

Sponsoring.Post

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Gültig ab 1.4.2004

Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Versand von Sponsoring.Post

Gültig ab 1.4.2004

Inhaltsverzeichnis

1 Allgemeiner Teil	4	7 Anhang 2 – Maschinenfähigkeit (=MASCHINELLE LES- UND BEARBEITBARKEIT) VON SPONSORING. POST-SENDUNGEN	11
1.1 Geltungsbereich und Rechtsgrundlage	4	7.1 Format der Sponsoring.Post-Sendungen	11
1.2 Vertragsverhältnis	4	7.2 Automationsgerechte Gliederung der Anschriftseite.....	11
1.3 Dienstleistungsangebot der Post	4	7.3 Maschinelle Lesbarkeit der Anschrift	11
1.4 Versandberechtigte Absender, Versandzweck.....	5	7.4 Weitere Kriterien	11
1.5 Kündigung und Änderung des Vertragsverhältnisses	6	7.5 Darstellung der Freimachungs-, Lese- bzw. Codierzonen auf den Sponsoring.Post-sendungen.....	11
1.6 Ermittlung und Bezahlung von Entgelten.....	6	7.6 Kuvertauswahl	12
1.7 Rückzahlung von Entgelten.....	6	7.7 Richtige Reihenfolge der Bestandteile der Anschrift und Platzierung der Absenderangabe	12
1.8 Von der Beförderung ausgeschlossene Sendungen.....	6	7.8 Maschinell lesbare Schrift	13
2 Aufgabe	6	7.9 Beispiel für eine mögliche Platzierung von Werbeaufdrucken.....	13
2.1 Aufgabe von Sponsoring.Post.....	6	7.10 Überprüfung der Maschinenfähigkeit	13
2.2 Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen	7	7.11 Weitere Empfehlungen zu einem effizienten Versand von Sponsoring.Post-Sendungen.....	13
3 Abgabe	8		
3.1 Zustellung	8		
3.2 Nachsendung	8		
3.3 Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen	8		
3.4 Unanbringliche Sendungen	8		
4 Haftung	8		
4.1 Gewährleistung	8		
4.2 Schadenersatz.....	8		
4.3 Haftungsausschluss	9		
4.4 Gemeinsame Bestimmungen für Gewährleistung und Schadenersatz.....	9		
5 Gerichtsstand / Anzuwendendes Recht	9		
6 Anhang 1 – Verzeichnis der Entgelte	10		
6.1 Beförderungsentgelt	10		
6.2 Bearbeitungsentgelt	10		
6.3 Jahresentgelt.....	10		

1 Allgemeiner Teil

1.1 Geltungsbereich und Rechtsgrundlage

1.1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB") gelten für die vertraglichen Rechtsbeziehungen zwischen der Österreichischen Post Aktiengesellschaft (nachfolgend "Post") und ihren Kunden im Dienstleistungsbereich Versand von Sponsoring.Post. Die AGB treten mit 1.4.2004 in Kraft.

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

1.2 Vertragsverhältnis

1.2.1 Die Post erbringt ihre Dienstleistungen im Bereich Sponsoring.Post nach Maßgabe dieser AGB in ihrer jeweils gültigen Fassung.

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

1.2.3 Der Antrag auf Abschluss eines Vertrages über den Versand von Sponsoring.Post ist vom Kunden an die Post (Österreichische Post AG, Geschäftsfeld Medienpost, Postgasse 8, 1010 Wien) zu richten. Erforderliche Formblätter für den Vertragsabschluss (Vertragsantrag) werden vom Kundenbetreuer zur Verfügung gestellt bzw. sind im Internet unter www.post.at abrufbar. Dem Vertragsantrag sind zwei Musterexemplare der Sendungen beizufügen, die zum Tarif für Sponsoring.Post befördert werden sollen. Die Muster müssen erkennen lassen, dass sie hinsichtlich ihrer äußeren und inneren Gestaltung für die Exemplare der künftigen Nummern, die gemäß dieser AGB befördert werden sollen, repräsentativ sind. Die Post kommt innerhalb von vier Wochen ab Einlangen des Antrages dem Antrag dadurch nach, dass sie dem Kunden entweder einen entsprechenden Vertrag in zweifacher Ausfertigung mit eingeschriebenem Brief übermittelt oder ihm jene Umstände schriftlich bekannt gibt, die dem Abschluss eines Vertrages entgegenstehen. Innerhalb dieser Bearbeitungsfrist ist der Kunde an seinen Antrag gebunden. Der Vertrag gilt mit Übermittlung des dem Vertragsantrag des Kunden entsprechenden Vertrages an den Kunden als abgeschlossen (nachfolgend "Vertragsabschluss"). Als Bestätigung muss der Kunde (nachfolgend "Absender") eine der Vertragsausfertigungen unterfertigt an die Post retournieren.

1.2.4 Für die Bearbeitung des Vertragsantrages ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt gemäß Anhang 1 zu entrichten.

1.2.5 Soweit im Vertrag nichts anderes vereinbart wird, können die Dienstleistungen frühestens nach Ablauf einer Woche nach Vertragsabschluss beansprucht werden.

1.3 Dienstleistungsangebot der Post

1.3.1 Die Post befördert nach den Bedingungen dieser AGB als Sponsoring.Post inhaltlich gleiche, persönlich beschriftete Sendungen in rechteckiger Form mit einem Höchstgewicht von 2.000 Gramm je Sendung einschließlich Verpackung und aller Beilagen (nachfolgend "Sponsoring.Post-Sendungen"). Sendungen, die sich ausschließlich durch Ordnungsnummern (wie z. B. Mitgliedsnummer oder Datumsangabe) oder Angaben, die der Anschrift gleichen (persönliche Anrede), voneinander unterscheiden, gelten als inhaltlich gleich.

Es gelten folgende Versandmaße (rechteckige Form):

- Mindestmaße: 14 x 9 cm
- Höchstmaße: 33 x 23,5 x 5 cm.

1.3.2 Die Dienstleistungen können nur in Anspruch genommen werden, wenn der Absender mit der Post einen Vertrag gemäß Punkt 1.2.3 abschließt.

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

- im Titel Namen von geschäftlichen Unternehmen oder Erzeugnissen, Firmen- oder Markenzeichen im geschäftlichen Interesse dieser Firmen tragen oder
- zu den Kundenzeitungen oder Kundenzeitschriften zu zählen sind.

1.3.4 Die gemäß diesen AGB zu befördernden Sponsoring.Post-Sendungen müssen unter demselben Titel in fortlaufenden Nummern erscheinen.

1.3.5 Beilagenregelung:

Im Dienstleistungsbereich Sponsoring.Post sind folgende Beilagen zulässig:

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

Die Beigabe von Mustern und Gegenständen (Warenproben, Incentives/Werbegeschenke etc.) ist unter rechtzeitiger Vorlage der Sendung mit der Post abzuklären. Solche Sendungen müssen vorab durch die Post für zulässig erklärt werden und können mit einem kostenorientierten Preisaufschlag versehen werden, falls sich durch die beigegebenen Muster oder Gegenstände für die Post ein Mehraufwand in der Verarbeitung oder Zustellung ergibt.

1.3.6 Die Beigabe von Fremdbeilagen, d. h. Beilagen, die im Interesse eines anderen als dem Absender der Sponsoring.Post versendet werden, ist jedenfalls nicht zulässig.

1.3.7 Der Versand von nicht rechteckigen Sendungen (z. B. Rollenformen oder unregelmäßige Stanzformen) mit den unter Punkt 1.3.1 genannten Höchstmaßen ist mit der Post gesondert zu vereinbaren. Solche Sendungen müssen vorab von der Post für zulässig erklärt werden. Die Post berechnet hierfür ein dem Aufwand der zu erbringenden Sonderleistung entsprechendes Entgelt. Soweit nicht anderes vereinbart wird, gelten diese AGB sinngemäß.

1.3.8 Die Post ist ein Massenbeförderer, der einen österreichweiten Dienst für Sponsoring.Post zu vergünstigten Preisen anbietet, und ist daher organisatorisch auf eine möglichst einfache, standardisierte Abwicklung einer großen Anzahl von Sendungen ausgerichtet. Eine durchgehende Beaufsichtigung der einzelnen Sendung zwischen der Aufgabe und Abgabe wird von der Post im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses nur insofern durchgeführt, als es mit vertretbaren Mitteln möglich ist; die Entscheidung darüber obliegt der Post.

1.3.9 Sendungen, die Sachen mit einem das jeweilige Beförderungsentgelt übersteigenden Wert enthalten, dürfen nicht als Sponsoring.Post aufgegeben werden.

1.3.10 Transportbetriebsmittel / Ersatzleistung

Sämtliche Transportbetriebsmittel der Post (Briefbehälter, Rollbehälter, etc.), die Kunden unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, bleiben im Eigentum der Post; eine zweckfremde Verwendung (z.B. Zwischentransporte zu Dritten und/oder Weitergabe, firmeninterne Transporte/Benutzung, Lagerung von Material, etc.) ist jedenfalls unzulässig.

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

Bei Beschädigung oder Verlust ist die Post berechtigt, Schadenersatz zu verlangen.

1.4 Versandberechtigte Absender, Versandzweck

1.4.1 Gemeinnützige Organisationen

Als solche gelten Organisationen, die nach Gesetz, Satzung, Stiftungsbrief oder ihrer sonstigen Rechtsgrundlage und nach ihrer tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich und unmittelbar die Förderung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke im Sinne der §§ 34ff Bundesabgabenordnung in der jeweils geltenden Fassung verfolgen. Dazu zählen insbesondere im Inland anerkannte Kirchen und Religionsgemeinschaften. In den Sponsoring.Post-Sendungen ist auf den Zweck der Spendensammlung Bezug zu nehmen. Diese muss gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen.

1.4.2 Vereine

Als solche gelten Vereine, die den Bestimmungen des Vereinsgesetzes 1951 in der jeweils geltenden Fassung unterliegen. Mindestens 51% der bedruckten Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen muss der Berichterstattung über das Vereinsleben bzw. den Vereinszwecken entsprechenden Angelegenheiten dienen.

1.4.3 Wahlwerber

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

1.4.4 Politische Parteien

Als solche gelten gem. dem Parteiengesetz 1975 konstituierte politische Parteien. Mindestens 51% der bedruckten Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen muss der Berichterstattung über Angelegenheiten der Politik dienen.

1.5 Kündigung und Änderung des Vertragsverhältnisses

- 1.5.1 Der Absender kann den Vertrag jederzeit mit sofortiger Wirkung mittels eingeschriebenem Brief bei der vertragsschließenden Stelle der Post schriftlich kündigen.
- 1.5.2 Die Post ist berechtigt, den Vertrag zu kündigen, wenn der Absender wesentliche Vertragspflichten verletzt. Vor der Kündigung hat die Post den Absender an die Vertragspflichten zu erinnern und ihm eine angemessene Frist zur Herstellung des vertragskonformen Zustandes zu setzen. Als Verletzung wesentlicher Vertragspflichten gilt insbesondere, wenn der Absender
- Sendungen einliefert, die die Voraussetzungen dieser AGB nicht erfüllen;
 - die zum Versand zugelassene Sponsoring.Post-Sendung wiederholt nicht entsprechend dem geschlossenen Vertrag aufgibt;
 - für die Abwicklung des Vertragsverhältnisses wesentliche Auskünfte innerhalb der von der Post gesetzten angemessenen Fristen nicht erteilt.
- 1.5.3 Jede Änderung von im Vertrag enthaltenen Angaben ist vom Absender unverzüglich der vertragsschließenden Stelle der Post zur entsprechenden Vertragsänderung schriftlich bekannt zu geben. Die Post hat dem Absender die Vertragsänderung schriftlich zu bestätigen. Für jede Vertragsänderung ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt gemäß Anhang 1 zu entrichten. Bei einem Wechsel in der Person des Absenders ist eine Kündigung durch den bisherigen Absender erforderlich. Der neue Absender muss mit der Post einen neuen Vertrag abschließen.

1.6 Ermittlung und Bezahlung von Entgelten

- 1.6.1 Der Absender ist verpflichtet, für jede von ihm in Anspruch genommene Leistung der Post bei der Aufgabe der Sponsoring.Post das dafür im Anhang 1 zu diesen AGB vorgesehene Entgelt zu entrichten.
- 1.6.2 Die Entgelte für die Beförderung von Sponsoring.Post und sonstige Leistungen nach Anhang 1 sind durch Barzahlung, oder, wenn dies gesondert vereinbart worden ist, durch Abbuchung von einem Girokonto bei einem in Österreich ansässigen Kreditinstitut zu entrichten. Bei Barzahlung ist das Entgelt beim Aufgabepostamt/Verteilzentrum zu entrichten.
- 1.6.3 Die Post kann die Entgelte nach gesonderter Stundungsvereinbarung stunden, wenn dies nach der Höhe der zu entrichtenden Entgelte und den sonstigen Umständen zweckmäßig erscheint. Voraussetzung ist, dass die Post ermächtigt wird, die gestundeten Entgelte von einem Konto bei der Österreichischen Postsparkasse oder bei einem sonstigen in Österreich ansässigen Kreditinstitut einzuziehen. Dafür sind die von der Post zur Verfügung gestellten Formblätter "Stundung der Entgelte (Einzahlungsauftrag)" zu verwenden. Die Post behält sich das Recht vor, eine Bankgarantie zu verlangen.

- 1.6.4 Bei Nichteinhaltung des mit der Post vereinbarten Zahlungszieles ist die Post berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 12% p.a. des Entgelts zu verrechnen. Als Berechnungsgrundlage für die Verzugszinsen gilt der nach Ablauf des Zahlungszieles offenstehende Rechnungsbetrag.

1.7 Rückzahlung von Entgelten

- 1.7.1 Zuviel entrichtete Entgelte werden dem Absender zurückerstattet, wenn er der Post diesen Umstand innerhalb einer Frist von sechs Monaten nachweist.
- 1.7.2 Die dem Beförderungsentgelt entsprechende Leistung gilt als erbracht, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen vom Aufgabepostamt/Verteilzentrum weitergeleitet wurden und die Beförderung ohne Verschulden der Post nicht abgeschlossen werden kann.

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 Aufgabe von Sponsoring.Post

- 2.1.1 Alle Sponsoring.Post-Sendungen müssen mit persönlicher Anschrift versehen werden und – ausgenommen Nachlieferungen – in einer Anzahl von mindestens 1.000 Stück bei einem vertraglich vereinbarten Aufgabepostamt/Verteilzentrum aufgegeben werden.

2.1.2 Auf der Sponsoring.Post-Sendung sind 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 deutlich sichtbar folgende Angaben zu machen:

- der Vermerk „Österreichische Post AG / Sponsoring.Post“,
- die Bezeichnung des für den Kunden zuständigen Benachrichtigungspostamts (nachfolgend "Benachrichtigungspostamt") sowie
- die aus dem Vertrag ersichtliche Vertragsnummer.

Bei Sponsoring.Post-Sendungen in Fensterkuverts kann der Freimachungsvermerk einzeilig oberhalb der Anschrift und deutlich abgesetzt von dieser gedruckt werden. Dieser Vermerk darf ausschließlich auf jenen Sponsoring.Post-Sendungen angebracht werden, die der Österreichischen Post AG zum Versand übergeben werden.

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

2.1.4 Den Sponsoring.Post-Sendungen ist bei jeder Auflieferung (auch Teil- bzw. Nachlieferungen) eine vollständig ausgefüllte Aufgabeliste beizufügen.

2.1.5 Die Sponsoring.Post-Sendungen sind – ausgenommen Punkt 2.1.10 – in Orts-, Leitstrecken-, Leitgebiets- und Leitzonenbunden aufzugeben. Die Bunde haben folgenden Kriterien zu entsprechen:

- Höhe: mindestens 2,0 cm
maximal 23,5 cm
- Gewicht: maximal 10,0 kg pro Bund.

Ausgenommen bei Leitzonenbunden muss ein Bund mindestens 10 Sponsoring.Post-Sendungen enthalten. Dies gilt nicht für schwerere oder stärkere Sponsoring.Post-Sendungen. In diesem Fall sind mindestens so viele Sponsoring.Post-Sendungen zu einem Bund zu vereinen, dass die Format- oder Gewichtsobergrenzen annähernd erreicht werden. Sollten mehr Sponsoring.Post-Sendungen für ein definiertes Ziel bestimmt sein, so sind hierfür entsprechend viele Bunde zu fertigen. Eine Vereinigung mehrerer Bunde auf einer Palette ist zulässig. Die Bunde sind mittels kreuzweiser Schnürung so zu fertigen, dass sie der Beförderungsbelastung standhalten (dies betrifft auch die im jeweiligen Bund enthaltenen Sponsoring.Post-Sendungen) und dass kein Verpackungsmaterial (Schnüre, etc.) von den Bunden absteht.

2.1.6 Jeder Bund ist mit einem Bundzettel zu versehen, auf diesem ist folgendes anzuführen:

- Titel und Vertragsnummer der Sponsoring.Post-Sendung;

- Absenderangaben (Name/Firma, Anschrift);
- Der Vermerk Sponsoring.Post;
- Anzahl der Sponsoring.Post-Sendungen im Bund;
- Postleitzahl des Bestimmungsortes/der Leitstrecke/ des Leitgebiets/der Leitzone.

2.1.7 Erforderliche Formblätter (Aufgabelisten, Bundzettel, Palettenzettel etc.) sind vom Absender auf eigene Kosten beizustellen. Nicht von der Post bezogene Formblätter müssen den von der Post herausgegebenen in der jeweils gültigen Fassung in Form, Größe, Farbe und Aufdruck entsprechen. Ob die betriebliche Konformität postfremder Formblätter im Sinne dieser AGB gegeben ist, entscheidet die Post.

2.1.8 Die Post kann Sponsoring.Post-Sendungen zur stichprobenweisen Überprüfung der Einhaltung der in diesen AGB angeführten Voraussetzungen öffnen. Die Post behält sich das Recht vor, auf den Sponsoring.Post-Sendungen postdienstliche Vermerke ggf. mittels Klebeetiketten anzubringen.

2.1.9 Wird ein Umstand, der die Aufgabe einer Sendung zu diesen AGB nicht zugelassen hätte, erst nachträglich festgestellt, ist die Post berechtigt, die Differenz zu den Entgelten für Info.Mail bzw. Brief Inland nachträglich in Rechnung zu stellen.

2.1.10 Bei Aufgabe maschinenfähiger Sponsoring.Post-Sendungen im Sinne des Anhang 2 in mechanisierten Verteilzentren sind die Sponsoring.Post-Sendungen in Briefbehältern der Post nach Vorgaben der Post aufzuliefern. Innerhalb dieser Briefbehälter müssen alle Sponsoring.Post-Sendungen stehend und gleich ausgerichtet angeordnet sein, sodass alle Anschriften in eine Richtung zeigen. Die Briefbehälter werden nach Vereinbarung mit dem Verteilzentrum oder einem Kundenbetreuer dem Absender zur Verfügung gestellt.

2.2 Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen

2.2.1 Der Absender kann nach Aufgabe lediglich die Rückgabe von denjenigen Sponsoring.Post-Sendungen, die sich noch beim Aufgabepostamt/Verteilzentrum befinden, verlangen.

2.2.2 Die Sponsoring.Post-Sendungen werden dem Absender nur dann rückausgefolgt, wenn dieser die Übernahme der Sponsoring.Post-Sendungen schriftlich bestätigt.

2.2.3 Wurden die Sponsoring.Post-Sendungen bereits aus dem Aufgabepostamt/Verteilzentrum abgeleitet und wird eine Rückgabe dieser Sponsoring.Post-Sendungen gewünscht, so ist dies mit der Post gesondert zu vereinbaren und ein kostenorientiertes Entgelt für die Rückgabe zu entrichten.

3 Abgabe

3.1 Zustellung

- 3.1.1 Sponsoring.Post wird innerhalb von sechs Werktagen (ausgenommen Samstag) an die Empfangsadresse zugestellt. Diese Frist beginnt mit dem der Aufgabe der Sponsoring.Post-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) und endet mit der ordnungsgemäßen Abgabe der Sponsoring.Post-Sendungen.
- 3.1.2 Die Abgabe erfolgt durch Einlegen in eine für den Empfänger bestimmte Einrichtung zum Empfang von Briefsendungen (Briefkasten, Hausbrieffachanlage, Landabgabekasten). Ist der Empfänger Inhaber eines Postfaches, wird die an die Postfachanschrift gerichtete Sponsoring.Post-Sendung in dieses Postfach eingelegt.

3.2 Nachsendung

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

3.3 Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen

- 3.3.1 Sponsoring.Post gilt als unzustellbar, wenn
- sie eine unrichtige oder unvollständige Empfängeradresse aufweist und der richtige Empfänger nicht ermittelt werden kann;
 - der Empfänger die Annahme der Sponsoring.Post-Sendung verweigert;
 - nach der Aufgabe festgestellt wird, dass die Sponsoring.Post von der Postbeförderung ausgeschlossen ist.
- 3.3.2 Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen werden an das Benachrichtigungsamt des Kunden/Aufgabeverteilzentrum zurückgesendet; dies jedoch nur unter der Voraussetzung, dass die Sendungen durch die Post verteilt und abgegeben worden sind und der Kunde nicht ausdrücklich auf die Rücksendung verzichtet hat.
- ### 3.4 Unanbringliche Sendungen
- 3.4.1 Sendungen gemäß Punkt 3.3.1, die nicht gemäß Punkt 3.3.2 zurückgesendet werden, werden als unanbringlich behandelt und werden vernichtet.
- 3.4.2 Der Absender erklärt sich mit der Aufgabe der Sponsoring.Post-Sendungen damit einverstanden, dass unanbringliche Sponsoring.Post-Sendungen in das Eigentum der Post übergehen.

4 Haftung

Werden Sponsoring.Post-Sendungen durch die Post nachweislich stark beschädigt bzw. verspätet, d.h. nicht innerhalb der Abgabefrist gemäß Punkt 3.1.1 (nachfolgend "verspätet"), oder überhaupt nicht an den Empfänger zugestellt, so hat der Absender das Recht, entweder Gewährleistung gemäß Punkt 4.1 oder Schadenersatz gemäß Punkt 4.2 geltend zu machen.

4.1 Gewährleistung

- 4.1.1 Werden Sponsoring.Post-Sendungen durch die Post nachweislich stark beschädigt bzw. überhaupt nicht an den Empfänger zugestellt, so kann der Absender, ausschließlich hinsichtlich dieser Sponsoring.Post-Sendungen eine erneute Zustellung – sofern die Sponsoring.Post-Sendungen durch den Absender auf seine Kosten erneut beigelegt werden – ohne Entrichtung eines Entgeltes verlangen; ist dies unmöglich oder für die Post mit einem unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden, so kann die Post das Entgelt für diesen Teil der Sponsoring.Post-Sendungen rückerstatten, der nachweislich stark beschädigt oder überhaupt nicht zugestellt worden ist. Werden Sponsoring.Post-Sendungen verspätet zugestellt, so kann der Absender lediglich das Entgelt für den Teil der Sponsoring.Post-Sendungen zurückverlangen, der nachweislich verspätet zugestellt worden ist.
- 4.1.2 Das Recht gemäß Punkt 4.1.1 muss von Verbrauchern binnen 2 Jahren und von Unternehmern iSd § 1 KSchG binnen 6 Monaten gerichtlich geltend gemacht werden; die Frist beginnt mit dem Werktag (ausgenommen Samstag), der dem letzten Tag der Abgabefrist gemäß Punkt 3.1.1 folgt (§ 933 ABGB).

Erfolgt die Beförderung der Sponsoring.Post-Sendungen für den Absender im Rahmen eines Handelsgeschäftes, so hat er die starke Beschädigung, die Verzögerung und/oder den Verlust der Post unverzüglich schriftlich anzuzeigen; unterlässt der Absender diese Anzeige, so gilt die Beförderung als ordnungsgemäß erbracht (§ 377 HGB).

4.2 Schadenersatz

- 4.2.1 Die Post haftet dem Absender für von ihr oder ihr aufgrund des Gesetzes zuzurechnenden Personen verursachte Schäden, insbesondere durch Verzögerung, starker Beschädigung oder Verlust einer Sendung nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Die Post haftet nicht für leicht fahrlässig verursachte Schäden; dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern iSd § 1 KSchG für Personenschäden und Schäden an Sachen, die die Post zur Bearbeitung übernommen hat.

4.2.2 Werden Sponsoring.Post-Sendungen durch die Post nachweislich stark beschädigt bzw. überhaupt nicht an den Empfänger zugestellt, so kann der Absender, ausschließlich hinsichtlich dieser Sponsoring.Post-Sendungen eine erneute Zustellung – sofern die Sponsoring.Post-Sendungen durch den Absender auf seine Kosten erneut beigestellt werden – ohne Entrichtung eines Entgeltes verlangen; ist dies unmöglich oder für die Post mit einem unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden, so kann die Post das Entgelt für diesen Teil der Sponsoring.Post-Sendungen rückerstatten, der nachweislich stark beschädigt oder überhaupt nicht zugestellt worden ist. Werden Sponsoring.Post-Sendungen verspätet zugestellt, so kann der Absender lediglich das Entgelt für den Teil der Sponsoring.Post-Sendungen zurückverlangen, der nachweislich verspätet zugestellt worden ist.

Eine darüber hinausgehende Haftung der Post, insbesondere für entgangenen Gewinn, Vermögensschäden, Folgeschäden sowie Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den Absender ist, soweit dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen, ausgeschlossen.

4.2.3 Die Haftung der Post besteht nur bis zur Höhe des für die jeweilige Auflieferung entrichteten Entgeltes und ist, sofern dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen, jedenfalls mit EUR 100.000,- beschränkt.

4.3 Haftungsausschluss

Die Haftung der Post ist insbesondere ausgeschlossen, wenn

- der Schaden auf mangelhafte Verpackung, die natürliche Beschaffenheit der beförderten Sponsoring.Post oder ein Verschulden des Absenders zurückzuführen ist;
- der Inhalt der Sponsoring.Post unter eines der im Punkt 1.8 angeführten Verbote fällt oder die Sponsoring.Post von einer Behörde beschlagnahmt oder vernichtet worden ist.

4.4 Gemeinsame Bestimmungen für Gewährleistung und Schadenersatz

4.4.1 Eine starke Beschädigung gilt als nachweislich gegeben, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen durch diese Schäden unbrauchbar, unleserlich, etc. werden. Beschädigungen, die durch den ordnungsgemäßen und üblichen Transport bzw. die Verladung bedingt sind, begründen keinesfalls Gewährleistungs- bzw. Schadenersatzansprüche.

4.4.2 Eine Verspätung eines Teils der Sponsoring.Post gilt als nachgewiesen, wenn der Absender glaubhaft machen kann, dass ein 10% einer Nummer der Sponsoring.Post übersteigender Teil (ausgenommen Nachlieferungen) nicht innerhalb der Abgabefrist gemäß Punkt 3.1.1 zugestellt worden ist.

4.4.3 Dass ein Teil der Sponsoring.Post-Sendungen überhaupt nicht an die Empfänger zugestellt worden ist, gilt als nachgewiesen, wenn der Absender dies hinsichtlich eines 10% einer Nummer der Sponsoring.Post übersteigenden Teils (ausgenommen Nachlieferungen) glaubhaft machen kann.

4.4.4 Die Abgabefrist gemäß Punkt 3.1.1 erhöht sich auf das Doppelte, wenn die Verzögerung auf eine erhebliche Zunahme des Postverkehrs (z. B. vor Weihnachten) zurückzuführen ist.

4.4.5 Die Abgabefrist gemäß Punkt 3.1.1 wird durch alle vom Parteiwillen unabhängigen Umstände, wie z. B. Fälle höherer Gewalt, unvorhersehbare Betriebsstörungen, behördliche Eingriffe, Transportschäden und Arbeitskonflikte um die Dauer der Behinderung verlängert.

4.4.6 Die Gefahr des zufälligen gänzlichen oder teilweisen Untergangs der Sponsoring.Post trägt der Absender.

4.4.7 Der Absender kann ausschließlich mit unbestrittenen Forderungen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

5 Gerichtsstand / Anzuwendendes Recht

5.1 Zuständig für alle Rechtsstreitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertragsverhältnis ist – ausgenommen Punkt 5.2 – das örtlich für die Landeshauptstadt des Bundeslandes (in Wien: 1010 Wien) zuständige Gericht, in dem die Sponsoring.Post-Sendungen zur Aufgabe gebracht wurden.

5.2 Bei Klagen gegen Verbraucher, die ihren Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Inland haben oder im Inland beschäftigt sind, ist das Gericht des Wohnsitzes, des gewöhnlichen Aufenthalts oder des Ortes der Beschäftigung zuständig.

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

6 Anhang 1 – Verzeichnis der Entgelte

6.1 Beförderungsentgelt¹⁾

Gewichts- stufe bis Gramm	Ortsbunde ²⁾	Leitgebiets-, Leitstrecken-, Leitzonenbunde
	pro 1.000 Stück EUR	pro 1.000 Stück EUR
10	150,-	170,-
20	150,-	170,-
30	160,-	180,-
40	160,-	180,-
50	160,-	180,-
60	170,-	190,-
70	170,-	190,-
80	180,-	200,-
90	180,-	200,-
100	200,-	220,-
110	210,-	230,-
120	210,-	230,-
130	230,-	250,-
140	250,-	270,-
150	250,-	270,-
160	250,-	270,-
170	260,-	280,-
180	280,-	300,-
190	280,-	300,-
200	300,-	320,-
210	310,-	330,-
220	310,-	330,-
230	320,-	340,-
240	340,-	360,-
250	340,-	360,-
260	350,-	370,-
270	370,-	390,-
280	370,-	390,-
290	380,-	400,-
300	390,-	410,-
310	400,-	420,-
320	410,-	430,-
330	410,-	430,-
340	420,-	440,-
350	430,-	450,-
360	440,-	460,-
370	450,-	470,-
380	450,-	470,-
390	460,-	480,-
400	470,-	490,-
410	470,-	490,-
420	480,-	500,-
430	480,-	500,-
440	490,-	510,-
450	500,-	520,-
460	510,-	530,-
470	510,-	530,-

Gewichts- stufe bis Gramm	Ortsbunde ²⁾	Leitgebiets-, Leitstrecken-, Leitzonenbunde
	pro 1.000 Stück EUR	pro 1.000 Stück EUR
480	510,-	530,-
490	520,-	540,-
500	520,-	540,-
600	620,-	640,-
700	680,-	700,-
800	740,-	760,-
900	790,-	810,-
1.000	840,-	860,-
1.500	1.134,-	1.154,-
2.000	1.327,-	1.347,-

¹⁾Beförderungsentgelte gültig ab 1.1.2004. Die angegebenen Entgelte verstehen sich als Nettoentgelte, exklusive aller gesetzlichen Abgaben insbesondere der Umsatzsteuer

²⁾Bei Sponsoring.Post-Sendungen bis 50 g kommt der Ortsbundtarif nur dann zur Anwendung, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen die Anforderungen der Post bezüglich Maschinenfähigkeit erfüllen und in Ortsbunden aufgegeben werden. Bei Aufgabe solcher Sponsoring.Post-Sendungen in mechanisierten Verteilzentren kommt dieser Tarif auch dann zur Anwendung, wenn diese nach den Vorgaben der Post in Briefbehältern der Post aufgeliefert werden.

6.2 Bearbeitungsentgelt

Bearbeitungsentgelt je Vertragsantrag (Abschluss, Änderung): EUR 75,-.

6.3 Jahresentgelt

Jahresentgelt je zugelassenem Titel: EUR 150,-.

7 Anhang 2 – Maschinenfähigkeit (= MASCHINELLE LES- UND BEARBEITBARKEIT) VON SPONSORING.POST-SENDUNGEN

7.1 Format der Sponsoring.Post-Sendungen

Sponsoring.Post-Sendungen der folgenden Formate (rechteckige Form) erlauben eine maschinelle Bearbeitung:

- Mindestmaße: Länge: 14,0 cm
Breite: 9,0 cm.
- Stärke (Höhe): die Stärke muss mindestens den von der Post aufgelegten Postkarten entsprechen. Bei Sponsoring.Post-Sendungen in Kartenform muss das Flächengewicht mindestens 160g/m² betragen.
- Höchstmaße: Länge: 23,5 cm
Breite: 16,2 cm
Stärke (Höhe): 0,5 cm.
- Höchstgewicht: 50 g je Sponsoring.Post-Sendung.

Folgende gängigen Formate sind jedenfalls maschinell bearbeitbar:

- Postkarte (90 x 140 mm)
- C6 (114 x 162 mm)
- C6/5 (114 x 229 mm)
- C5 (162 x 229 mm).

7.2 Automationsgerechte Gliederung der Anschriftseite

- Einhalten der Freimachungszone, der Lesezone und der Codierzone (siehe Punkt 7.5 dieses Anhangs) – diese Flächen müssen weiß oder einfarbig hellfarben gehalten sein.
- Sponsoring.Post-Sendungen in Kartenform müssen einen senkrechten, mindestens 1,2 mm breiten Trennungsstrich tragen.

7.3 Maschinelle Lesbarkeit der Anschrift

- Linksbündiger, geschlossener Anschriftenblock (d. h. keine Leerzeilen in der Anschrift), keine Unterstreichungen in der Anschrift, richtige Reihenfolge der Bestandteile der Postanschrift (siehe Punkt 7.7 und 7.8 dieses Anhangs).

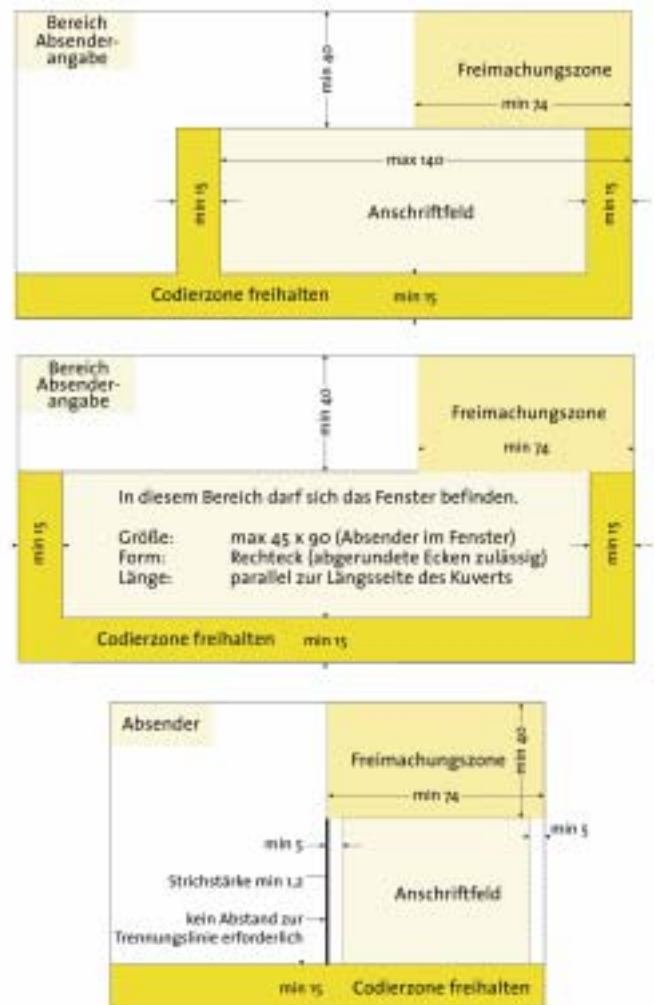
7.4 Weitere Kriterien

- Die Sponsoring.Post-Sendung ist an mindestens drei Seiten geschlossen.
- Die Sponsoring.Post-Sendung ist durchgehend flach, die Oberfläche glatt und es dürfen weder auftragende Gegenstände in die Sponsoring.Post-Sendung eingelegt noch an der Außenseite angebracht sein.

- Die Sponsoring.Post-Sendung ist ausreichend biegsam.
- Außer einem Anschriftenfenster dürfen auf der Vorderseite keine Fenster angebracht sein.

7.5 Darstellung der Freimachungs-, Lese- bzw. Codierzonen auf den Sponsoring.Post-Sendungen

Briefformate bis C5:



Alle Maße in mm. Codierzone muss unbedingt freigehalten werden!

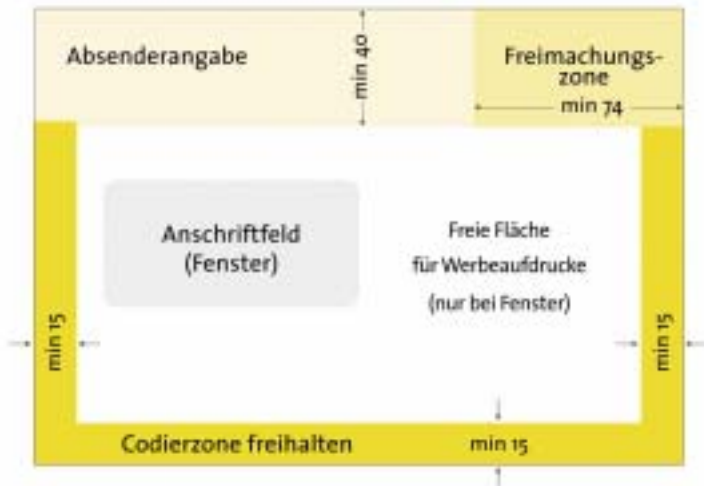
7.5.1 Fenster

Größe 45 x 90 mm; Form: Rechteck; Länge parallel zur Längsseite des Kuverts. Wenn kein Absender im Fenster aufscheint: 35 x 90 mm. Im Fenster muss die gesamte Anschrift sichtbar sein.

Achtung: Der Inhalt des Kuverts darf sich nicht verschieben können, damit alle Teile der Anschrift stets sichtbar bleiben.

7.5.2 Sendungen im Postkarten-Format

Absender- und sonstige Angaben dürfen links bis an die Trennungslinie bzw. Freimachungszone und von oben bis an die Codierzone heranreichen.



7.6 Kuvertauswahl

- Das Kuvert darf aus keinem ganz oder teilweise transparenten Material bestehen. Der Inhalt darf nicht durchscheinen. Die Maschinenfähigkeit von Kunststoffumschlägen kann nur durch eine Prüfung im Einzelfall festgestellt werden.
- Das Fenster muss fest mit dem Kuvert verbunden sein und darf keine matte oder getönte Oberfläche aufweisen. Alle Flächen, die der Bearbeitung der Sponsoring.Post-Sendung dienen (Feld für die Anschrift, Freimachungszone, Randabstände und Codierzone), müssen gleichfarbig hell sein und dürfen keinesfalls mit einer reflektierenden oder fluoreszierenden Farbe bedruckt sein.

7.7 Richtige Reihenfolge der Bestandteile der Anschrift und Platzierung der Absenderangabe

7.7.1 Anschrift

Die Anschrift soll den Empfänger so genau bezeichnen, dass Unklarheiten ausgeschlossen sind:

- Empfänger: Vor- und Zuname bzw. Firmenbezeichnung und Kontaktperson (auch zweizeilig möglich);
- Abgabestelle: Straße, Hausnummer, Stiege und Türnummer. Bei Postfachinhabern kommt an diese Stelle "Postfach" und gegebenenfalls die Nummer des Faches, bei postlagernden Sponsoring.Post-Sendungen die Bezeichnung "Postlagernd" als Abgabestelle auf die Sponsoring.Post-Sendung;
- Postleitzahlen: für Postfächer ist die korrekte zum entsprechenden Postfach zugehörige Postleitzahl anzugeben;
- Bestimmungsort.

Auf Briefkuverts ist die Anschrift auf der Seite, die keine Verschlussklappe aufweist, anzubringen und zwar in Längsrichtung der Sponsoring.Post-Sendung.

Die Hintergrundfarbe des Anschriftenfeldes muss weiß oder einfarbig hell sein.



- Die Anschrift ist im dafür vorgesehenen Feld oder Fenster linksbündig platziert.
- Angaben wie „zu Händen“, „An Herrn/Frau“, „c/o“ oder ähnliches sind oberhalb des Namens und unterhalb einer allfälligen Firmenbezeichnung anzugeben.
- Die Bezeichnung der Abgabestelle (Straßenname, Hausnummer oder die Postfachangabe) ist in der vorletzten Zeile und die Postleitzahl und der Bestimmungsort (durch ein Leerzeichen voneinander getrennt) sind in der letzten Zeile angegeben.
- Für die Bezeichnung des Bestimmungsortes ist das von der Post aufgelegte Postleitzahlen-Verzeichnis maßgeblich.
- Wenn sich der Name des Postamtes nicht mit dem Ortsnamen deckt, soll der Ortsname in der vorletzten Zeile der Anschrift angegeben werden.
- Straßenname, Hausnummer, Postfach usw. sind in diesem Fall in die Zeile darüber anzubringen.
- Das Bundesland ist nur anzugeben, wenn es ein Bestandteil der Bezeichnung des Bestimmungsortes ist (z. B.: St. Johann in Tirol).
- Linien, Unterstreichungen und Umrahmungen sind innerhalb des Anschriftenblocks nicht zulässig.
- Im Adressblock sind nur folgende Sonderzeichen zu verwenden: Punkt, Beistrich, Apostroph, Bindestrich, "Und-Zeichen" (&) und Schrägstrich.
- Beim EDV-mäßigen Adressieren müssen genug Stellen für die Abgabestelle vorhanden sein. Lange Straßennamen werden ansonsten verstümmelt; Haus-, Stiegen- oder Türnummern könnten fehlen.

7.7.2 Absenderangabe

Die Absenderangabe ist in der linken oberen Ecke oder auf der Rückseite so anzubringen, dass die Freimachungszone und die Empfängeranschrift nicht beeinträchtigt werden und eine Verwechslung mit der Empfängerangabe auszuschließen ist.

Dies kann vermieden werden, indem die Absenderangabe zentriert und bei Verwendung eines Fensterkuverts deutlich abgesetzt einzeilig unbedingt oberhalb der Anschrift angegeben wird. Die Absenderangabe darf keinesfalls in fetter Schrift erfolgen; die Schriftarten sind bei der Absenderangabe ohne Bedeutung.

Muster für eine einzeilige Absenderangabe (Fensterkuvert, oberhalb der Anschrift):

Muster GmbH, Musterstraße 7, 1010 Musterstadt

Muster für eine Absenderangabe in der linken oberen Ecke der Sponsoring.Post-Sendung:

Muster GmbH
Musterstraße 7
1010 Musterstadt

7.8 Maschinell lesbare Schrift

- Die Schriftgröße (Höhe der Großbuchstaben) soll bei gedruckten (maschinell hergestellten) Anschriften zwischen 2,3 und 4,5 mm betragen.
- Der Abstand zwischen den Zeilen, gemessen von den Unterlängen einer Zeile zu den Oberlängen der nächsten Zeile (Durchschuss) muss mindestens 1 mm betragen.
- Es sind klare Schriften mit deutlich voneinander getrennten Buchstaben zu verwenden.
- Es sollen keine gebrochenen Schriften (z. B. Fraktur), keine Kursivschriften, keine Zierschriften, keine Schriften mit zusammenhängenden Buchstaben, keine breitlaufenden oder schmalen Schriften und keine schlechte Matrixschrift verwendet werden.

Am besten eignen sich daher einfache und klare Schrifttypen (ohne Serifen) wie Arial, Helvetica, Univers oder Futura mit Schriftgrad 10 bis 12 Punkt.

7.9 Beispiel für eine mögliche Platzierung von Werbeaufdrucken



Im nicht definierten Bereich besteht die Möglichkeit, einen Werbeaufdruck anzubringen.

7.10 Überprüfung der Maschinenfähigkeit

Für alle Fragen betreffend die Gestaltung von Briefumschlägen steht die Post zur Verfügung. Die maschinelle Lesbarkeit der Anschriften bzw. die maschinelle Bearbeitbarkeit der Sponsoring.Post-Sendungen kann z. B. dadurch überprüft werden, dass der Post vom Absender Mustersendungen (über einen Vertriebsmitarbeiter oder eines der sechs Direct Marketing Center) zur Durchführung eines Testlaufes übergeben werden.

7.11 Weitere Empfehlungen zu einem effizienten Versand von Sponsoring.Post-Sendungen

Sponsoring.Post-Sendungen werden von der Post zunehmend maschinell bearbeitet. Im Interesse eines raschen und gesicherten Beförderungslaufes empfiehlt die Post daher, dass alle Sponsoring.Post-Sendungen so beschaffen sind, dass sie maschinell les- und bearbeitbar sind.

Details über die Maschinenfähigkeit von Sponsoring.Post-Sendungen aller Formate – insbesondere auch Sponsoring.Post-Sendungen größer als das Format C5 sind der von der Post herausgegebenen Informations-Broschüre „Richtig Adressieren“ zu entnehmen. Diese Broschüre ist im Internet unter www.business.post.at sowie in allen Direct Marketing Centern der Post erhältlich.

Österreichische Post AG
Medienpost
Fleischmarkt 19
1010 Wien
www.business.post.at
Telefon +43 (1) 515 51-61511
Telefax +43 (1) 515 51-61509
E-Mail medienpost@post.at