
EinfachWerben Allgemeine Geschäftsbedingungen



Gültig ab 1.2.2022



Inhaltsverzeichnis

1	Geltungsbereich und Rechtsgrundlage	3
2	Änderungen der AGB	3
3	Leistungsbeschreibung	3
4	Registrierung	4
5	Vertragsverhältnis	4
6	Lettershop-Leistungen	5
7	Beförderung	5
8	Ermittlung und Bezahlung von Entgelten.....	5
9	Haftung der Post	6
10	Haftung der Kund*innen.....	7
11	Haftungsbefreiung.....	7
12	Datenschutz.....	8
13	Compliance	8
14	Rechtsweg und Gerichtsstand.....	8
15	Sonstiges	8



1 Geltungsbereich und Rechtsgrundlage

- 1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) gelten für die Rechtsbeziehungen zwischen der Österreichische Post AG (im Folgenden „Post“) und ihren Kund*innen (im Folgenden „Kund*innen“) für Dienstleistungen von „EinfachWerben“.
- 1.2 Das Vertragsverhältnis kommt ausschließlich zu diesen AGB zwischen den Kund*innen und der Post zustande. Im Einzelfall abweichende Regelungen bedürfen einer ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung. Die Geltung von für die Post fremden Allgemeinen Geschäfts/Vertragsbedingungen und/oder branchenüblichen Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich ausgeschlossen.
- 1.3 Die Dienstleistungen von „EinfachWerben“ erbringt die Post nur für Unternehmer*innen im Sinne des Bundesgesetzes über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch BGBl. I Nr. 120/2005). Diese AGB sind daher an Kunden*innen, für die das eingegangene Vertragsverhältnis zum Betrieb ihres Unternehmens im Sinne des § 1 Abs 1 Z 1 KSchG gehört (im Folgenden kurz: „Unternehmer*innen“ oder „Kund*innen“ genannt), adressiert. Für Unternehmer*innen kommen die Bestimmungen der §§ 9, 10, 11, 12 E-Commerce-Gesetz nicht zur Anwendung.
- 1.4 Bei dieser Leistung handelt es sich um keine Leistung des Universaldienstes im Sinne des Postmarktgesetzes in der jeweils gültigen Fassung (PMG).
- 1.5 Bei Widersprüchen zwischen diesen AGB und den AGB Print Consulting & Producing, abrufbar unter post.at/co/c/agb-allgemein, sowie AGB Info.Mail, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost, Info.Post Classic, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost und AGB ADDRESS CHECK, abrufbar unter post.at/co/c/agb-allgemein, jeweils in der zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung, gehen diese AGB vor.

2 Änderungen der AGB

- 2.1 Die Post behält sich das Recht vor, die AGB jederzeit abzuändern. Werden Kunden*innen durch die Änderungen ausschließlich begünstigt, können diese Änderungen bereits am Tag der Kundmachung angewandt werden.
- 2.2 Änderungen, die die Kunden*innen nicht ausschließlich begünstigen, wird die Post spätestens zwei Monate vor deren Inkrafttreten kundmachen und diese gelten auch für bestehende Vertragsverhältnisse als akzeptiert, wenn nicht binnen vier Wochen ab Kundmachung ein schriftlicher Widerspruch durch die Kund*innen erfolgt. Die Kundmachung von Änderungen der AGB erfolgt in geeigneter Weise, z. B. im Internet unter post.at/einfachwerben. Im Falle des Widerspruchs endet die Vereinbarung mit dem Tag vor Inkrafttreten der Änderungen.
- 2.3 Die gültigen AGB sind unter post.at/einfachwerben abrufbar.

- 2.4 Die Post ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen oder sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen Dritter zu bedienen.

3 Leistungsbeschreibung

- 3.1 „EinfachWerben“ ermöglicht registrierten Kund*innen, adressierte sowie unadressierte Werbesendungen mittels Onlinetool (im Folgenden: „Onlinetool“) selbst zu gestalten.
- 3.2 Die Kund*innen müssen dabei zunächst den Sendungstyp (adressiert, unadressiert) und das Sendungsformat auswählen. Es können nur von der Post vordefinierte Formate ausgewählt werden. Individuelle Sendungsformate sind nicht möglich.
- 3.3 Die Kund*innen wählen sodann den gewünschten Versandzeitraum und den gewünschten Empfänger*innenkreis aus.
 - 3.3.1 Bei adressierten Werbesendungen laden die Kund*innen eigene Dateien mit Empfänger*innenadressen (im Folgenden „Adressdaten“) hoch. Die hochgeladenen Adressdaten werden sodann mit der Adressdatenbank der Post verglichen und allgemein auf Zustellbarkeit (Postleitzahl, Ort, Straße, Hausnummer) geprüft. Eine Überprüfung der Zustellbarkeit von Werbesendungen an eine bestimmte Person an einer konkreten Adresse findet hingegen nicht statt. Es können nur korrekte/vollständige Adressdaten für das Service „EinfachWerben“ verwendet werden und nur diese sind für die Ermittlung der Entgelte gemäß Punkt 8 relevant. Den Kund*innen werden vor Vertragsabschluss die Anzahl der korrekten/vollständigen sowie der unrichtigen/unvollständigen Adressdaten angezeigt.
 - 3.3.2 Bei unadressierten Werbesendungen wählen die Kund*innen das Streugebiet – möglich ist eine Auswahl zwischen Postleitzahl und Rayon – mittels im Onlinetool unentgeltlich zur Verfügung gestellten Geodaten aus. Den Kund*innen werden vor Vertragsabschluss die Anzahl der Empfänger*innenadressen im ausgewählten Streugebiet bekanntgegeben, da diese für die Ermittlung der Entgelte gemäß Punkt 8 relevant sind.
- 3.4 Im letzten Schritt gestalten die Kund*innen mittels Grafiksoftware das Layout der Werbesendung online. Sie können dabei selbst ein Bild, Motiv, Grafik, Logo, Text (im Folgenden: „Abbildungen“) in den in Punkt 6.2 genannten Dateiformaten hochladen oder ein im Onlinetool angebotenes Motiv bzw. Sujets auswählen.
- 3.5 Vor Vertragsabschluss sehen die Kund*innen ein Vorschaubild Ihrer Werbesendung. Eine Nachbearbeitung der von den Kund*innen gestalteten Werbesendungen durch die Post ist nicht möglich. Im Falle von Stornierungen wird das Entgelt nicht rückerstattet.
- 3.6 Nach Vertragsabschluss werden die von den Kund*innen übermittelten Daten längstens einen Monat nach Ablauf der Gewährleistungsfrist gelöscht.



3.7 Sollten die Kund*innen zwar Adressdaten gemäß Punkt 3.3.1 hochgeladen oder das Streugebiet gemäß Punkt 3.3.2 ausgewählt, den Bestellvorgang jedoch nicht gemäß Punkt 5.1 abgeschlossen haben, werden die hochgeladenen Adressdaten/das ausgewählte Streugebiet für 10 Tage gespeichert. Allfällige Änderungen auf Grund von innerhalb der Speicherfrist von 10 Tagen erfolgten Aktualisierungen im System der Post können zu Abweichungen der verrechnungsrelevanten Empfänger*innenadressen führen. Eine nochmalige Überprüfung findet seitens der Post nicht statt. Es liegt in der Verantwortung der Kund*innen den Bestellvorgang gemäß Punkt 3.1 bis 3.5 nochmals zu starten. Andernfalls gelangt die gespeicherte Empfänger*innenadressenanzahl zur Verrechnung.

3.8 Nach erfolgter Bezahlung erbringt die Post anschließend Lettershopleistungen gemäß Punkt 6 sowie Beförderungsleistungen gemäß Punkt 7.

3.9 Die Post behält sich das Recht vor, Bilder, Motive, Grafiken, Logos und Signaturen sowie Texte ohne Angabe von Gründen von der Herstellung der Werbesendung auszuschließen; jedenfalls ausgeschlossen sind Bilder, Motive, Grafiken, Logos und Signaturen sowie Texte, die nach Ansicht der Post gegen die guten Sitten und/oder gegen geltendes Recht verstoßen.

3.10 Die Werbesendungen müssen zudem folgenden AGB der Post, jeweils in der zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung, entsprechen:

(i) adressierte und unadressierte Werbesendungen müssen den AGB Print Consulting & Producing, abrufbar unter post.at/co/c/agb-allgemein, entsprechen.

(ii) adressierte Werbesendungen müssen den Bestimmungen für Info.Mail Werbung (Direktwerbesendungen) in den AGB Info.Mail, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost, entsprechen. Die Gestaltung von Info.Mail Public Sendungen ist ausgeschlossen.

(iii) unadressierte Werbesendungen müssen den AGB Info.Post Classic, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost, entsprechen.

4 Registrierung

Die Nutzung von „EinfachWerben“ ist nur für Unternehmer*innen möglich. Für die Nutzung ist eine Registrierung für die Online-Services der Post auf post.at mit Firmennamen, Land, PLZ, Ort, Straße, Hausnummer, Vorname, Nachname, Geburtsdatum, gültiger E-Mail Adresse und Passwort erforderlich.

Für die Registrierung zur Nutzung von „EinfachWerben“ ist Voraussetzung, dass

- (i) das Unternehmen (juristische Personen, Personengesellschaften oder sonstige rechtsfähige Einrichtungen) seinen Sitz in Österreich hat. Für Unternehmer*innen, die natürliche Personen sind, ist die Vollendung des 18. Lebensjahres sowie deren Hauptwohnsitz in Österreich Voraussetzung.
- (ii) diese AGB sowie die AGB Info.Mail, AGB Info.Post

Classic sowie die AGB Print Consulting & Producing in der zum Vertragsabschluss jeweils gültigen Fassung akzeptiert werden und

- (iii) die Kund*innen bei der Registrierung und der Nutzung des Onlinetools von dazu befugten Vertreter*innen vertreten werden.

Durch Abschluss der Registrierung geben die Kund*innen gegebenenfalls durch die befugten Vertreter*innen ihr Einverständnis zur Einrichtung eines Logins nach Maßgabe dieser AGB und Speicherung und Verarbeitung ihrer Daten zur Vertragserfüllung und Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen gem. Art 6 Abs 1 lit b DSGVO auf post.at ab.

Für die Nutzung von „EinfachWerben“ müssen sich die Kund*innen bzw. ihre befugten Vertreter*innen auch einmalig unter Vorlage eines Auszuges aus dem Firmenbuch oder dem Gewerberegister

- (i) in einer Post-Geschäftsstelle,
- (ii) mittels der von der Post angebotenen Online-Identifizierung mit einem amtlich gültigen Lichtbildausweis und dem Ausdruck ihrer Registrierungsdaten,
- (iii) mittels Handysignatur,
- (iv) bei ihren persönlichen Kundenberater*innen unter Vorlage des Ausdruckes ihrer Registrierungsdaten oder
- (v) über das Post-Kundenservice identifizieren.

Im Anschluss an die Identifizierung erfolgt die Freischaltung zur Nutzung der Online Services der Post auf post.at.

Die Kund*innen können „EinfachWerben“ nach Eingabe der von ihnen gewählten E-Mail-Adresse und ihrem Passwort (im Folgenden „Zugangsdaten“) auf post.at/einfachwerben im Bereich „Login“ nutzen.

Die Kund*innen müssen alle zumutbaren Vorkehrungen treffen, um die persönlichen Zugangsdaten geheim zu halten, diese nicht an Dritte weiterzugeben und vor unbefugten Zugriffen zu schützen. Sie haben Verlust, Diebstahl, missbräuchliche Verwendung oder sonstige nicht autorisierte Nutzung oder das Vorliegen von Umständen, die einem unbefugten Dritten Missbrauch ermöglichen könnten, unverzüglich der Post anzuzeigen und die Sperre des Zugangs auf post.at zu beantragen. Die Kund*innen leisten Ersatz für die bei Missachtung dieser Sorgfaltspflicht durch sie entstandenen Schäden. Dies gilt auch bei unbefugter Nutzung von „EinfachWerben“.

5 Vertragsverhältnis

5.1 Das Vertragsverhältnis zwischen den registrierten Kund*innen und der Post kommt mit dem Anklicken des Buttons „Kostenpflichtig bestellen“ und der Bezahlung im Internet zustande.

5.2 Die Kund*innen räumen der Post unentgeltlich das weltweite, nicht ausschließliche Recht ein, die von

ihnen hochgeladenen Abbildungen zum Zweck der Herstellung der bestellten Werbesendungen zu bearbeiten und zu vervielfältigen.

- 5.3 Die Post ist berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, das Vorliegen der Voraussetzungen gemäß Punkt 3.9 und 3.10 zu überprüfen. Eine allfällige Prüfung seitens der Post kann aus organisatorischen Gründen erst nach Vertragsabschluss erfolgen. Entspricht eine Sendung nicht den Bestimmungen dieser AGB steht es der Post frei, die Erstellung und den Versand der Sendung zu verweigern. Die Kund*innen werden über die Ablehnung informiert. Sollte die Post diesfalls noch nicht mit der Erbringung der Lettershopleistungen gemäß Punkt 6 begonnen haben, werden den Kund*innen das Entgelt abzgl. einer Bearbeitungsgebühr gemäß Punkt 8.9 rückerstattet. Die Abbildungen werden in jedem Fall nicht an die Kund*innen rückübermittelt.
- 5.4 Entspricht eine Sendung nicht den Bestimmungen dieser AGB, werden allfällig zwischenzeitig bereits gedruckte Sendungen umgehend von der Post vernichtet. Die Post ist zudem nicht verpflichtet, die Sendungen (weiter) zu befördern. Die Kund*innen haben in diesem Fall keinen Anspruch auf die Erstattung des bereits bezahlten Entgelts.

6 Lettershopleistungen

- 6.1 Die Lettershopleistungen (Druck, Adressierung, Versandvorbereitung, Kuvertierung, Postfertigung der Sendungen) werden nach Maßgabe der AGB Print Consulting & Producing, abrufbar unter post.at/co/c/agb-allgemein, in der jeweils zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung durchgeführt.
- 6.2 Die Kund*innen müssen im Rahmen der Gestaltung gemäß Punkt 3.4 folgende Kriterien erfüllen, damit eine entsprechende Druckqualität gewährleistet werden kann:
- Mindestauflösung von Grafiken und Bilder muss 300dpi betragen
 - Farbraum ist CMYK oder Graustufen
 - Dateiformate: PDF, JPEG, PNG
- 6.3 Befindet sich die Post mit Lettershopleistungen in Verzug, sind die Kund*innen erst zum Vertragsrücktritt berechtigt, wenn sie der Post eine angemessene mindestens aber 3 Kalendertage währende Nachfrist gewährt haben und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche wegen Nichterfüllung bestehen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post.

7 Beförderung

- 7.1 Die Post stellt die Werbesendungen an die von den Kund*innen angegebene Empfänger zu. Die Beförderung von adressierten Werbesendungen erfolgt gemäß den AGB Info.Mail, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost, in der jeweils zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung, sofern sämtliche für Info.Mail Werbung (Direktwerbesendungen) geltenden Voraussetzungen gemäß den AGB Info.Mail erfüllt sind. Die Beförderung von unadressierten Werbe-

sendungen erfolgt gemäß den AGB Info.Post Classic, abrufbar unter post.at/co/c/agb-werbepost, in der jeweils zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung, sofern sämtliche Voraussetzungen gemäß den AGB Info.Post Classic erfüllt sind. Sofern die Voraussetzungen der jeweiligen AGB nicht vorliegen, ist die Post berechtigt, die Entgelte gemäß den jeweils vorliegenden Produktkategorien zu verrechnen. Grenzüberschreitende Werbesendungen sind nicht möglich.

7.2 Aufgabe

- 7.2.1 Nachdem die Kund*innen den Button „Kostenpflichtig bestellen“ angeklickt und auch die Bezahlung im Internet erfolgreich abgeschlossen haben, wird die Werbesendung der weiteren Verarbeitung und Beförderung zugeführt. Die Übergabe zur Beförderung richtet sich nach dem von den Kund*innen gewählten Zustellzeitraum.

- 7.2.2 Adressierte Werbesendungen, die werktags (ausgenommen Samstag) durch „Kostenpflichtig bestellen“ und Abschluss der Online-Zahlung der weiteren Verarbeitung zugeführt werden, werden frühestens nach fünf Werktagen (ausgenommen Samstag) erstellt und zur Beförderung übergeben und gelten als an diesem Tage zur Beförderung übergeben (eingeliefert/aufgegeben).

- 7.2.3 Unadressierte Werbesendungen, die werktags (ausgenommen Samstag) durch „Kostenpflichtig bestellen“ und Abschluss der Online-Zahlung der weiteren Verarbeitung zugeführt werden, werden frühestens nach 4 Werktagen (ausgenommen Samstag) erstellt und zur Beförderung übergeben und gelten als an diesem Tage zur Beförderung übergeben (eingeliefert/aufgegeben).

- 7.3 Die Kund*innen haben keinen Anspruch auf Beachtung von Weisungen, die sie der Post nach „Kostenpflichtig bestellen“ und Abschluss der Online-Zahlung zu ihrer Werbesendung erteilen.

- 7.4 Unzustellbare adressierte Werbesendungen werden nicht retourniert. Alle adressierten Werbesendungen werden automatisch mit dem Vermerk „Nicht Retournieren“ versehen.

8 Ermittlung und Bezahlung von Entgelten

- 8.1 Die Kund*innen sind verpflichtet, für jede von ihnen in Anspruch genommene Leistung der Post nach Maßgabe der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses (Punkt 5.1) geltenden Preise, die im Rahmen der Bestellung ermittelt werden, nach Wahl der vorgegebenen Zahlungsart zu zahlen.

- 8.2 Die Bezahlung erfolgt bei der Auftragserteilung mittels der von der Post angebotenen Online-Payment Varianten (z. B. Kreditkarten). Eventuell anfallende Überweisungs- und/oder Bankspesen sind von den Kund*innen selbst zu tragen.

- 8.3 Das Entgelt pro bestellte Kampagne setzt sich zusammen aus dem Preis für die Produktion, Versandvorbereitung und Zustellung.

- 8.4 Das Entgelt versteht sich als Nettoentgelt inklusive aller gesetzlich geschuldeten Steuern und Abgaben insbesondere der Umsatzsteuer sowie der Werbeabgabe (der Werbeabgabe unterliegt nur die Beförderung der unadressierten Werbesendungen).
- 8.5 Einwendungen gegen die bezahlten Entgelte sind von den Kund*innen innerhalb von 1 Monat ab Rechnungsdatum bei der Post schriftlich zu erheben; andernfalls gilt die Entgeltforderung der Post als anerkannt.
- 8.6 Die Kund*innen haben für eine ausreichende Deckung des gewählten Zahlungsmittels zu sorgen. Andernfalls hat die Post das Recht, hinsichtlich des jeweils aushaftenden Betrages, unter Vorbehalt der Geltendmachung eines weiteren Verzugs Schadens, insbesondere Bankspesen, Verzugszinsen in der Höhe des gesetzlichen Zinssatzes gemäß Unternehmensgesetzbuch (UGB) idgF geltend zu machen. Ferner hat die Post das Recht, sämtliche Mahn- und Inkassospesen – jedenfalls zumindest den gesetzlichen Pauschalbetrag –, insbesondere diesbezüglich anfallende Anwaltskosten, dem Kunden in Rechnung zu stellen.
- 8.7 Gerät der Kunde mit einer Zahlung über den Fälligkeitstermin hinaus in Zahlungsverzug, so ist die Post berechtigt, bis zur Beendigung des Zahlungsverzugs sämtliche weitere Leistungen nur dann zu erbringen, wenn eine entsprechende Vorauszahlung geleistet wird oder als Sicherstellung für die Bezahlung der zustehenden Entgelte eine unbedingte und unwiderrufliche Bankgarantie zu Gunsten der Post vorliegt.
- 8.8 Kund*innen sind nicht berechtigt, eigene Forderungen mit Forderungen der Post aufzurechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht seitens Kund*innen wird ausgeschlossen.
- 8.9 Sollte die Post von ihrem Prüfrecht gemäß Punkt 5.3 Gebrauch machen und zu dem Ergebnis kommen, dass die Voraussetzungen gemäß Punkt 3.9 und 3.10 nicht vorliegen, wird den Kund*innen jedenfalls eine im Zuge des Bestellvorgangs vorab bekanntgegebene Bearbeitungsgebühr verrechnet. Sollte die Post zum Zeitpunkt der Prüfung noch keine weiteren Dienstleistungen (Lettershop, Beförderung) erbracht haben, wird den Kund*innen das bezahlte Entgelt abzüglich der Bearbeitungsgebühr zurückerstattet.

9 Haftung der Post

9.1 Gewährleistung allgemein

- 9.1.1 Gewährleistungsmängel sind von den Kund*innen unverzüglich, spätestens innerhalb einer Woche ab dem Zeitpunkt der Zustellung, in schriftlicher Form zu melden. Erfolgt innerhalb dieser Frist keine Schadensmeldung, erlöschen alle Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche.
- 9.1.2 Die Kund*innen haben – sofern dem nicht zwingende gesetzliche Bestimmungen entgegenstehen – nachzuweisen, dass der Mangel bereits bei der Übergabe vorhanden war. Die Kund*innen können bei einem behebbaren Mangel vorerst nur die Verbesserung dieses

Mangels verlangen. Wird ein Fehler nicht innerhalb einer den Umständen entsprechenden Frist beseitigt oder wäre die Behebung mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden, so haben die Kund*innen das Recht auf Preisminderung, und, sofern es sich nicht um einen geringfügigen Mangel handelt, auch auf Rücktritt vom fehlerhaften Vertragsteil. Ergibt die Überprüfung der Mängelanzeige, dass ein Gewährleistungsfall nicht vorliegt, werden die Kosten der Überprüfung gemäß den aktuellen Stundensätzen der Post den Kund*innen in Rechnung gestellt, sofern dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen.

9.1.3 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate.

9.1.4 Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten der Post ist ausgeschlossen.

9.1.5 Bei Teillieferungen gelten diese Regelungen jeweils für den gelieferten Teil. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung.

9.1.6 Für allfällige aus dem Titel der Leistungsstörung resultierende Schäden gilt Punkt 9.2.2 sowie Punkt 9.2.3 entsprechend.

9.2 Schadenersatz allgemein

9.2.1 Die Post übernimmt keine Haftung für die inhaltliche und technische Fehlerfreiheit des Onlinetools oder für Schäden, welche den Kund*innen durch Missbrauch oder Verlust der ihm zugeteilten Zugangsdaten entstehen.

9.2.2 Stehen den Kund*innen Schadenersatz zu, haftet die Post für von ihr oder ihren Vertreter*innen oder Erfüllungsgehilfen verursachte Schäden nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit; die Post haftet nicht für leicht fahrlässig verursachte Schäden. Eine allfällige Haftung der Post ist – soweit gesetzlich zulässig – den Kund*innen gegenüber generell mit einem Betrag in der Höhe von 500 Euro netto je Schadensfall und überdies insgesamt auf höchstens 5.000 Euro netto je Kalenderjahr beschränkt. Eine Haftung für entgangenen Gewinn, reine Vermögensschäden, Zinsverluste, mittelbare oder Folgeschäden, Verdienstentgang, ausgebliebene Einsparungen, immaterielle Schäden, Mangelfolgeschäden, frustrierte Aufwendungen, verlorene oder veränderte Daten oder Schäden aufgrund von Ansprüchen Dritter ist ausgeschlossen.

9.2.3 Die Kund*innen haben den Eintritt eines Schadens in einer bestimmten Höhe sowie das Vorliegen von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post nachzuweisen. Die Schadenersatzfrist beträgt 6 Monate ab Kenntnis des Schadens.

9.3 Sonderbestimmungen zu Gewährleistung / Haftung bei Lettershopleistungen

9.3.1 Aufgrund unterschiedlicher Farbeinstellungen bei Bildschirmen und sonstiger Ausgabemedien kann es bei Druckdateien zu geringfügigen Farbabweichungen bei den gedruckten Werbesendungen kommen; es

besteht diesbezüglich kein Anspruch auf Gewährleistung oder Schadenersatz. Ansprüche aufgrund von Mängeln, die die Tauglichkeit der Leistung nicht oder nur unerheblich beeinträchtigen, bestehen nicht.

- 9.3.2 Die Kund*innen haben die online gestaltete Werbesendung vor Vertragsabschluss (Punkt 5.1) zu überprüfen. Aufträge werden im Rahmen der material-, technik- und verfahrensbedingten Toleranzen ausgeführt. Bei Druck- und Ausführungsfehlern, die die Kund*innen im Gestaltungsprozess freigegebenen Druckdokument übersehen haben, besteht kein Anspruch auf Gewährleistung oder Schadenersatz.

9.4 Sonderbestimmungen zu Gewährleistung / Haftung bei Beförderung

Für Gewährleistungs- und/oder Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Beförderung und Zustellung der Werbesendungen gelten die Vorschriften der AGB Info.Mail für adressierte Werbesendungen und der AGB Info.Post Classic für unadressierte Werbesendungen in der zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung.

9.5 Sonderbestimmungen zu Gewährleistung / Haftung für den Datenabgleich gemäß Punkt 3.3.1

Für Gewährleistungs- und/oder Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit dem Abgleich der Empfänger*innenadressen mit der Adressdatenbank der Post gelten die Regelungen zur Haftung der AGB ADRESS CHECK in der zum Zeitpunkt der Bestellung geltenden Fassung.

9.6 Sonderbestimmungen zu Gewährleistung / Haftung für die Geodaten gemäß Punkt 3.3.2

Die Post sichert zu, die gelieferten Geodaten mit der marktüblichen Sorgfalt so aktuell wie möglich zu halten. Auf Grund der stets vorhandenen Änderungen durch Umzüge, Todesfälle, Konkurse oder Ähnliches, kann keine Gewähr dafür geleistet werden, dass die für das ausgewählte Streugebiet verwendeten Adressdaten richtig, vollständig oder aktuell sind.

9.7 Haftungsausschluss

- 9.7.1 Zusätzlich zu den in den produktspezifischen AGB vereinbarten Haftungsausschlüssen ist die Haftung der Post ausgeschlossen, wenn
- der Inhalt bzw. die Sendung unter eines der in den produktspezifischen AGB angeführten Beförderungsausschlüssen fällt oder von einer Behörde beschlagnahmt oder vernichtet worden ist,
 - die Kund*innen das Onlinetool für rechtswidrige Zwecke und/oder missbräuchlich und/oder sicherheits-/betriebsgefährdend verwendet.

10 Haftung der Kund*innen

- 10.1 Die Kund*innen tragen die alleinige Verantwortung für das hochgeladene Material und garantieren, dass dieses sowie die Erbringung der vereinbarten Leistung nicht gegen geltendes Recht, gesetzliche und behördliche Verbote sowie die guten Sitten verstößt und

nicht in Rechte Dritter, insb. Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechte sowie Wettbewerbsrechte, eingegriffen wird.

- 10.2 Die Kund*innen haben die Post und ihre Mitarbeiter*innen bei Inanspruchnahme wegen einer solchen Rechtsverletzung oder der Geltendmachung von Rechten von dritter Seite zur Gänze schad- und klaglos zu halten und der Post sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr dadurch entstehen. Die Kund*innen verpflichten sich, die Post bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen und wird ihr hierfür sämtliche Unterlagen zur Verfügung stellen.
- 10.3 Bei digital übermitteltem Material haften die Kund*innen für die technische Mängelfreiheit, insb. Freiheit von schädlichen Komponenten wie Viren oder Trojanern, des übermittelten Materials und halten die Post schad- und klaglos.
- 10.4 Die Post ist berechtigt, zur Sicherung aller Entgeltansprüche der Post, die adressierten Werbesendungen zurückzubehalten und nach zwölf Monaten zu verwerten, wenn die Zahlung der von der Post berechtigterweise im Zusammenhang mit der Leistungserbringung getätigten Auslagen von den Kund*innen verweigert wurde.

11 Haftungsbefreiung

- 11.1 Die Post hat für die Nicht- oder Schlechterfüllung ihrer Vertragspflichten, auch wenn sie sich Erfüllungsgelieferten bedient, nicht einzustehen und kommen allfällige Pönalen und Leistungsfristen nicht zur Anwendung, wenn die Nicht- oder Schlechterfüllung auf einem außerhalb ihres Einflussbereiches liegenden Hinderungsgrund beruht und von ihr nicht erwartet oder zugemutet werden konnte, den Hinderungsgrund bereits bei Vertragsabschluss vorausszusehen oder den Hinderungsgrund oder seine Folgen zu vermeiden oder zu überwinden. Der Hinderungsgrund gilt als eingetreten, wenn der Hinderungsgrund unmittelbar, insbesondere durch Betriebsschließung (bundesweit oder regional), Quarantänemaßnahmen, etc. oder mittelbar, insbesondere die Vertragserfüllung durch die Post vereitelt oder unmöglich macht.
- 11.2 Als Hinderungsgrund, der die Post von einer Haftung befreit, gelten insbesondere Arbeitskämpfe/ Streiks, Unruhen/Aufstände, Kriege, Terroranschläge, Boykottmaßnahmen, Naturkatastrophen auch bedingt durch Erderwärmung (wie Stürme, Erdbeben, Hochwasser, etc.), Pandemien, Epidemien, behördliche Maßnahmen, Beschlagnahmen von Sachgütern, Ressourcen-, Material-, Lieferknappheit, Cyber Angriffe, Sabotagen, Blackout Fälle, Störungen von Kommunikationsnetzen, Ausfall von technischen Einrichtungen und sonstige unvorhersehbare und unabwendbare Hinderungsgründe, die die Post für die Dauer der Störung und im Umfang ihrer Wirkung von ihren (Haupt- und/oder Neben-) Leistungspflichten befreit.
- 11.3 Die Post wird im Rahmen des Zumutbaren den Kund*innen unverzüglich über den Eintritt des Hin-

derungsgrundes schriftlich per E-Mail in Kenntnis setzen. Die Kund*innen werden von ihrer Leistungspflicht im selben Ausmaß wie die Post befreit.

- 11.4 Die Post kann vom Vertrag zurücktreten, wenn insbesondere
- die Vertragsfortsetzung wegen eines Hinderungsgrundes (wie oben beschrieben) für die Post unzumutbar ist, d.h. der Hinderungsgrund den Wegfall wesentlicher Geschäftsgrundlagen bewirkt, oder
 - zwischen den Vertragsparteien über die Vertragsfortführung keine Einigkeit binnen angemessener Frist – längstens binnen 21 Tagen – erzielt werden kann, oder
 - die Dauer des Hinderungsgrundes für die Post nicht vorhersehbar ist.

- 11.5 Der Vertrag wird mit Zugang der Rücktrittserklärung beendet.

12 Datenschutz

Sofern personenbezogene Daten der Kund*innen verarbeitet werden, ist die Post im Zusammenhang mit der Leistungserbringung Auftragsverarbeiter im Sinne des Art 28 DSGVO.

Die Kund*innen sind ihrerseits verpflichtet, datenschutzrechtliche Bestimmungen wie insbesondere das DSG bzw. die DSGVO, einzuhalten. Insbesondere sind die Kund*innen als Verantwortlicher iSd DSGVO für die an die Post übermittelten personenbezogenen Daten für die Zulässigkeit der Verarbeitung und Nutzung der Daten verantwortlich.

13 Compliance

Die Kund*innen verpflichten sich, (i) dass sich ihre gesetzlichen Vertreter*innen, Mitarbeiter*innen und eingesetzte und/oder beauftragte Subunternehmer*innen an sämtliche geltenden gesetzlichen Bestimmungen im Zusammenhang mit Anti-Korruptionsvorschriften halten sowie (ii) geeignete Maßnahmen zu setzen, um die Einhaltung der Anti-Korruptionsvorschriften sicherzustellen. Ein Verstoß gegen Anti-Korruptionsvorschriften berechtigt die Post – unbeschadet sonstiger Rücktritts- und Kündigungsrechte – zur fristlosen außerordentlichen Kündigung der Vereinbarung sowie zur Geltendmachung allfälliger Schadenersatzansprüche.

14 Rechtsweg und Gerichtsstand

- 14.1 Streit- oder Beschwerdefälle der Post betreffend Postdienste iSd Postmarktgesetzes (PMG), die für die Kund*innen nicht befriedigend gelöst werden konnten, können der Regulierungsbehörde vorgelegt werden. Diese hat eine einvernehmliche Lösung herbeizuführen oder den Parteien ihre Ansicht zum herangetragenen Fall mitzuteilen (§ 53 PMG).
- 14.2 Zuständig für alle Rechtsstreitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertragsverhältnis

ist das sachlich für die Landeshauptstadt des Bundeslandes (in Wien: 1030 Wien) zuständige Gericht.

- 14.3 Für Streitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB geschlossenen Vertragsverhältnis gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und kollisionsrechtlicher Bestimmungen.

15 Sonstiges

- 15.1 Von diesen AGB abweichende Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
- 15.2 Sollte sich eine Bestimmung dieser Vereinbarung als unwirksam, undurchführbar oder lückenhaft erweisen, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt. Die Parteien verpflichten sich bereits jetzt, die unwirksame, undurchführbare oder lückenhafte Bestimmung durch eine solche zu ersetzen, die wirtschaftlich dem am nächsten kommt, was nach dem gemeinsamen Willen der Parteien bei Abschluss dieses Vertrages mit der ursprünglichen Bestimmung bezweckt war.
- 15.3 Rechte und Pflichten aufgrund dieser Vereinbarung gehen auf allfällige Rechtsnachfolger*innen der Vertragsparteien über.

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



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

post.at/einfachwerben

Stand: Februar 2022.

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