SPONSORING.MAIL
Allgemeine Geschäftsbedingungen

Gültig ab 1.1.2027

Inhaltsverzeichnis

Gültig ab 1.1.2027

1 Allgemeiner Teil 3

1.1 Geltungsbereich, Rechtsgrundlage 3

1.2 Vertragsabschluss 3

1.3 Dienstleistungsangebot 3

1.4 Versandberechtigte Absender*innen, 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 7

2.3 Versand von Sponsoring.Mail-Sendungen 7

2.4 Rückgabe von Sponsoring.Mail-Sendungen 9

3 Abgabe 9

3.1 Zustellung 9

3.2 Nachsendung 9

3.3 Unzustellbare Sponsoring.Mail-Sendungen 9

3.4 Unanbringliche Sendungen 10

4 Haftung und Gerichtsstandvereinbarung 10

4.1 Haftung 10

4.2 Haftungsausschluss 11

4.3 Haftung des*der Absender*in 11

4.4 Rechtsweg und Gerichtsstand 11

1 Allgemeiner Teil

1.1 Geltungsbereich, Rechtsgrundlage

1.1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: AGB) gelten für die vertragliche Rechtsbeziehung zwischen der Österreichische Post Aktiengesellschaft (im Folgenden: Post) und ihren Kund*innen im Dienstleistungsbereich Versand von Sponsoring.Mail.

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

1.1.3 In diesen AGB werden für bestimmte Kund*innengruppen (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. Sofern allgemeine Notstände die Postbeförderung hindern, ist die Post nicht verpflichtet, den Universaldienst (Abholung, Sortierung, Transport und Zustellung von Postsendungen bis 2 kg) zu erbringen.

1.2 Vertragsabschluss

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

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

1.2.3 Voraussetzung für die Teilnahme am Sponsoring.Mail Versand ist der Abschluss eines Vertrages welcher von Kund*innen über das elektronische Geschäftskund*innenportal ELLA (ella.post.at) zu beantragen ist (Online-Vertragsantrag). Der*die Kund*in ist drei Monate an den Online-Vertragsantrag gebunden.

1.2.4 Im Zuge des Online-Vertragsantrages des*der Kund*in ist ein Musterexemplar (PDF, max. 50 MB) jener Sponsoring.Mail-Sendung hochzuladen, für die die Teilnahme am Sponsoring.Mail-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 Online-Vertragsantrags und aller bezughabenden und relevanten Unterlagen sowie Informationen erfolgt der Vertragsabschluss durch Annahme des Antrags durch die Post; oder die Post gibt dem*der Antragsteller*in jene Umstände schriftlich bekannt, die dem Abschluss eines Vertrages entgegenstehen.

1.2.6 Für die Bearbeitung des Online-Vertragsantrages (bzw. für eine Vertragsänderung – siehe Punkt 1.5.2) ist vom*von der Absender*in das Bearbeitungsentgelt sowie für jede zugelassene Sponsoring.Mail (Titel) das Jahresentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Mail in der jeweils gültigen Fassung zu entrichten. Handelt es sich beim*bei der Absender*in um eine*n Verbraucher*in iSd Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) ist für die Bearbeitung des Online-Vertragsantrages vom*von der Absender*in das Bearbeitungsentgelt sowie für jede zugelassene Sponsoring.Mail (Titel) das Jahresentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Mail 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 identen, persönlich adressierten, rechteckigen oder quadratischen Sendungen mit ausschließlich gedruckter Anschrift und einem Höchstgewicht von 2.000 Gramm je Sendung (einschließlich Verpackung und aller Beilagen) innerhalb der Frist gemäß Punkt 3.1 dieser AGB.

Sponsoring.Mail-Sendungen müssen um als ident zu gelten folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Alle Sendungen haben den*die gleiche*n, einzige*n Absender*in
- Die gleiche innere und äußere Anschrift
- Das gleiche Format und Gewicht sowie gleiche Umhüllung; das Layout kann unterschiedlich sein
- Gleiches Spendenprojekt und/oder Betreff des Aufrufs
- Sponsoring.Mail-Sendungen (Serienbrief) mit variablen Text- und Bildbausteinen

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*die Absender*in mit der Post einen Vertrag gemäß Punkt 1.2 abschließt.

1.3.3 Für Sponsoring.Mail-Sendungen, die nicht in einem Staat der Europäischen Union verlegt und herausgegeben werden, werden keine Verträge über den

Versand von Sponsoring.Mail 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 Kund*innenzeitungen oder Kund*innenzeitschriften zu zählen sind.

1.3.4 Die gemäß diesen AGB zu befördernden Sponsoring.Mail-Sendungen müssen unter demselben Titel erscheinen.

1.3.5 Beilagenregelung: Im Dienstleistungsbereich Sponsoring.Mail sind folgende Beilagen zulässig:

Eigenbeilagen: Als solche gelten Beilagen des*der Absender*in, die im ausschließlichen Interesse des*der Absender*in 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.Mail-Sendung miteinbezogen.

Beigefügt werden können: Muster und Gegenstände (z.B. Warenproben, Incentives/Werbegeschenke etc.). Die Bundbildung gemäß Punkt 2.3 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*der Absender*in der Sponsoring.Mail versendet werden, ist jedenfalls nicht zulässig.

1.3.7 Der Versand von nicht rechteckigen Sendungen oder quadratischen (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 eine Massenbeförderin, die einen österreichweiten Dienst für Sponsoring.Mail 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 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*der Kund*in in jedem Stadium der Beförderung zurückzugeben.

1.3.10 Transportbetriebsmittel / Ersatzleistung
Sämtliche Transportbetriebsmittel der Post (Briefbehälter, Rollbehälter, etc.), die Kund*innen 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*die Kund*in ist verpflichtet, Mitarbeiter*innen 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/geschaeftlich 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*innen, 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.Mail-Sendungen ist auf den Zweck der Spendensammlung Bezug zu nehmen. Diese muss gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen.

Ausgeschlossen sind:

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

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.

Ausgeschlossen sind:

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

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.Mail-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*innen: Als solche gelten Wahlwerber*innen (wahlwerbende Gruppen) für die Wahl des*der Bundespräsident*in, für Wahlen zu den allgemeinen nationalen oder supranationalen Vertretungskörpern, für Wahlen für die satzungsgebenden Organe (Vertretungskörper) der gesetzlichen beruflichen Vertretungen oder für Wahlen zu den Organen der Österreichischen Hochschüler*innenschaft. Mindestens 51 % der bedruckten Fläche der Sponsoring.Mail-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*die Absender*in noch nicht als Wahlwerber*in anerkannt, hat er*sie seine*ihre ernsthafte Absicht, als solche*r 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.Mail-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*die Absender*in 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*von der Absender*in unverzüglich der vertragsschließenden Stelle der Post zur entsprechenden Vertragsänderung schriftlich bekannt zu geben. Die Post hat dem*der Absender*in die Vertragsänderungen schriftlich zu bestätigen. Für jede Vertragsänderung ist vom*von der Absender*in das Bearbeitungsentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Mail zu entrichten. Handelt es sich beim*bei der Absender*in um eine*n Verbraucher*in iSd Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) ist für die Vertragsänderung das Bearbeitungsentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Mail 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*der Absender*in ist eine Kündigung durch den*die bisherige*n Absender*in erforderlich. Der*die neue Absender*in muss mit der Post einen neuen Vertrag abschließen.

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

- der*die Absender*in wiederholt Sendungen einliefert, die die Voraussetzungen dieser AGB nicht erfüllen;
- der*die Absender*in die zum Versand zugelassene Sponsoring.Mail-Sendung wiederholt nicht entsprechend dem geschlossenen Vertrag aufgibt;
- der*die Absender*in 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;
- über das Vermögen des*der Absender*in das Ausgleichs- oder Konkursverfahren eröffnet oder die Eröffnung des Konkursverfahrens mangels hinreichenden Vermögens abgelehnt wird;
- der*die Absender*in über eine Zulassung gem. Pkt. 1.4.2 verfügt, die Voraussetzungen für diese Zulassung jedoch nicht mehr gegeben sind;
- aus sonstigem wichtigem Grund, insbesondere wenn die Post die Dienstleistung „Sponsoring.Mail“ nicht mehr anbietet.

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

1.6 Entgelt

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

1.6.2 Die Post beabsichtigt sämtliche Entgelte gemäß den Preisverzeichnissen Sponsoring.Mail jährlich per 1. Jänner zumindest 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. § 21 PMG bleibt davon unberührt.

Die so ermittelten neuen Entgelte gemäß dieser AGB werden zeitgerecht kundgemacht.

1.6.3 Die Entgelte für die Beförderung von Sponsoring.Mail 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*von der Kund*in angegebenen Konto abgebucht werden, erfolgt die Vorabankündigung (Pre-Notifikation) seitens der Post spätestens einen Tag vor Abbuchung.

1.6.4 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*die Kund*in ist nicht berechtigt, seine Forderungen gegen Forderungen seitens der Post aufzurechnen. Diese Klausel gilt nicht für Verbraucher*innen iSd § 1 KSchG idjgF.

1.6.5 Einwendungen gegen in Rechnung gestellte Entgeltforderungen sind vom*von der Kund*in 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.

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

1.6.7. Werden weniger als 1.000 Sponsoring.Mail-Sendungen zur Aufgabe gebracht, ist jedenfalls das Entgelt für 1.000 Sendungen in der gleichen Gewichtsstufe zu entrichten. Für die Berechnung der Aufzahlung auf die Mindeststückzahl wird jenes Stückentgelt angewendet, das der Gewichtsstufe der tatsächlich aufgegebenen Sendungen entspricht. Für die Aufzahlungsmenge wird ausschließlich die niedrigste Entgeltkategorie je Gewichtsstufe angewendet. Dieser entspricht bei Sponsoring.Mail Classic gemäß Punkt 2.3.6 dem Tarif Classic, bei Sponsoring.Mail Plus gemäß Punkt 2.3.7 die Entgeltkategorie „Ortsbund".

1.7 Ermittlung des Gewichtes

Das Gewicht der Sponsoring.Mail-Sendungen wird von der Annahmestelle ermittelt. Weicht das vom*von der Absender*in 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

Die Anschrift und sonstige Angaben müssen in lateinischen Buchstaben und arabischen Ziffern angegeben und so geschrieben sein, dass sie nicht ausgelöscht werden können. Die Mindestschriftgröße für die Anschrift und die Absender*innenangabe ist 10 pt.

Die Anschrift hat den*die Empfänger*in vollständig zu bezeichnen.

Auf der Sendung sind folgende Angaben anzubringen: Empfänger*in, Abgabestelle, Postleitzahl und Bestimmungsort

Musteranschrift:

Frau	1. Anrede (optional)
Michaela Sommer	2. Empfänger*in: Name/Firmenbezeichnung
Auwinkel 16/13/5	3. Abgabestelle: Straße, Hausnr./Stiege/Türnr.
1010 Wien	4. Postleitzahl, Bestimmungsort

2.1.1 Empfänger*in: Vor- und Zuname bzw. Firmenbezeichnung und bei Angabe einer Kontaktperson, deren Vor- und Zuname (auch zweizeilig möglich). Angaben wie „zu Handen", „An Herrn/Frau" „„c/o" sind oberhalb des Namens und unterhalb einer allfälligen Firmenbezeichnung anzugeben.

2.1.2 Abgabestelle: Die Abgabestelle ist so genau zu bezeichnen, dass eine ordnungsgemäße und rasche Zustellung möglich ist. Zur Bezeichnung der Abgabestel-

le gehören die Angabe der Straße, des Ortsnamens und der Hausnummer. Bei Adressen mit mehreren Abgabestellen sind darüber hinaus insbesondere Block und/oder Stiege und Türnummer anzugeben und mittels Schrägstrich zu trennen. Bei Postfachinhaber*innen kommt an diese Stelle „Postfach" und gegebenenfalls die Nummer des Faches; bei postlagernden Sendungen ist die Bezeichnung „Postlagernd" als Abgabestelle anzugeben.

2.1.3 Postleitzahlen: Postleitzahlen sind entsprechend dem Postleitzahl-Verzeichnis, verfügbar unter post.at/postlexikon, zu verwenden. Die Angabe einer Postfach-PLZ ist nur bei Verwendung eines Postfaches in der Adresse zulässig.

2.1.4 Bestimmungsort: Der Bestimmungsort ist so anzugeben, wie es das Postleitzahl-Verzeichnis der Post vorgibt. 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).

2.2 Angaben und Vermerke

2.2.1 Freimachungsvermerk: Auf der Sponsoring.Mail-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: „SM" + 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 Absender*innenadresse.

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

Sponsoring.Mail-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.Mail 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*der Empfänger*in linksbündig angedruckt werden und die Angaben gemäß Punkt 2.1 von oben nach unten angeordnet sein.

2.2.2 Keine Rücksendungen: Für den Fall, dass die*der Absender*in keine Rücksendung von unzustellbaren Sendungen gemäß Punkt 3.3 wünscht, muss auf den Sendungen über der Adresse des*der Empfänger*in deutlich sichtbar (Mindestschriftgröße 10 pt) in Fettdruck der Vermerk „Retouren an Postfach 555, 1008 Wien" oder „Nicht Retournieren" angebracht werden.

2.3 Versand von Sponsoring.Mail-Sendungen

Tipp: Das Post Versandtool unter ella.post.at/versandtool unterstützt online beim Ausfüllen der Aufgabelisten und Formblätter, Avisieren von Sendungen und ermöglicht die Übermittlung des digitalen Sendungsmusters.

2.3.1 Aufgabe: Alle Sponsoring.Mail-Sendungen müssen mit persönlicher Anschrift versehen werden und in einer Anzahl von mindestens 1.000 Stück bei der vertraglich vereinbarten Post-Geschäftsstelle zu den festgelegten Annahmezeiten aufgegeben werden. Werden weniger als 1.000 Stück aufgegeben, ist das Entgelt für 1.000 Stück Sponsoring.Mail-Sendungen zu entrichten (Punkt 1.6.7). Abweichende Annahmezeiten können mit der Post (z.B. bei großen Sendungsmengen) gesondert vereinbart werden.

2.3.2 Aviso: Auflieferungen von maschinenfähigen Sponsoring.Mail-Sendungen gemäß Pkt. 2.3.6 mit bis zu 50.000 Stück sowie Sponsoring.Mail-Sendungen gemäß Pkt. 2.3.7 mit bis zu 10.000 Stück sind mindestens drei Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag zu avisieren.

Auflieferungen von maschinenfähigen Sponsoring.Mail-Sendungen gemäß Pkt. 2.3.6 mit mehr als 50.000 Stück sowie Sponsoring.Mail-Sendungen gemäß Pkt. 2.3.7 mit mehr als 10.000 Stück sind mindestens fünf Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag zu avisieren.

Die Avisierung hat über eine lizenzierte Versandsoftware (z.B. Post Versandtool) zu erfolgen.

2.3.3 Versand unter Umschlag: Bei Versand unter Umschlag dürfen Verschlusslaschen nicht abstehen, sie müssen entweder verklebt oder eingesteckt werden.

2.3.4 Mustersendung: Der Post ist drei Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag über eine lizenzierte Versandsoftware (z.B. Post Versandtool) ein digitales Musterexemplar, das genau den aufgelieferten Sponsoring.Mail-Sendungen inklusive aller Beilagen sowie einer allfälligen Umhüllung (z.B. Kuvert) entspricht und das als solches bezeichnet und

erkennbar ist, zukommen zu lassen.

Die Post wird auf Basis des übermittelten Musterexemplars prüfen, ob die aufzuliefernden Sendungen den inhaltlichen Erfordernissen dieser AGB entsprechen und dem*der Absender*in bis zum Auflieferтag das Ergebnis dieser Prüfung mittels E-Mail (an die angegebene E-Mail-Adresse) zukommen lassen.

2.3.5 Aufgabeliste: Die im Rahmen des Aviso zur Verfügung gestellte Aufgabeliste ist bei der Annahmestelle abzugeben.

2.3.6 Sponsoring.Mail Classic

2.3.6.1 Kriterien: Folgende Kriterien definieren Sponsoring.Mail Classic:

- Maschinenfähigkeit, d.h. maschinelle Les- und Bearbeitbarkeit der Sendungen (Spezifikationen siehe die unter post.at/richtigadressieren veröffentlichten Besondere Bedingungen Voraussetzungen für die Maschinenfähigkeit in der zum Zeitpunkt der Aufgabe (Punkt 2.3) geltenden Fassung.
- Format der Sendung:
  - Rechteckig oder quadratisch
  - Mindestmaße: 140 mm × 90 mm
  - Höchstmaße: 235 mm × 162 mm
  - max. Stärke: 5 mm
  - Höchstgewicht: 50 g

2.3.6.2 Briefbehälter: Die Sendungen sind in Briefbehältern der Post oder in Kuvertkartons aufzuliefern. Innerhalb dieser Behälter müssen alle Sendungen stehend und gleich ausgerichtet angeordnet sein, sodass alle Anschriften in eine Richtung zeigen (kein Stapeln).

2.3.6.3 Wird festgestellt, dass die aufgelieferten Sendungen das Kriterium der Maschinenfähigkeit nicht erfüllen, wird innerhalb eines Jahres ab dem Tag der Aufgabe der Sendungen nachträglich für diese Sendungen die Differenz auf das Beförderungsentgelt für Sponsoring.Mail Plus Restmenge in Rechnung gestellt. Die Einhaltung der Laufzeit (Punkt 3.1) kann in diesem Fall nicht gewährleistet werden.

2.3.7 Sponsoring.Mail Plus Sendungen

2.3.7.1 Kriterien: Sponsoring.Mail Plus sind Sendungen aller übrigen Formate und Gewichtsstufen (z.B. Einzelblätter bis Format C5 mit weniger als 200 g/m² Flächengewicht oder Einzelblätter größer Format C5) bzw. nicht maschinenfähige Sendungen im Format Sponsoring.Mail Classic.

2.3.7.2 Aufgabe:
Sponsoring.Mail Plus Sendungen sind aufzugeben in:

- Ortsbunden (das sind zielrein-sortierte Bunde mit identer Postleitzahl – sortiert nach Straßennamen in alphabetischer Reihenfolge und nach Hausnummern aufsteigend gereiht) oder in
- Leitgebietsbunden (das sind nach den ersten beiden Stellen der Postleitzahl sortierte Sendungen).
- Restmengen: Restmengen können generell nur aufgegeben werden, wenn keine Bundbildung möglich ist: Restmengen, die nicht nach Orten (Postleitzahlen) oder Leitgebieten gebündelt werden können, sind ohne Sortierung und ungebündelt in Kuvertkartons oder Briefbehältern aufzuliefern. Die Restmenge mit Sendungen für Wien ist getrennt von der Restmenge für das übrige Bundesgebiet aufzugeben.

2.3.7.3 Bundgröße: Ein Bund hat mindestens 20 Sendungen zu enthalten. Dies gilt nicht für schwerere oder stärkere Einzelsendungen. In diesem Fall sind mindestens so viele Sendungen zu einem Bund zu vereinen, dass die Formats- und Gewichtsobergrenzen gem. Pkt. 2.3.7.1 annähernd erreicht werden.

Sollten mehr Sendungen für ein definiertes Ziel bestimmt sind, 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.

2.3.7.4 Übergabe: Die Sendungen sind der Annahmestelle nach Bundarten und Restmengen getrennt zu übergeben. Sendungen, die sich nicht zur Bundbildung eignen, sind in ausreichend stabilen Kartons oder Briefbehältern aufzugeben (max. 10 kg pro Karton). Die Briefbehälter werden nach Vereinbarung mit der Annahmestelle oder einem*einer Kundenbetreuer*in von der Post zur Verfügung gestellt.

2.3.7.5 Sendungsziel Wien: Bei Sendungen nach Wien (Postleitzahl mit 1...) sind Ortsbunde nach den ersten drei Stellen der Postleitzahl zu bilden. Die Fertigung von Leitgebietsbunden ist bei Sendungen für Wien nicht möglich.

2.3.7.6 Kriterien für die Bunde:

- 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 auf dem Bundzettel nicht abgedeckt werden und
- dass kein Verpackungsmaterial (Schnüre etc.) von den Bunden absteht.

2.3.7.7 Bundzettel: Vor der Aufgabe bei der Annahmestelle der Post hat der*die Absender*in die Bunde mit einem vollständig ausgefüllten Bundzettel laut Post Versandtool, Post Versandmanager-Pro oder einer postzertifizierten Software zu versehen. Der Bundzettel darf nicht wesentlich kleiner als die Sendung sein.

Bei Nichteinhaltung der vorgegebenen Bundsortierung wird innerhalb eines Jahres ab dem Tag der Aufgabe der Sendungen nachträglich für diese Sendungen die Differenz auf das Beförderungsentgelt

für Sponsoring.Mail Plus Restmenge in Rechnung gestellt. Die Einhaltung der Laufzeit (Punkt 3.1) kann in diesem Fall nicht gewährleistet werden.

2.3.8 Formblätter: Erforderliche Formblätter (Aufgabeliste, Bundzettel, etc.) sind vom*von der Kund*in mit einer lizenzierten Versandsoftware (z.B. dem Post Versandtool unter ella.post.at/versandtool) zu erstellen. Die der Annahmestelle übergebenen Formblätter verbleiben bei der Post. Davon ausgenommen sind jene Teile, die für den*die Kund*in oder Empfänger*in bestimmt sind.

2.3.9 Überprüfung: Die Post kann Sponsoring.Mail-Sendungen zur stichprobenweisen Überprüfung der Einhaltung der in diesen AGB angeführten Voraussetzungen öffnen.

2.3.10 Nachverrechnung: Wird festgestellt, dass die aufgelieferten Sendungen nicht dem digital übermittelten Muster entsprachen und/oder der*die Absender*in über keinen gültigen Sponsoring.Mail-Vertrag (siehe Pkt. 1.2) verfügt, ist die Post innerhalb eines Jahres ab dem Tag der Aufgabe der Sendungen berechtigt, die Differenz zu den Entgelten für Info. Mail (gemäß PPV Info.Mail Public bzw. PPV Info. Mail Werbung) bzw. Brief National (gemäß AGB Brief National) nachträglich in Rechnung zu stellen.

2.3.11 Sendungsvermerke: Die Post behält sich das Recht vor, auf den Sponsoring.Mail-Sendungen postdienstliche Vermerke ggf. mittels Klebeetiketten bzw. Strichcodes anzubringen.

2.4 Rückgabe von Sponsoring.Mail-Sendungen

2.4.1 Der*die Absender*in kann nach Aufgabe lediglich die Rückgabe von denjenigen Sponsoring.Mail-Sendungen, die sich noch bei der Annahmestelle befinden, verlangen.

2.4.2 Die Sponsoring.Mail-Sendungen werden dem*der Absender*in nur dann rückausgefolgt, wenn dieser die Übernahme der Sponsoring.Mail-Sendungen schriftlich bestätigt.

2.4.3 Wurden die Sponsoring.Mail-Sendungen bereits von der Annahmestelle abgeleitet und wird eine Rückgabe dieser Sponsoring.Mail-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.Mail wird innerhalb von sechs Werktagen (ausgenommen Samstag) an die Adresse des*der Empfänger*in zugestellt. Diese Frist beginnt jeweils mit dem der Aufgabe der Sponsoring.Mail-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*die Empfänger*in 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*in) ist es ev. erforderlich, dass der*die Kund*in von diesen AGB abweichende Angaben hinsichtlich Vorlaufzeit, Sendungsaviso, Verwendung der von der Post zur Verfügung gestellten Versandvorbereitungs-Tools sowie Versanddokumente, vornimmt. In diesen Fällen informiert die Post den*die Kund*in zeitgerecht über Art und Umfang der Änderungen.

3.2 Nachsendung

3.2.1 Bei Vorliegen eines gültigen Nachsendeauftrages wird Sponsoring.Mail 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.Mail-Sendungen

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

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

3.3.2 Unzustellbare Sponsoring.Mail-Sendungen werden kostenpflichtig an den*die Kund*in zurückgesendet, sofern auf der Sendung deutlich sichtbar eine Absender*innenangabe im Inland angegeben ist und die Sendungen nicht über der Adresse des*der Empfänger*in deutlich sichtbar in Fettdruck den Vermerk „Retouren an Postfach 555, 1008 Wien“ oder „Nicht

Retournieren“ tragen. Das Retourenentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Mail in der zum Zeitpunkt der Aufgabe geltenden Fassung ist vom*von der Absender*in bei der Aufgabe der Sendungen zu entrichten.

3.4 Unanbringliche Sendungen

3.4.1 Unzustellbare Sponsoring.Mail Sendungen gemäß Punkt 3.3, die aufgrund fehlender Angaben (z.B. der Absender*innenadresse) nicht an den*die Kund*in zurückgesendet werden können oder auf Grund des Retourenverzichtes nicht zurückgesendet werden sollen, gelten als unanbringlich und werden vernichtet.

3.4.2 Der*die Absender*in erklärt sich mit der Aufgabe der Sponsoring.Mail-Sendungen damit einverstanden, dass unanbringliche Sponsoring.Mail-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*der Kund*in 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*die Kund*in 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*die Kund*in hat nachzuweisen, dass

- er*sie 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*der Kund*in wegen Schadenersatz für von ihr zu vertretenden Verlust (Nichterfüllung), Beschädigung und Verzögerung (Schlechterfüllung).

4.1.2.2 Steht dem*der Kund*in 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 Verbraucher*innen 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*die Absender*in hat nachzuweisen, dass

- er*sie 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 Anspruchsbegründende Verzögerung liegt vor, wenn die Sponsoring.Mail-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. Bei nicht AGB-konformer Auflieferung der Sendungen übernimmt die Post keine Haftung bezüglich der Beförderungsdauer.

4.1.3.2 Eine anspruchsbegründende Beschädigung gilt als gegeben, wenn die Sponsoring.Mail-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.Mail-Sendungen übersteigender Teil nicht oder verspätet an den*die Empfänger*in zugestellt worden ist und der*die Kund*in 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.Mail-Sendungen trägt der*die Kund*in.

4.1.6 Eine darüber hinausgehende Haftung der Post, insbesondere für entgangenen Gewinn, Verzugsschäden, Vermögensschäden, Folgeschäden, nicht erzielte Ersparnisse, Zinsverluste sowie Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den*die Kund*in 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 Verbraucher*innen 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.Mail-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) bei der vertragsschließenden Stelle schriftlich geltend gemacht werden.
- Der*die Kund*in 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 fällt oder die Sendung von einer Behörde beschlagnahmt oder vernichtet worden ist sowie
- für sämtliche Schäden, die durch vom Parteiwillen unabhängige und unvermeidbare Umstände eintreten. Das können z.B. unvorhersehbare und 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 und unabwendbare Hinderungsgründe sein.

4.3 Haftung des*der Absender*in

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

4.3.2 Der*die Kund*in 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*die Kund*in 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*der Kund*in 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*die Kund*in 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*von der Kund*in 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.Mail-Sendungen zur Aufgabe gebracht wurden.

4.4.3 Bei Klagen gegen Verbraucher*innen, 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.

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

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

post.at/medienpost

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