von der Post

zur Verfügung gestellten Versandvorbereitungs-Tools sowie Versanddokumente, vornimmt. In diesen Fällen informiert die Post den Kunden zeitgerecht über Art und Umfang der Änderungen.

3.2 Nachsendung

3.2.1 Bei Vorliegen eines gültigen Nachsendeauftrages wird Sponsoring.Post an eine Abgabestelle im Inland, nicht jedoch in das Ausland nachgesendet. Die Frist gemäß Punkt 3.1.1 verlängert sich um die Beförderungsdauer der Nachsendung.

3.3 Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen

3.3.1 Eine Sponsoring.Post-Sendung gilt als unzustellbar, wenn:

- sie eine unrichtige oder unvollständige Empfänger-Adresse aufweist;
- der Empfänger die Annahme der Sponsoring.Post-Sendung verweigert;
- nach der Aufgabe festgestellt wird, dass die Sponsoring.Post von der Postbeförderung ausgeschlossen ist;
- die Abholfrist verstrichen ist.

3.3.2 Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen werden kostenpflichtig an den Kunden zurückgesendet, sofern auf der Sendung deutlich sichtbar eine Absenderangabe im Inland angegeben ist und die Sendungen nicht über der Empfängeradresse deutlich sichtbar in Fettdruck den Vermerk „Retouren an Postfach 555, 1008 Wien“ oder „Nicht Retournieren“ tragen. Das Retourenentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der zum Zeitpunkt der Aufgabe geltenden Fassung ist vom Absender bei der Aufgabe der Sendungen zu entrichten.

3.4 Unanbringliche Sendungen

3.4.1 Unzustellbare Sponsoring.Post Sendungen gemäß Punkt 3.3, die aufgrund fehlender Angaben (z.B. der Absenderadresse) nicht an den Kunden zurückgesendet werden können oder auf Grund des Retourenverzichtes nicht zurückgesendet werden sollen, gelten als unanbringlich und werden der Altpapierverwertung zugeführt.

3.4.2 Der Absender erklärt sich mit der Aufgabe der Sponsoring.Post-Sendungen damit einverstanden, dass unanbringliche Sponsoring.Post-Sendungen in das Eigentum der Post übergehen.

4 Haftung und Gerichtsstandvereinbarung

4.1 Haftung

4.1.1 Gewährleistung

4.1.1.1 Die Post haftet dem Kunden wegen Gewährleistung für von ihr zu vertretenden Verlust (Nichterfüllung), starke Beschädigung und Verzögerung (Schlechterfüllung).

4.1.1.2 Aus dem Titel der Gewährleistung (verschuldensunabhängige Haftung wegen Nichterfüllung bzw. Schlechterfüllung) hat der Kunde im Falle einer Preisminderung Anspruch auf Rückerstattung des Entgelts für jene Sendungsmenge, für welche die Leistung nicht bzw. mangelhaft erbracht wurde. Daneben bestehen, soweit faktisch möglich, die weiteren gesetzlichen Gewährleistungsbehelfe, nämlich Austausch, Verbesserung und Wandlung.

4.1.1.3 Der Kunde hat nachzuweisen, dass

- er einen Beförderungsvertrag mit der Post abgeschlossen hat;
- die Post diesen Vertrag nicht bzw. nicht ordnungsgemäß erfüllt hat.

4.1.2 Schadenersatz

4.1.2.1 Die Post haftet dem Kunden wegen Schadenersatz für von ihr zu vertretenden Verlust (Nichterfüllung), Beschädigung und Verzögerung (Schlechterfüllung).

4.1.2.2 Steht dem Kunden Schadenersatz zu, haftet die Post für von ihr oder ihr aufgrund des Gesetzes zuzurechnenden Personen verursachte Schäden – durch Verlust, Beschädigung oder Verzögerung – nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit; die Post haftet nicht für leicht fahrlässig verursachte Schäden. Die Haftungsbeschränkung für leichte Fahrlässigkeit gilt gegenüber Verbrauchern iSd § 1 Konsumentenschutzgesetz (KSchG) nicht für Personenschäden und Schäden, die aus einer Verletzung der vertraglichen Hauptleistungspflicht, also der Beförderung und Abgabe von Sendungen, entstehen.

4.1.2.3 Der Absender hat nachzuweisen, dass

- er einen Beförderungsvertrag mit der Post abgeschlossen hat;
- die Post diesen Vertrag nicht bzw. nicht ordnungsgemäß erfüllt hat;
- ein Schaden in einer bestimmten Höhe eingetreten ist;
- der Schaden auf die nicht ordnungsgemäße Erfüllung des Vertrages durch die Post zurückzuführen ist.

4.1.3 Gemeinsame Bestimmungen für Gewährleistung und Schadenersatz

4.1.3.1 Anspruchs begründende Verzögerung liegt vor, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen nicht innerhalb der Abgabefrist gem. Pkt. 3.1 zugestellt werden. Diese Frist erhöht sich auf das Doppelte, wenn die Verzögerung auf eine erhebliche Zunahme des Postverkehrs (z.B. vor Weihnachten) zurückzuführen ist. Die Frist wird durch alle vom Parteiwillen unabhängigen Umstände, wie z.B. Fälle höherer Gewalt, unvorhersehbare Betriebsstörungen, behördliche Eingriffe, Transportunfälle und Arbeitskonflikte um die Dauer der Behinderung verlängert.

4.1.3.2 Eine anspruchsbegründende Beschädigung gilt als gegeben, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen durch

diese Schäden unbrauchbar, unleserlich, etc. werden. Beschädigungen, die durch den ordnungsgemäßen und üblichen Transport, die ordnungsgemäße und übliche Bearbeitung bzw. Verladung bedingt sind, begründen keinerlei Ansprüche. Ebenso gilt eine Beschädigung allein der Umhüllung bzw. Verpackung (z.B. Kuvert) nicht als anspruchsbegründende Beschädigung.

- 4.1.4 Die Post haftet nur für den Fall, dass ein 10 % einer Auflieferung der Sponsoring.Post-Sendungen übersteigender Teil nicht oder verspätet an die Empfänger zugestellt worden ist und der Kunde dies nachweist.

Die Haftung der Post besteht lediglich hinsichtlich des Teiles der Auflieferung, bei dem die Nicht- bzw. Schlechterfüllung nachgewiesen worden ist.

- 4.1.5 Die Gefahr des zufälligen gänzlichen oder teilweisen Untergangs der Sponsoring.Post-Sendungen trägt der Kunde.
- 4.1.6 Eine darüber hinausgehende Haftung der Post, insbesondere für entgangenen Gewinn, Verzugschäden, Vermögensschäden, Folgeschäden, nicht erzielte Ersparnisse, Zinsverluste sowie Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den Kunden ist ausgeschlossen.
- 4.1.7 Die Haftung der Post besteht, aus welchem Grund auch immer, nur bis zur Höhe des für die jeweilige Auflieferung entrichteten Entgelts und ist jedenfalls mit EUR 50.000,- beschränkt.
- 4.1.8 Die Haftungsbeschränkungen gemäß Punkt 4.1.4, 4.1.6 und 4.1.7 gelten gegenüber Verbrauchern iSd § 1 KSchG nicht für Personenschäden und Schäden, die aus einer Verletzung der vertraglichen Hauptleistungspflicht, also der Beförderung und Abgabe von Sendungen, entstehen.
- 4.1.9 Für Unternehmer im Sinne des Bundesgesetzes über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch, UGB) in der jeweils geltenden Fassung gelten darüber hinaus folgende Bestimmungen:

- Sämtliche Ansprüche erlöschen, wenn sie nicht innerhalb von 4 Wochen ab dem der Auflieferung der Sponsoring.Post-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) bei der vertragsschließenden Stelle schriftlich geltend gemacht werden.
- Der Kunde hat das Vorliegen von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post zu beweisen.

4.2 Haftungsausschluss

Die Haftung der Post ist insbesondere ausgeschlossen, wenn

- der Schaden auf eine nach der natürlichen Beschaffenheit der beförderten Sendungen nicht geeignete Verpackung und/oder Beförderungsart zurückzuführen ist.
- der Inhalt der Sendungen unter eines der in Pkt. 1.8 angeführten Verbote bzw. Pkt. 1.3.9 fällt oder die Sendung von einer Behörde beschlagnahmt oder vernichtet worden ist.

4.3 Haftung des Absenders

- 4.3.1 Der Absender haftet der Post für jeden Schaden an Personen und Sachen, der infolge der Versendung nicht zugelassener Gegenstände oder Nichtbeachtung der Zulassungsbedingungen entstanden ist.

Die Annahme solcher Sendungen durch die Post befreit den Absender nicht von seiner Haftung, es sei denn, der Mangel war bei der Annahme offenkundig. Der Absender hält die Post hinsichtlich Entgeltansprüchen Dritter im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Absender schad- und klaglos.

- 4.3.2 Der Kunde haftet für einen Zeitraum von zwölf Monaten, vom Tag der Aufgabe der Sendung an, für nicht entrichtete Entgelte sowie für Beträge, welche die Post berechtigterweise im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Kunden ausgelegt hat. Die zwölfmonatige Verjährungsfrist ist unterbrochen, wenn die Post die nicht entrichteten Entgelte bzw. die oben genannten Beträge innerhalb dieser Frist außergerichtlich gegenüber dem Kunden geltend macht.
- 4.3.3 Die Post ist berechtigt, zur Sicherung aller Entgeltansprüche der Post, die der Post im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Kunden zustehen, die Sendung zurückzubehalten und nach zwölf Monaten durch öffentliche Versteigerung zu verwerten, wenn die Zahlung der auf der Sendung lastenden Entgelte oder Auslagen vom Kunden verweigert wird.

4.4 Rechtsweg und Gerichtsstand

- 4.4.1 Für Streitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB geschlossenen Vertragsverhältnis gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und kollisionsrechtlicher Bestimmungen.
- 4.4.2 Zuständig für alle Rechtsstreitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertragsverhältnis ist – ausgenommen Punkt 4.4.3 – das örtlich für die Landeshauptstadt des Bundeslandes (in Wien: 1030 Wien) zuständige Gericht, in dem die Sponsoring.Post-Sendungen zur Aufgabe gebracht wurden.
- 4.4.3 Bei Klagen gegen Verbraucher, die ihren Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Inland haben oder im Inland beschäftigt sind, ist das Gericht des Wohnsitzes, des gewöhnlichen Aufenthalts oder des Ortes der Beschäftigung zuständig.

1 Anhang Zusatzleistung

Sponsoring.Post Express

Allgemeines

Sponsoring.Post Express ist eine Zusatzoption zur Sponsoring.Post und ermöglicht eine schnellere Beförderung der Sendungen gegen Bezahlung eines Aufschlags gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der zum Zeitpunkt der Aufgabe geltenden Fassung. Diese Zusatzleistung wird im Rahmen des Universaldienstes angeboten und ist daher von der Umsatzsteuer befreit, sofern die Auflieferung in einer Postfiliale erfolgt.

Formale Versandvoraussetzungen

- Inhaltlich gleiche, persönlich adressierte, rechteckige Sendungen,
- Aufgabe nur bei vertraglich vereinbarten Großfilialen zu den festgelegten Annahmezeiten,
- Bestehender Zulassungsvertrag zur Sponsoring.Post gemäß diesen AGB
- Maschinenfähigkeit (siehe Besondere Bedingungen Voraussetzungen für die Maschinenfähigkeit unter www.post.at/richtigadressieren)
- Mindestmaß: 140 × 90 mm
- Höchstmaß: 235 × 162 mm
- Max. Stärke: 5 mm
- Höchstgewicht: 50 g /Sendung
- Mindestmenge: 1.000 Stück
- Auflieferdokumente müssen den Titel Sponsoring.Post Express tragen (Aufgabeliste Sponsoring.Post Express)

Es ist folgender Freimachungsvermerk für Sponsoring.Post Express zu verwenden:

- „Österreichische Post AG“ und
- das Produktkürzel: „SPE“ + die aus dem Vertrag ersichtliche Vertragsnummer + der Produktbuchstabe (S) für gemeinnützige Organisationen, Vereine, Wahlwerber, politische Parteien bzw. der Produktbuchstabe (N) für gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung und
- die Absenderadresse.

Aviso

Die Sendungen müssen avisiert werden. Der Absender hat hierfür die Avisodaten elektronisch (.txt oder .xls) an die E-Mail Adresse infomail.streuplan@post.at unter Angabe von Auflieferort, Auflieferzeit, Kundennummer und Streuplan (Anzahl der Sendungen je PLZ) zu übermitteln.

Im Betreff ist „Aviso Sponsoring.Post Express“ anzugeben.

Sendungsmengen bis 50.000 Stück müssen zwei Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag avisiert werden.

Um Sendungsmengen, die 50.000 Stück überschreiten zwei Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag avisieren zu können, müssen neben

der Übermittlung der Avisodaten folgende Versandvorbereitungen zusätzlich erfüllt werden:

Sortierung nach Eigen- und Fremd-Verteilzentrum bis 150.000 Stück:

Der Absender übernimmt die Sortierung inkl. Kennzeichnung seiner Aufliefermengen, getrennt nach Aufgabe-Verteilzentrum und Fremd-Verteilzentren, sowie eine getrennte Übergabe der sortierten Mengen in Behältern. Eigen-Verteilzentrum bedeutet, dass Sendungen im Verteilgebiet des Aufgabe-Verteilzentrums liegen. Das Fremd-Verteilzentrum beinhaltet Sendungen, die außerhalb des Verteilgebietes des Aufgabeverteilszentrums liegen. Das Aufgabe-Verteilzentrum ist das Verteilzentrum, in dem die Sendungen aufgegeben werden.

Sortierung nach Ziel-Verteilzentrum bei Sendungsmengen, die 150.000 Stück überschreiten:

Der Absender übernimmt die Sortierung inkl. Kennzeichnung seiner Aufliefermengen, getrennt nach den jeweiligen Ziel-Verteilzentren sowie eine getrennte Übergabe der sortierten Mengen in Behältern. Das Ziel-Verteilzentrum ist jenes Verteilzentrum, für welches die Sendungen bestimmt sind.

Ohne Erbringung dieser Versandvorbereitungen ist für Sendungsmengen, die 50.000 Stück überschreiten ein Sendungsaviso von mindestens fünf Werktagen (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag einzuhalten.

Aufgabe & Zustellung

Sponsoring.Post Sendungen mit der Zusatzleistung Sponsoring.Post Express sind in Briefbehältern der Post nach Vorgaben der Post aufzuliefern. Innerhalb dieser Briefbehälter müssen alle Sponsoring.Post Sendungen stehend und gleich ausgerichtet angeordnet sein, sodass alle Anschriften in eine Richtung zeigen (kein Stapel).

Die Zustellung der Sendungen erfolgt innerhalb von zwei Werktagen (ausgenommen Samstag) nach dem Aufgabebetag.

Die übrigen anwendbaren Regelungen zur Aufgabe und Zustellung bleiben unberührt.

Bei Nichteinhaltung der erforderlichen Voraussetzungen und Vorleistungen gemäß der Angaben Versandvoraussetzungen, Aviso und Aufgabe kann die schnellere Zustellung nicht erbracht werden und die Zustellung erfolgt – unter Verrechnung des normalen Sponsoring.Post-Tarifes – laut regulärem Sponsoring.Post Versand an einem der dem Aufgabebetag folgenden fünf Werktage (ausgenommen Samstag).

Österreichische Post AG
Unternehmenszentrale
Division Brief & Finanzen
Rochusplatz 1, 1030 Wien



Post-Kundenservice:
Business-Hotline: 0800 212 212
post.at/kundenservice

post.at/medienpost

Stand: 1. Februar 2020.

Satz- und Druckfehler vorbehalten. Rechtsform: Aktiengesellschaft. Sitz in politischer Gemeinde Wien. FN 180219d des Handelsgerichts Wien.
Informationen zum Datenschutz finden Sie unter post.at/datenschutz