Post Werbefenster

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Gültig ab 01.11.2026

Inhaltsverzeichnis

1. Geltungsbereich 3
2. Vertragsgegenstand und Vertragsabschluss 3
3. Leistungsumfang und Mitwirkungspflichten des*der Kund*in 3
4. Material 4
5. Ausspielung und Platzierung 4
6. Belegfotos 5
7. Inhaltliche Verantwortung 5
8. Beauftragung Dritter 6
9. Termine/Fristen 6
10. Entgelt 6
11. Zahlung 6
12. Dauerschuldverhältnisse 7
13. Nutzungsrechte 7
14. Kennzeichnung/Referenzhinweis 8
15. Gewährleistung bzw. Ansprüche wegen Mängeln 8
16. Schadenersatz 8
17. Stornierung und Terminverschiebung 9
18. Geheimhaltung/Vertraulichkeit, Datenschutz 9
19. Compliance 9
20. Anzuwendendes Recht 9
21. Erfüllungsort und Gerichtsstand 10
22. Sonstiges 10

1. Geltungsbereich

1.1. Die Österreichische Post AG (im Folgenden: Post) erbringt ihre Leistungen im Bereich Post Werbefenster ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle, auch für künftige, Geschäftsbeziehungen mit dem*der Kund*in, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

1.2. Die Geltung von für die Post fremden Allgemeinen Geschäfts/Vertragsbedingungen und/oder-branchenüblichen Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich ausgeschlossen.

1.3. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ungültig oder unwirksam sein oder werden, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die ungültige oder unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr dem Sinn und Zweck nach am nächsten kommt, zu ersetzen.

1.4. Die Post erbringt ihre Leistungen auf Grundlage dieser AGB nur für Unternehmer*innen im Sinne des Bundesgesetzes über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch) in der jeweils geltenden Fassung.

1.5. Die Post hält 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.

Änderungen, die den*die Kund*in 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 Widerspruch durch den*die Kund*in erfolgt. Im Falle des Widerspruchs endet die Vereinbarung mit dem Tag vor Inkrafttreten der Änderungen. Die Kundmachung von Änderungen der AGB erfolgt in geeigneter Weise, z.B.: durch Übermittlung einer E-Mail oder im Internet unter post.at

Die jeweils gültigen AGB sind unter post.at/agb abrufbar.

2. Vertragsgegenstand und Vertragsabschluss

2.1. Die Post übernimmt im eigenen Namen und auf eigene Rechnung die Zurverfügungstellung von Digitalen Out of Home-Werbeflächen und Analogen Out of Home Werbeflächen (z.B. Murals) in ihren Standorten (Post Werbefenster Netzwerk) und bei Reichweitenpartnern zur Ausspielung und Platzierung von Werbeinhalten.

2.2. Die Post übernimmt keine Gewähr für einen Werbeerfolg des*der Kund*in.

2.3. Die Leistungen können entweder im Rahmen eines Zielschuldverhältnisses oder eines Dauerschuldverhältnisses erbracht werden.

2.4. Basis für den Vertragsabschluss ist die jeweilige Preisindikation der Post, in der der Leistungsumfang und die Entgelte festgehalten sind. Diese Preisindikation stellt eine Einladung zur Angebotslegung dar. Der*die Kund*in kann dieses Angebot durch eine eindeutige Willenserklärung schriftlich (z.B. per E-Mail) abgeben. Die Post behält sich vor, ab einem bestimmten Auftragsvolumen eine firmenmäßige Zeichnung des*der Kund*in zu verlangen. Der*die Kund*in erklärt durch die Übermittlung der Willenserklärung per E-Mail, dass er*sie über alle erforderlichen Befugnisse und Vollmachten zum Abschluss dieses Rechtsgeschäfts verfügt.

2.5. Der Vertrag kommt durch die Annahme des Angebots des*der Kund*in durch die Post durch Übermittlung einer Auftragsbestätigung zu Stande.

2.6. Eine Untervermietung oder jedwede sonstige entgeltliche oder unentgeltliche Weitervermittlung der vom*von der Kund*in gebuchten Werbeflächen ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Post erlaubt.

3. Leistungsumfang und Mitwirkungspflichten des*der Kund*in

3.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Auftragsbestätigung der Post samt Leistungsbeschreibung. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform.

3.2. Der*Die Kund*in wird die Post mit allen Informationen und Unterlagen versorgen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind (im Folgenden „Material“). Der*die Kund*in wird die Post von allen Vorgängen informieren, die für die Durchführung des Auftrags von Bedeutung sind, auch wenn diese Umstände erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der*die Kund*in trägt den infolge unrichtiger, unvollständiger und nachträglich geänderter Angaben entstehenden Aufwand der Post und das Risiko von dadurch verursachten Zeitverzögerungen.

3.3. Der*die Kund*in ist verpflichtet, die Post bei Angebotslegung bzw. bei Übermittlung des Materials darauf hinzuweisen, sofern es sich bei den Werbeinhalten/beim übermittelten

Material um politische Werbung gemäß der VO (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung handelt. Bei Verstoß gegen diese Verpflichtung ist die Post berechtigt, nachträglich vom Vertrag zurückzutreten.

3.4. Der*Die Kund*in benennt eine Ansprechperson, mit der sämtliche Details und operativen Prozesse besprochen und abgestimmt werden können. Der*Die Kund*in stellt sicher, dass mindestens eine Ansprechperson laufend zur Verfügung steht.

4. Material

4.1. Das Material ist, der vertraglichen Vereinbarung entsprechend, rechtzeitig vor Kampagnenstart an die Post zu übermitteln. Das Material muss vollständig, fehlerfrei und für die vereinbarte(n) Leistung(en) geeignet sein; es sind zudem die Anliefer- und Animationsrichtlinien in der jeweils geltenden Fassung, die im Zuge der Auftragsabwicklung zugeschickt werden, einzuhalten.

4.2. Die Post behält sich vor, das übermittelte Material auf seine technische Eignung im Hinblick auf die vereinbarte(n) Leistung(en) zu prüfen. In jedem Fall haftet der*die Kund*in für die technische Mängelfreiheit, insb. Freiheit von schädlichen Komponenten wie Viren oder Trojanern, des übermittelten Materials und hält die Post schad- und klaglos

4.3. Die Post ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, das übermittelte Material – ohne inhaltliche Veränderung – zu bearbeiten und zu korrigieren – insbesondere bei den Abmessungen –, soweit dies für die Umsetzung erforderlich oder ratsam ist.

4.4. Sämtliche Rechte an den von der Post vorgenommenen Änderungen, sowie sonstigen produzierten Inhalten wie Konzepte, Präsentationen etc. liegen bei der Post. Jede Nutzung dieser Inhalte bedarf der schriftlichen Genehmigung durch die Post.

4.5. Sollte eine fehlerfreie Auftragsabwicklung nicht gewährleistet werden können, ist die Post berechtigt, dieses Material unverzüglich aus der Ausspielung zu nehmen. In einem solchen Fall ist ein Nachweis eines Schadens seitens der Post nicht notwendig. An die Post können wegen dieser Maßnahme keine Ansprüche gestellt werden.

4.6. Die Post ist nicht verpflichtet, Material von Kund*innen aufzubewahren oder an Kund*innen zu retournieren.

5. Ausspielung und Platzierung

5.1. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder Reihenfolge der Werbung an einer bestimmten Position innerhalb der jeweiligen Werbefläche besteht ebenso wie ein Konkurrenzausschluss ebendort nicht.

5.2. Aufgrund der Natur der Produkte kann die vereinbarte Leistung zwischen Auftragsbestätigung des*der Kund*in und Ausspielung um bis zu 10 % abweichen. Die Post wird in diesem Fall das Entgelt oder die Leistung entsprechend der Abweichung gleichwertig anpassen Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

5.3. Die Post leistet keine Gewähr dafür, dass die gebuchte Leistung während der gesamten Ausspielung ununterbrochen oder zeitgerecht durchgeführt wird, die Objekte in Betrieb stehen oder sichtbar sind.

5.4. Wenn Screens oder Murals durch Vandalismus (z.B.: durch Übersprühen mit Spraydosen) beschädigt werden und dadurch die optische Qualität der Werbeinhalte vorübergehend beeinträchtigt wird, wird die Post diese Beschädigung nach Möglichkeit ehestmöglich beheben. Aus einer solchen vorübergehenden Beeinträchtigung erwachsen dem*der Kund*in keine Ansprüche auf Preisminderung und/oder Schadenersatz.

5.5. Die Post ist berechtigt, bei Buchung von Paketen der Kategorie City, die Zusammensetzung der Pakete nachträglich gleichwertig anzupassen und das gebuchte Paket in der jeweils zum Ausspielungszeitpunkt verfügbaren Zusammensetzung auszuspielen.

5.6. Nach Ablauf des gebuchten Kampagnenzeitraums besteht keine Verpflichtung zur unverzüglichen Entfernung der Werbeinhalte (z.B. Murals) von Analogen Out of Home Werbeflächen. Diese dürfen bis zur nächsten Belegung oder sonstigen Nutzung der Werbefläche weiter sichtbar bleiben. Dem*der Kund*in entstehen dadurch weder zusätzliche Ansprüche noch zusätzliche Kosten. Wünscht der*die Kund*in die sofortige Entfernung, insbesondere auch für den Fall, dass der*die Kund*in nicht über die notwendigen Rechte für eine länger andauernde Ausspielung verfügt, werden dem*der Kund*in die für die Entfernung entstehenden Kosten in Rechnung gestellt.

5.7. Schieberecht
Wurde die Ausspielung der Kampagne zu einem ermäßigten Sondertarif vereinbart, räumt der*die Kund*in der Post im Gegenzug für diesen Preisnachlass ein zeitliches Schieberecht ein: Die Post ist berechtigt, den vereinbarten Ausspielungszeitraum der Kampagne, um bis zu einen Monat vorzuziehen oder nach hinten zu

verschieben. Die vereinbarte Dauer, der Leistungsumfang sowie das ermäßigte Entgelt bleiben von der Verschiebung unberührt.

Die Post wird den*die Kund*in spätestens 5 Werktage vor dem ursprünglich vereinbarten Beginn der Ausspielung schriftlich (E-Mail genügt) über die Verschiebung und den verbindlichen Ersatzzeitraum informieren.

6. Belegfotos

6.1. Zur Dokumentation der vertragsgemäßen Ausspielung einer Kampagne erstellt die Post während der Kampagnenlaufzeit Belegfotos. Diese dienen ausschließlich als Nachweis der Ausspielung der gebuchten Kampagne innerhalb des vereinbarten Kampagnenzeitraums. Die Anfertigung von Belegfotos erfolgt ausschließlich zu Dokumentationszwecken. Ein Anspruch auf eine bestimmte technische oder fotografische Qualität, insbesondere hinsichtlich Auflösung, Bildausschnitt, Belichtung, Schärfe oder ästhetischer Gestaltung, besteht nicht.

6.2. Die Anzahl der für eine Kampagne bereitgestellten Belegfotos richtet sich nach dem jeweiligen Auftragsvolumen.

Sofern die Erstellung von Belegfotos nicht gewährleistet werden kann (insb. bei Buchung von Einzelscreens außerhalb Wiens und/oder kurzen Kampagnenlaufzeiten), wird die Post den*die Kund*in vor Kampagnenstart darüber und über mögliche alternative Nachweismöglichkeiten informieren.

6.3. Die Übermittlung der Belegfotos erfolgt grundsätzlich nach Beendigung der Kampagne. Abweichungen sind mit der Post abzustimmen.

6.4. Der*die Kund*in darf die Belegfotos weder für eigene kommerzielle noch für sonstige Zwecke verwenden oder Dritten zur Verfügung stellen."

7. Inhaltliche Verantwortung

7.1. Der*die Kund*in trägt die alleinige Verantwortung für das Material und garantiert, dass das Material gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen, gesetzliche und behördliche Verbote bzw. Auflagen sowie nicht gegen die guten Sitten oder die Unternehmensgrundsätze der Post verstoßen, keine diskriminierenden, menschenverachtenden, extremistischen, irreführenden, kreditschädigenden, rufschädigenden oder sonst rechtswidrigen Inhalte enthalten. Er*sie garantiert, dass durch die Verwendung des Materials im Rahmen der vertraglich vereinbarten Leistungserbringung, insbesondere auch durch die Verwertung von Bearbeitungen des Materials durch die Post, nicht in die Rechte Dritter, insb. Urheber-, Marken,- und Persönlichkeitsrechte, sowie Wettbewerbsrechte, eingegriffen wird.

7.2. Der*die Kund*in verpflichtet sich, die Post und ihre Mitarbeiter*innen bei Inanspruchnahme wegen einer solchen Rechtsverletzung oder der Geltendmachung von Schutzrechten von dritter Seite zur Gänze schad- und klaglos zu halten und ihr sämtliche Nachteile verschuldensunabhängig zu ersetzen, die ihr dadurch entstehen. Der*die Kund*in verpflichtet sich, die Post bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen und wird ihr hierfür sämtliche Unterlagen zur Verfügung stellen.

7.3. Die Post behält sich vor, Inhalte oder Materialien ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Die Post ist berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, das Material auf Richtigkeit, Vollständigkeit oder auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zu überprüfen und dieses gegebenenfalls zurückzuweisen; ein Mitverschulden kann dadurch aber nie geltend gemacht werden.

7.4. Die Post ist berechtigt, Material unverzüglich zu entfernen, wenn der begründete Verdacht besteht, dass das Material rechtswidrig ist und/oder die Rechte Dritter verletzt. Ein begründeter Verdacht liegt insbesondere dann vor, wenn Gerichte, Behörden oder sonstige Dritte die Post davon in Kenntnis setzen. Material kann weiters entfernt werden, wenn dieses eine missbräuchliche Nutzung des Produkts Post Werbefenster darstellt bzw. wenn begründete Beschwerden einlangen. Einer vorherigen Abmahnung des*der Kund*in bedarf es nicht, die Post wird den*die Kund*in jedoch unverzüglich darüber informieren und behält sich die Geltendmachung von Ansprüchen vor. Ansprüche des*der Kund*in sind ausgeschlossen.

7.5. Der*die Kund*in ist dafür verantwortlich, dass die Vorschriften der VO (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung eingehalten werden (können) und wird der Post alle gemäß dieser Verordnung benötigten Informationen übermitteln. Die Informationen müssen richtig, vollständig und stets aktuell sein. Änderungen sind der Post unverzüglich mitzuteilen. Bei Verstoß wird der*die Kund*in die Post und ihre Mitarbeiter*innen hinsichtlich aller daraus resultierender Kosten, Strafen, etc. zur Gänze schad- und klaglos halten. Bei Verstoß gegen diese Verpflichtung ist die Post berechtigt, nachträglich ohne Einhaltung einer Frist vom Vertrag zurückzutreten.

7.6. Der*die Kundin ist dafür verantwortlich, dass die Werbung die Informationen über kommerzielle Kommunikation gemäß § 6 ECG bei Ausspielung klar und eindeutig erkennbar enthält, insbesondere als kommerzielle Kommunikation erkennbar ist, und den*die Kund*in als

natürliche oder juristische Person, die die kommerzielle Kommunikation in Auftrag gegeben hat, erkennen lässt. Bei Verstoß gegen diese Bestimmung wird der*die Kund*in die Post hinsichtlich aller daraus resultierender Kosten, Strafen, etc. schad- und klaglos halten.

8. Beauftragung Dritter

Die Post ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen oder sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen Dritter zu bedienen. Kommen diesfalls gesonderte Bestimmungen zum Tragen, informiert die Post den*die Kund*in hierüber

9. Termine/Fristen

9.1. Verbindliche Frist- und Terminabsprachen sind schriftlich zu vereinbaren. Befindet sich die Post in Verzug, ist der*die Kund*in erst zum Vertragsrücktritt berechtigt, wenn er*sie der Post eine angemessene Nachfrist gewährt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines postalischen Mahnschreibens an die Post. Schadenersatzansprüche wegen Nichterfüllung bestehen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post.

9.2. Ist der*die Kund*in mit seinen*ihren zur Durchführung des Auftrags notwendigen Verpflichtungen (z. B: Bereitstellung des Materials) im Verzug, entbindet dies die Post jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Leistungstermins. In diesem Fall kann die Post den vereinbarten Kampagnenstarttermin zumindest im Ausmaß des Verzugs verschieben. Eine derartige Verschiebung ändert die Zeitspanne, insbesondere das Enddatum der Ausspielung sowie das vereinbarte Entgelt nicht. Sofern solche Verzögerungen länger als eine (1) Woche andauern, ist die Post berechtigt, vom Vertrag ganz oder teilweisezurückzutreten. In diesem Fall schuldet der*die Kund*in dennoch das vereinbarte Entgelt.

10. Entgelt

10.1. Dem*der Kund*in wird das Entgelt gemäß Auftragsbestätigung in Rechnung gestellt.

10.2. Das Entgelt versteht sich als Nettoentgelt exklusive aller gesetzlich geschuldeten Steuern und Abgaben insbesondere der Umsatzsteuer sowie der Werbeabgabe.

10.3. Alle zusätzlich anfallenden Leistungen der Post, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Entgelt abgegolten sind, werden dem*der Kund*in vorab mitgeteilt und von diesem gesondert entlohnt. Alle der Post erwachsenden Barauslagen sind vom*von der Kund*in zu ersetzen.

10.4. Bei verspäteter Übermittlung des Materials werden etwaige dadurch entstehende Mehrkosten dem*der Kund*in in Rechnung gestellt.

10.5. Im Falle einer Kampagne, welche mehrere Ausspielungen beinhaltet, mindert die berechtigte Ablehnung einer Ausspielung nicht den Entgeltanspruch der Post für die gesamte Kampagne.

11. Zahlung

11.1. Die Rechnungslegung und Zahlung erfolgt gemäß der jeweiligen Stundungsvereinbarung. Bei Nichtbestehen dieser Vereinbarung ist der jeweilige Rechnungsbetrag innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug auf das in der Rechnung angeführte Konto der Post zu überweisen.

11.2. Die Post behält sich zudem vor Zahlung durch Vorauszahlung zu verlangen. In diesem Fall ist der jeweilige Bruttorechnungsbetrag ohne (Skonto)Abzug mittels Überweisung vor Kampagnenstarttermin auf das von der Post bekanntgegebene Konto zu bezahlen. Die von der Post zugewiesenen Kund*innennummer sowie die Vertragsnummer sind am Überweisungsbeleg anzuführen. Der*Die Kund*in verpflichtet sich, die Überweisungsbestätigung mindestens 3 Werktage (ausg. Samstag) vor dem Kampagnenstarttermin per Mail an die von der Post bekanntgegebene Ansprechperson zu übermitteln. Einwendungen gegen in Rechnung gestellte Entgeltforderungen sind innerhalb von 3 Monaten ab Rechnungsdatum bei der Post schriftlich zu erheben; andernfalls gilt die Entgeltforderung der Post als anerkannt. Einwendungen hindern nicht die Fälligkeit des Rechnungsbetrages.

11.3. Bei nicht fristgerechter Zahlung hat die Post das Recht, hinsichtlich des jeweils aushaftenden Betrages, unter Vorbehalt der Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens, insbesondere Bankspesen, Verzugszinsen in der Höhe des gesetzlichen Zinssatzes gemäß Unternehmensgesetzbuch (UGB) idgF geltend zu machen. Die Post hat das Recht, sämtliche Mahn- und Inkassospesen, insbesondere diesbezüglich anfallende Anwaltskosten, jedenfalls zumindest den gesetzlichen Pauschalbetrag, dem*der Kund*in in Rechnung zu stellen.

11.4. Gerät der*die Kund*in 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.

11.5. Der*die Kund*in ist nicht berechtigt, eigene Forderungen mit Forderungen der Post aufzurechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht des*der Kund*in wird ausgeschlossen.

11.6. 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*von der Kund*in angegebenes Konto abgebucht werden, erfolgt die Vorabankündigung (Pre-Notifikation) seitens der Post spätestens einen Tag vor Abbuchung.

12. Dauerschuldverhältnisse

Werden die Leistungen in Form von Dauerschuldverhältnissen erbracht, so gelten ergänzend nachfolgende Regelungen:

12.1. Indexanpassung:

Die Post beabsichtigt sämtliche Entgelte jährlich per 1. Jänner entsprechend der Entwicklung des VPI (Verbraucherpreisindex) 2020 im Zeitraum vom 1. Juli des vorvergangenen Jahres bis 30. Juni des vorangegangenen Jahres anzupassen. Dabei wird in den einzelnen Tarifstufen jeweils nach kaufmännischen Regeln auf oder abgerundet. Diese Anpassung der Entgelte erfolgt gleichmäßig im selben prozentuellen Ausmaß. Die so ermittelten neuen Entgelte gemäß dieser AGB werden jeweils im 4. Quartal des laufenden Kalenderjahres für das darauffolgende Kalenderjahr kundgemacht. Es gilt ausdrücklich nicht als Verzicht der Post, wenn sie - auch über einen längeren Zeitraum - von der Anwendung der Indexanpassung nicht Gebrauch gemacht hat.

12.2. Die Post behält sich ausdrücklich eine Entgeltanpassung über der Entwicklung des VPI vor; in diesem Fall steht dem*der Kund*in ein Sonderkündigungsrecht gem. Pkt. 12.3 zu.

12.3. Kündigungsbestimmungen

Wurde der Vertrag auf unbestimmte Zeit abgeschlossen, so kann dieser von jeder Vertragspartei unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem Monat zu jedem Monatsletzten schriftlich mittels eingeschriebenen Briefes oder mittels E-Mail gekündigt werden. Für die Rechtzeitigkeit der Kündigung ist das Datum des Postaufgabestempels bzw. das Absendedatum der E-Mail maßgeblich. Für befristet abgeschlossene Verträge ist die ordentliche Kündigung ausgeschlossen.

Beide Vertragsparteien sind zudem zur außerordentlichen Kündigung dieser Vereinbarung aus wichtigem Grund berechtigt. In diesem Sinne haben die Vertragsparteien das Recht, das Vertragsverhältnis vorzeitig mit sofortiger Wirkung aufzulösen, insbesondere wenn

- der*die Kund*in gegenüber der Post mit Zahlungsverpflichtungen nach erfolgloser Mahnung unter Setzung einer Nachfrist von zwei Wochen im Verzug ist;
- der*die Kund*in der Aufforderung zur Sicherheitsleistung nicht, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig nachkommt;
- hinsichtlich des*der Kund*in ein Insolvenzverfahren mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird;
- der*die Kund*in gröblich oder wiederholt sonstige wesentliche vertragliche Pflichten verletzt;
- vereinbarte Leistungen nicht oder trotz schriftlicher Aufforderung mangelhaft erbracht werden;
- gegen Geheimhaltungsbestimmungen, Compliancebestimmungen oder gegen Datenschutzbestimmungen verstoßen wird;
- ein Hinderungsgrund gem. Pkt. 16.4 vorliegt;
- behördliche Untersagungen oder behördliche Auflagen dies erfordern;
- der*die Kund*in gegen die Verpflichtungen gem. Pkt. 7.5 verstößt;
- die Post das Produkt Post Werbefenster einstellt.

Der*die Kund*in ist zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, wenn die Post das vereinbarte Entgelt während der Vertragsdauer erhöht; davon ausgenommen ist die Indexanpassung nach VPI gem. Pkt. 12.1. Erfolgt keine außerordentliche Kündigung binnen 14 Tagen ab Bekanntgabe des neuen Entgelts durch die Post, so gilt die Zustimmung des*der Kund*in zur Erhöhung als erteilt.

13. Nutzungsrechte

13.1. Der*die Kund*in räumt der Post das weltweite, nicht ausschließliche, unentgeltliche Recht ein, das Material vereinbarungsgemäß für die Erfüllung der vereinbarten Leistung zu nutzen und zu bearbeiten.

13.2. An jenen Werken bzw. Elementen, an denen dem*der Kund*in das Urheberrecht oder ein ausschließliches Nutzungsrecht zusteht, sind die Post sowie an der Auftragserfüllung

beteiligte Dritte (insb. Künstler*innen) berechtigt, von den im Rahmen eines Vertrags geschaffenen bzw. erstellten Murals Lichtbilder und Videomaterial anzufertigen und dieses für Zwecke der Eigenwerbung, Unternehmenspräsentation sowie als Referenz zu nutzen, zu vervielfältigen, zu veröffentlichen und öffentlich zugänglich zu machen, insbesondere auf Websites, in sozialen Medien (insbesondere LinkedIn und Instagram), in Präsentationen sowie in sonstigen analogen und digitalen Werbe- und Kommunikationsmitteln.

14. Kennzeichnung/Referenzhinweis

14.1. Die Post ist berechtigt, auf allen von ihr erstellten Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Post und allenfalls auf den*die Urheber*in hinzuweisen, ohne dass dem*der Kund*in dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

14.2. Die Post ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des*der Kund*in dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum*zur Kund*in bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen), und in Präsentationen den*die Kund*in als Referenzkund*in zu nennen (Referenzhinweis.)

14.3. Die Post und ihre Konzernunternehmen sind berechtigt, den*die Kund*in als Referenzkund*in, insbesondere im Rahmen von öffentlichen und privaten Ausschreibungen, zu nennen und die Kontaktdaten (Vor- und Nachname, E-Mail-Adresse, MobilNr.) der Ansprechperson bekanntzugeben."

15. Gewährleistung bzw. Ansprüche wegen Mängeln

15.1. Ansprüche aufgrund von Mängeln, die die Tauglichkeit der Leistung nicht oder nur unerheblich beeinträchtigen, bestehen nicht. Geringfügige, produktionstechnisch oder künstlerisch bedingte Abweichungen vom übermittelten Material, insbesondere hinsichtlich Farbe, Layout oder künstlerischer Ausführung, stellen keinen Mangel dar und berechtigen nicht zu Beanstandungen, sofern die Werbeaussage und der Gesamteindruck der Werbeinhalte auf den Screens bzw. des Murals nicht wesentlich beeinträchtigt werden."

15.2. Der*die Kund*in hat allfällige Reklamationen unverzüglich, jedenfalls jedoch innerhalb von sieben Kalendertagen nach Leistung durch die Post schriftlich, bei sonstigem Verlust jeglicher, insbesondere Gewährleistungs- und Schadenersatz-Ansprüche, geltend zu machen und zu begründen. Für vom*von der Kund*in freigegebene Leistungen sind Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen.

15.3. Bei berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Frist behoben, wobei der Post zwei Verbesserungsversuche zustehen und der*die Kund*in der Post alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Post ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich ist, oder für die Post mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall oder nach Scheitern der Verbesserungsversuche stehen dem*der Kund*in die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu.

15.4. Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten der Post ist ausgeschlossen. Das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sind vom*von der Kund*in zu beweisen.

15.5. Die Gewährleistungsfrist beträgt 6 Monate ab Lieferung/Leistung.

16. Schadenersatz

16.1. Die Post haftet nur für unmittelbare Schäden, die von ihr oder einem ihrer Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursacht wurden, die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Auftragswert exklusive Steuern begrenzt. Die Haftung für mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn, Verzugsschäden, Vermögensschäden, (Mangel) Folgeschäden, nicht erzielte Ersparnisse, frustrierte Aufwendungen, Zinsverluste sowie Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den*die Kund*in etc. ist, soweit dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen, ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz hat der*die Geschädigte zu beweisen.

16.2. Jegliche Haftung der Post für Ansprüche, die auf Grund der von der Post erbrachten Leistung gegen den*die Kund*in erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere haftet die Post nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des*der Kund*in oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der*die Kund*in hat die Post diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.

16.3. Schadensersatzansprüche des*der Kund*in sind innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis

des Schadens und Schädigers gerichtlich geltend zu machen.

16.4. Die Post hat für die Nicht- oder Schlechterfüllung ihrer Vertragspflichten, auch wenn sie sich Erfüllungsgehilf*innen bedient, sowie für Schäden nicht einzustehen bzw. zu haften und allfällige Pönalen und Leistungsfristen kommen nicht zur Anwendung, wenn diese durch vom Parteiwillen unabhängige oder unvermeidbare Umstände eintreten. Das können z.B. unvorhersehbare oder unabwendbare Betriebsstörungen, behördliche Eingriffe, Arbeitskonflikte, Unruhen/ Aufstände, Kriege, Terroranschläge, Boykottmaßnahmen, Naturkatastrophen, Pandemien, Epidemien, behördliche Maßnahmen, Beschlagnahmen von Sachgütern, Ressourcen-, Material-, Lieferknappheit, Cyber-Angriffe, Sabotagen, Blackout-Fälle, Störungen von Kommunikationsnetzen und sonstige unvorhersehbare oder unabwendbare Hinderungsgründe sein.

17. Stornierung und Terminverschiebung

17.1. Die Stornierung seitens des*der Kund*in ist bis 10 Kalendertage vor dem jeweils vereinbarten Kampagnenstarttermin kostenlos.

Erfolgt eine Stornierung ab dem 9. Kalendertag vor dem jeweils vereinbarten Kampagnenstarttermin so wird eine Stornogebühr in Höhe von 40 % des vereinbarten Entgelts der jeweiligen Kampagne verrechnet. Erfolgt die Stornierung ab dem 3. Kalendertag vor dem vereinbarten Kampagnenstarttermin, wird eine Stornogebühr in Höhe von 100 % des vereinbarten Entgelts der jeweiligen Kampagne verrechnet.

Erfolgt durch den*die Kund*in eine Verschiebung der Kampagne ab dem 9. Kalendertag vor dem vereinbarten Kampagnenstarttermin behält sich die Post vor, dadurch entstehende Zusatzkosten in Rechnung zu stellen.

17.2. Stornierung Produkt Mural: Für das Produkt Mural ist die Stornierung seitens des*der Kund*in bis 60 Kalendertage vor dem jeweils vereinbarten Kampagnenstarttermin kostenlos.

Erfolgt eine Stornierung ab dem 59. Kalendertag vor dem jeweils vereinbarten Kampagnenstarttermin, wird eine Stornogebühr in Höhe von 50 % des Werts der Werbeleistung sowie 100% des Entgelts für die künstlerische Gestaltung sowie der Zusatzleistungen der jeweiligen Kampagne verrechnet. Erfolgt die Stornierung ab dem 30. Kalendertag vor dem vereinbarten Kampagnenstarttermin, wird eine Stornogebühr in Höhe von 100 % des vereinbarten Entgelts der jeweiligen Kampagne verrechnet.

18. Geheimhaltung/Vertraulichkeit, Datenschutz

18.1. Die Vertragsparteien verpflichten sich, alle Informationen und Daten, die sie vom*von der Kund*in im Zusammenhang mit der Vertragsdurchführung erhalten, vertraulich zu behandeln und Dritten nur dann zugänglich zu machen, wenn dies ausdrücklicher Bestandteil der Leistung ist. Dies gilt auch nach Vertragsbeendigung.

18.2. Die Vertragsparteien verpflichten sich, die für sie geltenden gesetzlichen Bestimmungen zu Datenschutz und, soweit anwendbar, künstlicher Intelligenz einzuhalten. Dazu gehören insbesondere das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSG, BGBl I 120/2017 idgF); die EU-Datenschutzgrundverordnung (Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten – DSGVO); das Telekommunikationsgesetz 2021 (TKG, BGBl. I Nr. 190/2021 idgF) bzw. die an Stelle dieser Bestimmungen tretenden gesetzlichen Regelungen; Die EU-Verordnung über künstliche Intelligenz (Verordnung (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz).

19. Compliance

19.1. Der*die Kund*in verpflichtet sich,

(i) dass sich seine*ihre gesetzl. 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.

19.2. Ein Verstoß gegen Anti-Korruptionsvorschriften berechtigt die Post – unbeschadet sonstiger Rücktrittsund Kündigungsrechte – zur fristlosen außerordentlichen Kündigung der Vereinbarung sowie zur Geltendmachung allfälliger Schadenersatzansprüche.

20. Anzuwendendes Recht

Sämtliche Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit einem auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertrag unterliegen österreichischem Recht, unter

Ausschluss des UN-Kaufrechts und kollisionsrechtlicher Bestimmungen.

21. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Wien. Ausschließlicher Gerichtsstand ist das für 1030 Wien sachlich zuständige Gericht.

22. Sonstiges

22.1. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Änderungen, Vorbehalte oder Ergänzungen zu diesen AGB. bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform; dies gilt auch für das Abgehen vom Formerfordernis der Schriftlichkeit.

22.2. Rechte und Pflichten aufgrund dieser Vereinbarung gehen auf allfällige Rechtsnachfolger*innen der Vertragsparteien über.

22.3. Die Post wird nach Möglichkeit den*die Kund*in über den Eintritt eines Hinderungsgrundes gem. Pkt.16.4 vorzugsweise über die Website in Kenntnis setzen

22.4. Die Post schließt eine Aktualisierungspflicht gemäß § 7 VGG idF BGBl. I. 2021/175 (siehe auch Art. 8 Abs. 2 und 3 RL [EU] 2019/770, Art. 7 Abs. 3 und 4 RL [EU] 2019/771) ausdrücklich aus.

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

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

Rechtsform: Aktiengesellschaft
Sitz in politischer Gemeinde Wien
FN 180219d des Handelsgerichtes Wien

Stand: November 2025.
Satz- und Druckfehler vorbehalten.
Informationen zum Datenschutz finden Sie unter post.at/datenschutz