

SPONSORING.POST

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Gültig ab 01.01.2017

Gültig ab 01.01.2017 (Ausgabe Nr. 1 / 2017)**INHALTSVERZEICHNIS**

1	Allgemeiner Teil	3
1.1	Geltungsbereich, Rechtsgrundlage	3
1.2	Vertragsabschluss	3
1.3	Dienstleistungsangebot	3
1.4	Versandberechtigte Absender, Versandzweck	4
1.5	Kündigung und Änderung des Vertrages	5
1.6	Entgelt	6
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.Post-Sendungen	8
2.4	Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen	9
3	Abgabe	9
3.1	Zustellung	9
3.2	Nachsendung	9
3.3	Unzustellbare Sponsoring.Post-Sendungen	10
3.4	Unanbringliche Sendungen	10
4	Haftung und Gerichtsstandvereinbarung	10
4.1	Haftung	10
4.2	Haftungsausschluss	11
4.3	Haftung des Absenders	11
4.4	Rechtsweg und Gerichtsstand	11
Anhang 1 – Voraussetzung für den Versand Sendungen zum Vorteilstarif		13
Anhang 2 – Zusatzleistung Sponsoring.Post Express		18

1 Allgemeiner Teil**1.1 Geltungsbereich, Rechtsgrundlage**

- 1.1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: AGB) gelten für die vertragliche Rechtsbeziehung zwischen der Österreichischen Post Aktiengesellschaft (im Folgenden: Post) und ihren Kunden im Dienstleistungsbereich Versand von Sponsoring.Post.
- 1.1.2 Als integrierter Bestandteil dieser AGB gelten das Preisverzeichnis Sponsoring.Post für gemeinnützige Organisationen, Vereine, Wahlwerber & Politische Parteien sowie das Preisverzeichnis Sponsoring.Post für gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung in der jeweils gültigen Fassung. Die Preisverzeichnisse sind im Internet unter www.post.at/sponsoringpost abrufbar bzw. beim Kundenbetreuer erhältlich.
- 1.1.3 In diesen AGB werden für bestimmte Kundengruppen (siehe Punkt 1.4) Dienstleistungen der Post im Verhältnis zu vergleichbaren Dienstleistungen zu ermäßigten Entgelten angeboten. Zielsetzung ist es, bestimmte, im Allgemeininteresse liegende Aktivitäten von gemeinnützigen Organisationen, von kleineren Vereinen (z.B. Kulturinitiativen), Wahlwerbern sowie politischen Parteien sicherzustellen.
- 1.1.4 Gemäß dem Postmarktgesetz (PMG) idGF. gehören Postdienste betreffend Postsendungen bis 2 kg bei Übergabe an den gesetzlich definierten Zugangspunkten (Post-Geschäftsstelle) zum Universaldienst. Für solche Postdienste gelten, soweit nicht individuell anderes vereinbart wurde, ausschließlich diese AGB.

1.2 Vertragsabschluss

- 1.2.1 Die Post erbringt ihre Dienstleistungen im Bereich Sponsoring.Post nach Maßgabe dieser AGB 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, Vertrieb Brief, Werbepost und Filialen, Haidingergasse 1, 1030 Wien) zu richten. Der Kunde ist drei Monate an seinen Vertragsantrag gebunden. Erforderliche Formblätter für den Vertragsabschluss (Vertragsantrag) werden von der Post zur Verfügung gestellt bzw. sind im Internet unter www.post.at/medienpost abrufbar.

- 1.2.4 Dem Vertragsantrag des Kunden ist ein Musterexemplar jener Sponsoring.Post-Sendung beizufügen, für die die Teilnahme am Sponsoring.Post Versand beantragt wird. Das Muster muss erkennen lassen, dass es hinsichtlich seiner äußeren und inneren Gestaltung für die Exemplare der künftigen Nummern, die gemäß dieser AGB befördert werden sollen, repräsentativ ist.
- 1.2.5 Nach Vorliegen des Vertragsantrags und aller bezughabenden und relevanten Unterlagen sowie Informationen erfolgt der Vertragsabschluss durch Annahme des Antrags durch die Post; oder die Post gibt dem Antragsteller jene Umstände schriftlich bekannt, die dem Abschluss eines Vertrages entgegenstehen.
- 1.2.6 Für die Bearbeitung des Vertragsantrages ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt sowie für jede zugelassene Sponsoring.Post das Jahresentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung zu entrichten.
- 1.2.7 Soweit im Vertrag nichts anderes vereinbart wird, können die Dienstleistungen frühestens nach Ablauf von vier Werktagen (ausgenommen Samstag) nach Vertragsabschluss beansprucht werden.

1.3 Dienstleistungsangebot

- 1.3.1 Das Dienstleistungsangebot umfasst die Beförderung von inhaltlich gleichen, persönlich adressierten, rechteckigen Sendungen mit einem Höchstgewicht von 2.000 Gramm je Sendung (einschließlich Verpackung und aller Beilagen) innerhalb der Frist gemäß Punkt 3.1 dieser AGB. Sendungen, die sich ausschließlich durch Ordnungsnummern (wie z.B. Mitgliedsnummer oder Datumsangabe) oder Angaben, die der Anschrift gleichen (persönliche Anrede), voneinander unterscheiden, gelten als inhaltlich gleich.
- Es gelten folgende Versandmaße (rechteckige Form):
Mindestmaße: 140 x 90 mm;
Höchstmaße: 324 x 229 x 24 mm
- 1.3.2 Die Dienstleistungen können nur in Anspruch genommen werden, wenn der Absender mit der Post einen Vertrag gemäß Punkt 1.2 abschließt.
- 1.3.3 Für Sponsoring.Post-Sendungen, die nicht in einem Staat der Europäischen Union verlegt und herausgegeben werden, werden keine Verträge über den Versand von Sponsoring.Post abgeschlossen. Gleiches gilt für Sendungen, die Teile eines zu einem abgeschlossenen Ganzen bestimmten Werks bilden, sowie für Sendungen, die zum Zweck der geschäftlichen Werbung, Ankündigung oder Empfehlung

- herausgegeben werden oder solchen Zwecken unmittelbar oder mittelbar dienen. Diese Zwecke erfüllen im Besonderen Sendungen, deren redaktionelles Konzept erkennen lässt, dass sie unmittelbar geschäftlichen Interessen dienen. Unmittelbar geschäftlichen Interessen dienen im Besonderen Sendungen, die:
- im Titel Namen von geschäftlichen Unternehmen oder Erzeugnissen, Firmen- oder Markenzeichen im geschäftlichen Interesse dieser Firmen tragen oder
 - zu den Kundenzeitungen oder Kundenzeitschriften zu zählen sind.
- 1.3.4 Die gemäß diesen AGB zu befördernden Sponsoring.Post-Sendungen müssen unter demselben Titel in fortlaufenden Nummern erscheinen.
- 1.3.5 **Beilagenregelung:**
Im Dienstleistungsbereich Sponsoring.Post sind folgende Beilagen zulässig:
- Eigenbeilagen:
Als solche gelten Beilagen des Absenders, die im ausschließlichen Interesse des Absenders versendet werden und der Unterstützung von im allgemeinen Interesse liegenden Aktivitäten dienen (wie z. B. Erlagscheine). Für Eigenbeilagen wird kein gesondertes Entgelt berechnet, sie werden in die Gewichtsermittlung der Sponsoring.Post-Sendung miteinbezogen.
- Die Beigabe von Mustern und Gegenständen (z.B. Warenproben, Incentives/Werbegeschenke etc.) ist unter Vorlage der Sendung vorab mit der Post abzuklären. Solche Sendungen müssen vorab durch die Post für zulässig erklärt werden und können mit einem kostenorientierten Preiszuschlag versehen werden. Die Bundbildung gemäß Punkt 2.3.7 darf durch die Beigabe von Mustern und Gegenständen nicht verhindert werden.
- 1.3.6 Die Beigabe von Fremdbeilagen, d. h. Beilagen, die im Interesse eines anderen als dem Absender der Sponsoring.Post versendet werden, ist jedenfalls nicht zulässig.
- 1.3.7 Der Versand von nicht rechteckigen Sendungen (z.B. Rollenformen oder unregelmäßige Stanzformen) mit den unter Punkt 1.3.1 genannten Höchstmaßen ist mit der Post gesondert zu vereinbaren. Solche Sendungen müssen vorab von der Post für zulässig erklärt werden. Die Post berechnet hierfür ein dem Aufwand der zu erbringenden Sonderleistung entsprechendes Entgelt. Soweit nichts anderes vereinbart wird, gelten diese AGB sinngemäß.
- 1.3.8 Die Post ist ein Massenbeförderer, der einen österreichweiten Dienst für Sponsoring.Post zu vergünstigten Preisen anbietet, und ist daher organisatorisch auf eine möglichst einfache, standardisierte Abwicklung einer großen Anzahl von Sendungen ausgerichtet. Eine durchgehende Beaufsichtigung der einzelnen Sendung zwischen der Aufgabe und Abgabe wird von der Post im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses nicht durchgeführt.
- 1.3.9 Sendungen, die Sachen mit einem das jeweilige Beförderungsentgelt übersteigenden Wert enthalten, dürfen nicht als Sponsoring.Post aufgegeben werden.
- 1.3.10 Entspricht eine Sendung nicht den Bestimmungen dieser AGB, so steht es der Post frei,
- die Annahme der Sendung zur Beförderung zu verweigern;
 - eine bereits angenommene Sendung dem Kunden in jedem Stadium der Beförderung zurückzugeben.
- 1.3.11 **Transportbetriebsmittel / Ersatzleistung**
Sämtliche Transportbetriebsmittel der Post (Briefbehälter, Rollbehälter, etc.), die Kunden unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, bleiben im Eigentum der Post; eine zweckfremde Verwendung (z.B. Zwischentransporte zu Dritten und/oder Weitergabe, firmeninterne Transporte/Benutzung, Lagerung von Material, etc.) ist jedenfalls unzulässig. Die Verwendung erfolgt auf eigene Gefahr. Der Kunde ist verpflichtet, Mitarbeiter und Dritte, insbesondere natürliche und juristische Personen, die diese Transportmittel verwenden, über deren sachgerechte Verwendung und das Erfordernis der Einhaltung der Bestimmungen der Bedienungs- bzw. Betriebsanleitungen zu informieren. Diese Bedienungs- und Betriebsanleitungen sind im Internet unter www.post.at/geschaefftlich abrufbar.
- Transportbetriebsmittel dürfen nicht über einen Wochenbedarf hinaus auf Vorrat gelagert werden.
- Bei Beschädigung oder Verlust ist die Post berechtigt, Schadenersatz zu verlangen.
- 1.4 Versandberechtigte Absender, Versandzweck**
- 1.4.1 **Gemeinnützige Organisationen**
Als solche gelten Organisationen, die nach Gesetz, Satzung, Stiftungsbrief oder ihrer sonstigen Rechtsgrundlage und nach ihrer tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich und unmittelbar die Förderung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke im Sinne der §§ 34ff Bundes-

abgabenordnung in der jeweils geltenden Fassung verfolgen. Dazu zählen insbesondere im Inland anerkannte Kirchen und Religionsgemeinschaften. In den Sponsoring.Post-Sendungen ist auf den Zweck der Spendensammlung Bezug zu nehmen. Diese muss gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen.

1.4.2 **Gemeinnützige Organisationen mit Spendenbegünstigung**
Organisationen gem. Pkt. 1.4.1, die zum Zeitpunkt der Sendungsaufgabe über einen gültigen Spendenbegünstigungsbescheid gem. § 4a Einkommenssteuergesetz idjgF verfügen und dementsprechend in der Liste der spendenbegünstigten Einrichtungen auf der Website des Bundesministeriums für Finanzen aufscheinen.

1.4.3 **Vereine**
Als solche gelten Vereine, die den Bestimmungen des Vereinsgesetzes 2002 in der jeweils geltenden Fassung unterliegen. Mindestens 51% der bedruckten Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen muss der Berichterstattung über das Vereinsleben bzw. den Vereinszwecken entsprechenden Angelegenheiten dienen.

Ausgeschlossen sind:
Sendungen mit dem Zweck der Aufforderung zur Mitgliedsbeitragszahlung.

Jede Form der Rechnungslegung.

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

1.4.5 **Politische Parteien**
Als solche gelten gem. dem Parteiengesetz 2012 in der jeweils geltenden Fassung konstituierte politische Parteien. Mindestens 51% der bedruckten

Fläche der Sponsoring.Post-Sendungen muss der Berichterstattung über Angelegenheiten der Politik dienen.

Ausgeschlossen sind:
Sendungen mit dem Zweck der Aufforderung zur Mitgliedsbeitragszahlung.

Jede Form der Rechnungslegung.

1.5 Kündigung und Änderung des Vertrages

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

1.5.2 Jede Änderung von im Vertrag enthaltenen Angaben ist vom Absender unverzüglich der vertragsschließenden Stelle der Post zur entsprechenden Vertragsänderung schriftlich bekannt zu geben. Die Post hat dem Absender die Vertragsänderungen schriftlich zu bestätigen. Für jede Vertragsänderung ist vom Absender das Bearbeitungsentgelt gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung zu entrichten.

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

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

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

wenn die Post die Dienstleistung „Sponsoring. Post“ nicht mehr anbietet.

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

1.6 Entgelt

- 1.6.1 Der Absender ist verpflichtet, für jede in Anspruch genommene Leistung das dafür im jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung vorgesehene Entgelt zu entrichten.
- 1.6.2 Die Entgelte für die Beförderung von Sponsoring. Post und sonstige Leistungen gemäß jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung sind durch Barzahlung bei Aufgabe in der Post-Geschäftsstelle oder, wenn dies gesondert vereinbart worden ist, durch Abbuchung von einem Girokonto bei einem im SEPA-Raum ansässigen Kreditinstitut zu entrichten. Die Post behält sich das Recht vor, eine Bankgarantie zu verlangen. Für den Fall, dass die Entgelte im Rahmen des SEPA-Lastschriftverfahrens (SEPA CORE) oder des SEPA-Firmenlastschriftverfahrens (SEPA B2B) von der Post von dem vom Kunden angegebenen Konto abgebucht werden, erfolgt die Vorabankündigung (Pre-Notifikation) seitens der Post spätestens einen Tag vor Abbuchung.
- 1.6.3 Bei Nichteinhaltung des Zahlungszieles ist die Post berechtigt, unter Vorbehalt der Geltendmachung eines weiteren Verzugs Schadens, insbesondere Bankspesen, Verzugszinsen in der Höhe des gesetzlichen Zinssatzes gemäß Unternehmensgesetzbuch (UGB) idgF zu verrechnen; als Bemessungsgrundlage gilt der nach Ablauf des Zahlungsziels offene Rechnungsbetrag. Die Post hat das Recht, sämtliche Mahn- und Inkassospesen, insbesondere diesbezüglich anfallende Anwaltskosten, in Rechnung zu stellen. Der Kunde ist nicht berechtigt, seine Forderungen gegen Forderungen seitens der Post aufzurechnen. Diese Klausel gilt nicht für Verbraucher iSd § 1 KSchG idgF.
- 1.6.4 Einwendungen gegen in Rechnung gestellte Entgeltforderungen sind vom Kunden innerhalb einer Frist von drei Monaten ab Rechnungsdatum schriftlich bei der Post zu erheben, anderenfalls gilt die Entgeltforderung der Post als anerkannt. Einwendungen hindern nicht die Fälligkeit des Rechnungsbetrages.
- 1.6.5 Die dem Beförderungsentgelt entsprechende Leistung gilt als erbracht, wenn die Sponsoring.Post-

Sendungen von der Annahmestelle weitergeleitet wurden und die Beförderung ohne Verschulden der Post nicht abgeschlossen werden kann.

1.7 Ermittlung des Gewichtes

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

1.8 Von der Beförderung ausgeschlossene Sendungen

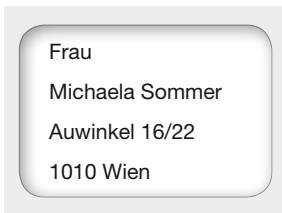
- 1.8.1 Werden Sendungen zur Aufgabe gebracht, die nach diesen AGB von der Beförderung durch die Post ausgeschlossen sind, ist die Post nicht verpflichtet, solche Sendungen zu befördern.
- 1.8.2 Von der Beförderung ausgeschlossen sind:
 - Sendungen, deren Inhalt, äußere Gestaltung oder Beförderung gegen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

2 Aufgabe

2.1 Anschrift

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

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



1. Anrede (optional)
2. Empfänger: Name/
Firmenbezeichnung
3. Abgabestelle: Straße,
Hausnummer/Türnummer
4. Postleitzahl,
Bestimmungsort

Empfänger:

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

Abgabestelle:

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

Postleitzahlen (PLZ):

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

Bestimmungsort:

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

2.2 Angaben und Vermerke

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

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

Dieser Vermerk darf ausschließlich auf jenen Sponsoring.Post-Sendungen angebracht werden, die der Post zum Versand für das Inland übergeben werden. Sponsoring.Post-Sendungen können gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen Brief International in das Ausland versendet werden.

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

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

Der Freimachungsvermerk darf weder fett gedruckt noch unterstrichen werden.

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

- 2.1.2 Die Anschrift und sonstige Angaben müssen in lateinischen Buchstaben und arabischen Ziffern angegeben und so geschrieben sein, dass sie nicht ausgelöscht werden können.
- 2.1.3 Für maschinenfähige Sendungen sind zudem die Vorgaben gem. Anhang 1 zu beachten.

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

2.3 Versand von Sponsoring.Post-Sendungen

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

2.3.2 Damit die Post für große Sendungsmengen optimale Voraussetzungen in der Logistik schaffen kann, sollen Auflieferungen von Sponsoring.Post-Sendungen mit mehr als 50.000 Stück mindestens fünf Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag avisiert werden. Der Absender soll hierfür elektronisch (.txt oder .xls) an die E-Mail Adresse infomail.streuplan@post.at Angaben über den Auflieferort, die Auflieferzeit, Kundennummer und Streuplan (Anzahl der Sendungen je PLZ) übermitteln. Sponsoring.Post-Sendungen (auch Nachlieferungen) werden nicht mehr zum Tarif laut jeweiligem Preisverzeichnis Sponsoring.Post in der jeweils gültigen Fassung angenommen, wenn seit ihrem Erscheinen mehr als drei Monate vergangen sind.

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

2.3.4 Bei jeder Aufgabe (auch Teil- bzw. Nachlieferungen) ist ein Musterexemplar der aufgelieferten Sponsoring.Post-Sendungen inklusive aller Beilagen sowie eine vollständig ausgefüllte Aufgabeliste der Annahmestelle zu übergeben.

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

2.3.5 Die Sponsoring.Post-Sendungen sind – ausgenommen Punkt 2.3.12 – in Orts-, Leitgebiets- und Leitzonebunden aufzugeben. Für jeden Bund sollen die im Bund enthaltenen Sendungen aufsteigend nach PLZ sortiert werden. Innerhalb einer PLZ sollen die Sendungen alphabetisch nach Straßennamen sowie aufsteigend nach Hausnummern gereiht werden.

2.3.6 Ausgenommen bei Leitzonebunden muss ein Bund mindestens 20 Sponsoring.Post-Sendungen enthalten. Dies gilt nicht für schwerere oder stärkere Sponsoring.Post-Sendungen. In diesem Fall sind mindestens so viele Sponsoring.Post-Sendungen

zu einem Bund zu vereinen, dass die Format- oder Gewichtsobergrenzen annähernd erreicht werden. Leitgebiets- und Leitzonebunde sollen getrennt von Ortsbunden der Annahmestelle übergeben werden.

2.3.7 Die Bunde haben folgenden Kriterien zu entsprechen:

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

Die Bunde sind mittels kreuzweiser Schnürung so zu fertigen,

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

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

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

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

2.3.9 Erforderliche Formblätter (Aufgabeliste, Bundzettel, etc.) sind vom Kunden auf eigene Kosten beizustellen und auszufüllen; diese haben den von der Post

vorgegebenen in Form, Größe, Farbe und Aufdruck in der jeweils gültigen Fassung zu entsprechen. Die Post übernimmt bei nicht AGB-konformen Formblättern keine Haftung bezüglich der Beförderungsdauer. Ob die betriebliche Konformität postfremder Formblätter im Sinne dieser AGB gegeben ist, entscheidet die Post. Die der Annahmestelle übergebenen Formblätter verbleiben bei der Post. Davon ausgenommen sind jene Teile, die für den Kunden oder Empfänger bestimmt sind.

Vorlagen für Formblätter sind bei jeder Post-Geschäftsstelle und im Internet unter www.post.at/medienpost erhältlich. Mit dem Software-Tool Post.Versandmanager unter www.versandmanager.at können die erforderlichen Unterlagen erstellt werden.

- 2.3.10 Die Post kann Sponsoring.Post-Sendungen zur stichprobenweisen Überprüfung der Einhaltung der in diesen AGB angeführten Voraussetzungen öffnen. Die Post behält sich das Recht vor, auf den Sponsoring.Post-Sendungen postdienstliche Vermerke ggf. mittels Klebeetiketten bzw. Strichcodes anzubringen.
- 2.3.11 Wird ein Umstand, der die Aufgabe einer Sendung zu diesen AGB nicht zugelassen hätte, erst nachträglich festgestellt, ist die Post berechtigt, die Differenz zu den Entgelten für Info.Mail bzw. Brief National nachträglich in Rechnung zu stellen.
- 2.3.12 Bei Aufgabe maschinenfähiger Sponsoring.Post-Sendungen im Sinne des Anhang 1 sind die Sponsoring.Post-Sendungen in Briefbehältern der Post nach Vorgaben der Post aufzuliefern. Innerhalb dieser Briefbehälter müssen alle Sponsoring.Post-Sendungen stehend und gleich ausgerichtet angeordnet sein, sodass alle Anschriften in eine Richtung zeigen (kein Stapel). Die Briefbehälter werden nach Vereinbarung mit einem Kundenbetreuer dem Absender zur Verfügung gestellt.
- 2.4 Rückgabe von Sponsoring.Post-Sendungen**
- 2.4.1 Der Absender kann nach Aufgabe lediglich die Rückgabe von denjenigen Sponsoring.Post-Sendungen, die sich noch bei der Annahmestelle befinden, verlangen.
- 2.4.2 Die Sponsoring.Post-Sendungen werden dem Absender nur dann rückausgefolgt, wenn dieser die Übernahme der Sponsoring.Post-Sendungen schriftlich bestätigt.
- 2.4.3 Wurden die Sponsoring.Post-Sendungen bereits von

der Annahmestelle abgeleitet und wird eine Rückgabe dieser Sponsoring.Post-Sendungen gewünscht, so ist dies mit der Post gesondert zu vereinbaren und ein kostenorientiertes Entgelt für die Rückgabe zu entrichten.

3 Abgabe

3.1 Zustellung

3.1.1 Sponsoring.Post wird innerhalb von fünf Werktagen (ausgenommen Samstag), mit der Zusatzleistung Sponsoring.Post Express (siehe Anhang 2) innerhalb von zwei Werktagen (ausgenommen Samstag) an die Empfangsadresse zugestellt. Diese Frist beginnt jeweils mit dem der Aufgabe der Sponsoring.Post-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) zu laufen.

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

3.1.2 Die Abgabe erfolgt grundsätzlich durch Einlegen in eine für den Empfänger bestimmte und ausreichend aufnahmefähige Einrichtung zum Empfang von Postsendungen (Briefkasten, Brieffachanlage, Landabgabekasten bzw. Postfach).

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

3.1.4 Die Post ist nicht verpflichtet, die Dienstleistung mit eigenem Personal durchzuführen.

Im Falle der Beauftragung eines Dritten (Subunternehmer) ist es ev. erforderlich, dass der Kunde von diesen AGB abweichende Angaben hinsichtlich Vorlaufzeit, Sendungsavis, Verwendung der von der Post zur Verfügung gestellten Versandvorbereitungstools sowie Versanddokumente, vornimmt. In diesen Fällen informiert die Post den Kunden zeitgerecht über Art und Umfang der Änderungen.

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

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

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

3.4 Unanbringliche Sendungen

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

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

4 Haftung und Gerichtsstandvereinbarung

4.1 Haftung

4.1.1 Gewährleistung

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

4.1.1.2 Aus dem Titel der Gewährleistung (verschuldens-unabhängige Haftung wegen Nichterfüllung bzw. Schlechterfüllung) hat der Kunde Anspruch auf Rückerstattung des Entgelts für jene Sendungsmen-ge, für welche die Leistung nicht bzw. mangelhaft erbracht wurde.

4.1.1.3 Der Kunde hat nachzuweisen, dass

- er einen Beförderungsvertrag mit der Post abge-schlossen hat;
- die Post diesen Vertrag nicht bzw. nicht ord-nungsgemäß erfüllt hat.

4.1.2 Schadenersatz

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

4.1.2.2 Steht dem Kunden Schadenersatz zu, haftet die Post für von ihr oder ihr aufgrund des Gesetzes zuzurechnenden Personen verursachte Schäden – durch Verlust, Beschädigung oder Verzögerung – nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit; die Post haftet nicht für leicht fahrlässig verursachte Schäden; dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern iSd § 1 KSchG für Personenschäden und Schäden an Sachen, die die Post zur Bearbeitung übernommen hat.

4.1.2.3 Der Absender hat nachzuweisen, dass

- er einen Beförderungsvertrag mit der Post abge-schlossen hat;
- die Post diesen Vertrag nicht bzw. nicht ord-nungsgemäß erfüllt hat;
- ein Schaden in einer bestimmten Höhe eingetre-ten ist;
- der Schaden auf die nicht ordnungsgemäße Erfüllung des Vertrages durch die Post zurückzu-führen ist.

4.1.3 Gemeinsame Bestimmungen für Gewährleistung und Schadenersatz

4.1.3.1 Anspruchs begründende Verzögerung liegt vor, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen nicht innerhalb der Abgabefrist gem. Pkt. 3.1 zugestellt werden. Diese Frist erhöht sich auf das Doppelte wenn die Verzö-gerung auf eine erhebliche Zunahme des Postver-kehrs (z.B. vor Weihnachten) zurückzuführen ist. Die Frist wird durch alle vom Parteiwillen unabhängigen Umstände, wie z.B. Fälle höherer Gewalt, unvorher-sehbare Betriebsstörungen, behördliche Eingriffe,

- Transportunfälle und Arbeitskonflikte um die Dauer der Behinderung verlängert.
- 4.1.3.2 Eine anspruchsbegründende Beschädigung gilt als gegeben, wenn die Sponsoring.Post-Sendungen durch diese Schäden unbrauchbar, unleserlich, etc. werden. Beschädigungen, die durch den ordnungsgemäßen und üblichen Transport, die ordnungsgemäße und übliche Bearbeitung bzw. Verladung bedingt sind, begründen keinerlei Ansprüche. Ebenso gilt eine Beschädigung allein der Umhüllung bzw. Verpackung (z.B. Kuvert) nicht als anspruchsbegründende Beschädigung.
- 4.1.4 Die Post haftet nur für den Fall, dass ein 10% einer Auflieferung der Sponsoring.Post-Sendungen übersteigender Teil nicht oder verspätet an die Empfänger zugestellt worden ist und der Kunde dies nachweist.
- Die Haftung der Post besteht lediglich hinsichtlich des Teiles der Auflieferung, bei dem die Nicht- bzw. Schlechterfüllung nachgewiesen worden ist.
- 4.1.5 Die Gefahr des zufälligen gänzlichen oder teilweisen Untergangs der Sponsoring.Post-Sendungen trägt der Kunde.
- 4.1.6 Eine darüber hinausgehende Haftung der Post, insbesondere für entgangenen Gewinn, Verzugschäden, Vermögensschäden, Folgeschäden, nicht erzielte Ersparnisse, Zinsverluste sowie Schäden aus Ansprüchen Dritter gegen den Kunden ist, soweit dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen, 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, sofern dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen, jedenfalls mit EUR 50.000,- beschränkt.
- 4.1.8 Für Unternehmer im Sinne des Bundesgesetzes über besondere zivilrechtliche Vorschriften (Unternehmensgesetzbuch, UGB) in der jeweils geltenden Fassung gelten darüber hinaus folgende Bestimmungen:
- Sämtliche Ansprüche erlöschen, wenn sie nicht innerhalb von 4 Wochen ab dem der Auflieferung der Sponsoring.Post-Sendungen folgenden Werktag (ausgenommen Samstag) bei der vertragsschließenden Stelle schriftlich geltend gemacht werden.
 - Der Kunde hat das Vorliegen von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post zu beweisen.
- 4.2 Haftungsausschluss**
- Die Haftung der Post ist insbesondere ausgeschlossen wenn,
- der Schaden auf eine nach der natürlichen Beschaffenheit der beförderten Sendungen nicht geeignete Verpackung und/oder Beförderungsart zurückzuführen ist.
 - der Inhalt der Sendungen unter eines der in Pkt. 1.8 angeführten Verbote bzw. Pkt. 1.3.9 fällt oder die Sendung von einer Behörde beschlagnahmt oder vernichtet worden ist.
- 4.3 Haftung des Absenders**
- 4.3.1 Der Absender haftet der Post für jeden Schaden an Personen und Sachen, der infolge der Versendung nicht zugelassener Gegenstände oder Nichtbeachtung der Zulassungsbedingungen entstanden ist.
- Die Annahme solcher Sendungen durch die Post befreit den Absender nicht von seiner Haftung, es sei denn, der Mangel war bei der Annahme offenkundig. Der Absender hält die Post hinsichtlich Entgeltansprüchen Dritter im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Absender schad- und klaglos.
- 4.3.2 Der Kunde haftet für einen Zeitraum von zwölf Monaten, vom Tag der Aufgabe der Sendung an, für nicht entrichtete Entgelte sowie für Beträge, welche die Post berechtigterweise im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Kunden ausgelegt hat. Die zwölfmonatige Verjährungsfrist ist unterbrochen, wenn die Post die nicht entrichteten Entgelte bzw die oben genannten Beträge innerhalb dieser Frist außergerichtlich gegenüber dem Kunden geltend macht.
- 4.3.3 Die Post ist berechtigt, zur Sicherung aller Entgeltansprüche der Post, die der Post im Zusammenhang mit der ordnungsgemäßen Beförderung dieser Sendung für den Kunden zustehen, die Sendung zurückzubehalten und nach zwölf Monaten durch öffentliche Versteigerung zu verwerten, wenn die Zahlung der auf der Sendung lastenden Entgelte oder Auslagen vom Kunden verweigert wird.
- 4.4 Rechtsweg und Gerichtsstand**
- 4.4.1 Für Streitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB geschlossenen Vertragsverhältnis gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und kollisionsrechtlicher Bestimmungen.
- 4.4.2 Zuständig für alle Rechtsstreitigkeiten aus einem

auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertragsverhältnis ist – ausgenommen Punkt 4.4.3 – das örtlich für die Landeshauptstadt des Bundeslandes (in Wien: 1030 Wien) zuständige Gericht, in dem die Sponsoring. Post-Sendungen zur Aufgabe gebracht wurden.

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

1 Anhang 1 – Voraussetzung für den Versand Sendungen (alle Maße in mm) zum Vorteilstarif

Formate und Gewicht der Sendungen

Ausschließlich rechteckige oder quadratische Form, verpackt in einem Papierkuvert/-tasche (außer Sendungen in Kartenform und Faltbriefsendungen/Selfmailer).

Mindestmaß: 140 x 90 mm
 Höchstmaß: 235 x 162 mm
 Maximale Stärke: 5 mm
 Höchstgewicht: 50 Gramm pro Sendung.

Folgende gängige Formate (in rechteckiger Form) sind daher maschinenfähig:

C6 (162 x 114 mm)
 C6/5 (229 x 114 mm)
 C5/6 (220 x 110 mm)
 C5 (229 x 162 mm)
 A6 Postkarte (148 x 105 mm)

Fenster

Mindestmaß: 35 x 90 mm
 Rechteckig, parallel zur Längsseite des Kuverts
 Im Fenster muss die gesamte Anschrift sichtbar sein. Der Inhalt des Kuverts darf sich nicht so verschieben können, dass nicht alle Teile der Anschrift sichtbar bleiben.

Allgemeines

Eine Sendung muss folgenden Kriterien entsprechen:

- Alle Flächen, die der Bearbeitung der Sendung dienen – siehe Pkt. 1.1 (Anschriftfeld, Freimachungszone und Codierzone), dürfen keinesfalls mit einer reflektierenden oder fluoreszierenden Farbe bedruckt sein.
- Umschläge aus Kunststoff oder aus transparentem Material, Faltbodentaschen, Folienverpackungen, Kuverts mit schwarzer Rückseite sowie vollflächige Fensterkuverts sind nicht zulässig.
- Eine Sendung muss rechteckig oder quadratisch, ohne Lochungen und Stanzungen sein.
- Die Oberfläche muss glatt oder flach sein.
- Es dürfen weder auftragende Gegenstände in die Sendung eingelegt noch an der Außenseite angebracht sein.
- Die Verpackung muss ein Papierkuvert oder eine Papierkuverttasche sein (außer Sendungen in Kartenform Pkt. 1.4 und Faltbriefsendungen/Selfmailer Pkt. 1.5).

- Die Sendung muss an allen Seiten – mit Ausnahme der oberen Längsseite – geschlossen sein.
- Die Länge und Breite des Inhalts muss jeweils mindestens 90% der Länge und Breite des Kuverts betragen.

1.1 Darstellung von Absenderangabe, Freimachungs-, Lese- und Codierzone

1.1.1 Bereich der Absenderangabe
 Die Absenderangabe ist links oben im Bereich bis 40 mm von der Oberkante anzubringen. Wenn vom Platz nicht anders möglich, kann die Absenderangabe in Ausnahmefällen auf der Rückseite angebracht werden.

Wird diese Angabe im Fenster oder auf Adress-Etiketten angebracht, so ist diese unbedingt einzeilig, deutlich abgesetzt und oberhalb der Empfängeradresse anzugeben.

1.1.2 Freimachungszone
 Die Freimachungszone dient zur Anbringung des Freimachungsvermerkes. Sie ist von anderen Beschriftungen freizuhalten.

1.1.3 Anschriftfeld
 Im Anschriftfeld befindet sich die Empfängeradresse. Der Hintergrund muss möglichst hell ¹⁾ oder weiß sein und die Beschriftung (der Druck) in möglichst dunkler Farbe sein. Die Ruhezone (= 5 mm rund um den Adressblock) darf nicht beschriftet und bedruckt werden.

1.1.4 Codierzone
 Die Codierzone befindet sich bei Sendungen bis C5 an der Unterkante der Sendung bzw. im Hochformat an der linken Sendungskante (Höhe bzw. Breite 15 mm). Bei allen anderen Sendungsformaten ist die Freihaltung dieser Zone nicht erforderlich (siehe Gestaltungsvorlagen).

Die Codierzone darf nicht beschriftet oder bedruckt werden, und muss weiß oder einfarbig hell ¹⁾ (auch keine Schattierungen) gehalten sein.

¹⁾ Folgende Farben sind jedenfalls für den Hintergrund geeignet:

Farbe	Anteil
Cyan	0 - 20%
Magenta	0 - 20%
Gelb	0 - 20%
Schwarz	0 - 10%

1.2 Kuvert- und Taschen Spezifikationen

1.2.1 Papierqualität
Das Papier der Verpackung hat ein Flächengewicht von mind. 70 g/m².

Die Verschlusslaschen müssen bis auf den äußeren Rand verklebt sein, bei offener Aufgabe müssen die Laschen eingeschlagen sein. Ausnahme: Befindet sich die Verschlusslasche auf der Seite rechts von der Empfängeranschrift muss diese unbedingt verklebt sein.

1.2.2 Fenster
Die Mindestgröße beträgt 35 x 90 mm.

1.2.3 Fenster müssen rechteckig und parallel zu einer Sendungskante sein.

Fenster müssen sich vollflächig im Anschriftfeld befinden und die Folien müssen fest mit dem Kuvert verbunden sein. Es dürfen keine Materialien mit matten oder getönten Oberflächen verwendet werden.

Im Fenster muss die gesamte Anschrift sichtbar sein. Der Inhalt des Kuverts darf sich nicht so verschieben können, dass nicht alle Teile der Anschrift sichtbar bleiben.

Außer einem Anschriftfenster dürfen auf der Vorderseite keine Fenster angebracht sein.

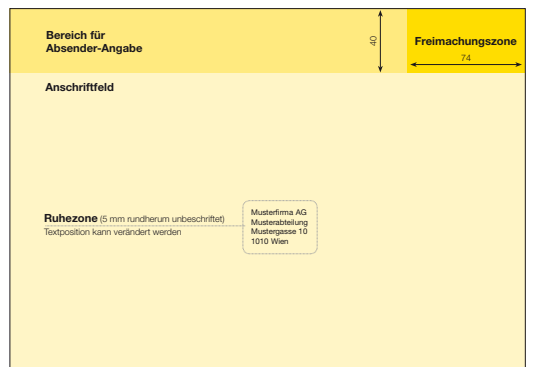
Kuvert/Tasche ohne Fenster:
Beispiel für Formate bis C5



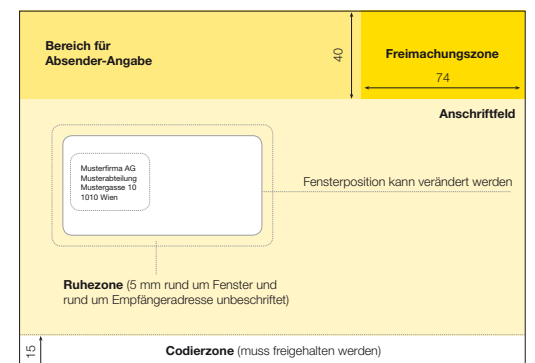
Beispiel für Formate bis B4 hoch



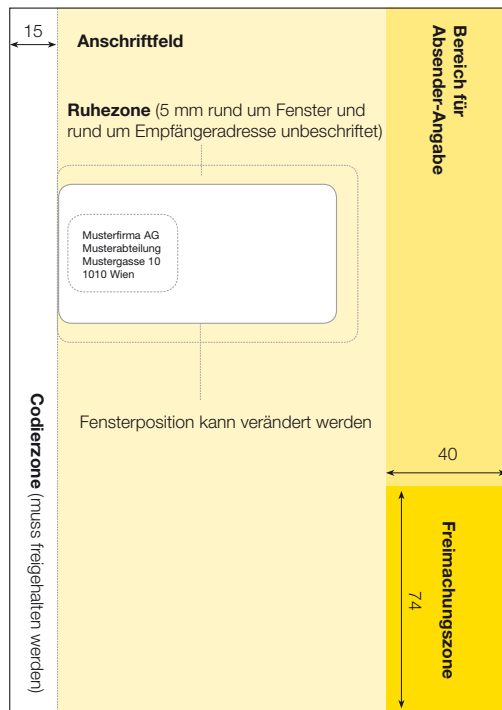
Beispiel für Formate bis B4 quer



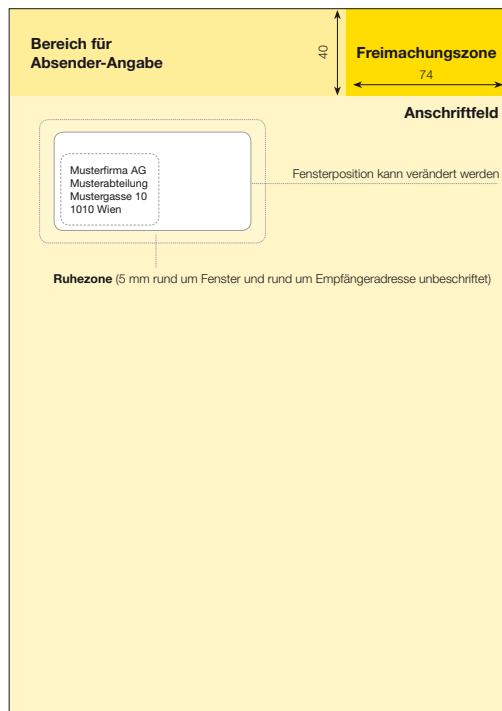
Kuvert/Tasche mit Fenster:
Beispiel für Formate bis C5 quer



Beispiel für Formate C5 hoch



Beispiel für Formate B4 hoch



1.3 Spezifikationen für Sendungen in Kartenform

Höchstmaß: 235 x 162 mm (Format C5)

Papierqualität:

Bis A6 = Postkarte (148 mm x 105 mm)

Flächengewicht: min. 160 g/m²
max. 500 g/m²

Über A6

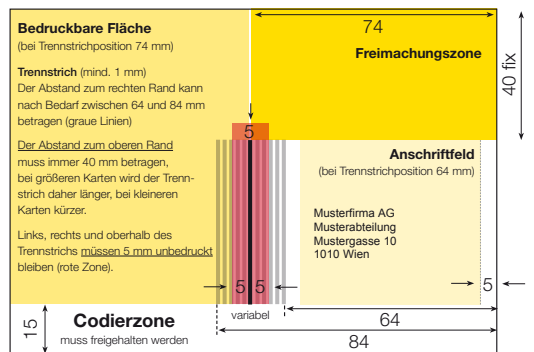
Flächengewicht: min. 200 g/m²
max. 500 g/m²

1.4 Sendungen mit geteilter Anschriftsseite (Karten- und Kuvertform, Selfmailer)

Der linke Sendungsteil ist vom rechten Teil (Anschrittfeld) immer mit einem min. 1 mm breiten durchgängig schwarzen Strich abzutrennen. Die Anschrift ist rechts vom Trennstrich parallel zur Längsseite der Sendung anzubringen. Der Abstand des Trennstrichs zum rechten Rand kann je nach Bedarf zwischen 64 und 84 mm betragen (graue Linien der Grafik). Der Abstand zum oberen Rand muss immer 40 mm betragen, bei größeren Sendungen wird der Trennstrich daher länger, bei kleineren Sendungen kürzer. Rechts und links sowie oberhalb vom Trennstrich sind 5 mm frei zu halten (rote Zone der Grafik). Vom unteren Rand sind immer 15 mm frei zu halten.

Sendungen mit geteilter Anschriftsseite (Karten- und Kuvertform, Selfmailer, Format A6 bis C5)

Beispiel im Format A6



1.5 Spezifikationen für Sendungen ohne Umschlag (Faltbriefsendungen/Selfmailer):

1.5.1 Allgemeine Voraussetzungen

Mindestmaß 140 x 90 mm

Höchstmaß 235 x 162 mm

(beinhaltet die gängigen Formate A6, C6, C5/6, C6/5, A5 und C5)

An der Unterkante der Sendung muss sich entweder ein Falz befinden oder diese muss durchgehend und bis zur unteren Kante über die gesamte Länge verleimt sein.

Verschlussklappe: Die Verschlussklappe darf bis maximal 15 mm zum unteren Rand reichen.

Verklebung:

- auf der Innenseite der Klappe mit mindestens 2 Leimstrichen oder Leimpunkten bzw. mit einem durchgehenden Leimstrich.

- mit 2 aufreißbaren Klebeetiketten entlang der Klappe
- größer Format B6 (175 x 125 mm) mit 3 Leimpunkten/-strichen oder Klebeetiketten.

Der maximale Abstand der Leimpunkte/-striche oder Klebeetiketten beträgt 5 mm vom seitlichen und unteren Rand.

1.5.2 Selfmailer mit Perforierung

Für den Verschluss der Sendungen dürfen keine Klammern verwendet werden.

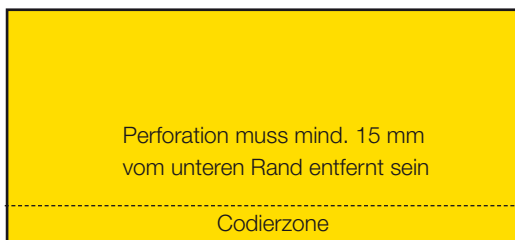
Papierqualität bei vollständig perforierten Sendungen:

- Mindestflächengewicht bei nur einem Falz: 100 g/m²
- Mindestflächengewicht bei mehr als einem Falz: 70 g/m²

Beispiel 1



Beispiel 2



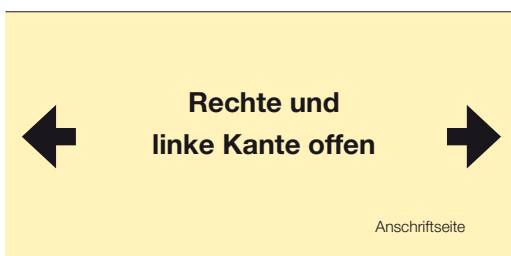
Spezifikation zur Perforation:

- Verleimung muss vollflächig und durchgehend sein
- Perforation im Verhältnis 2 : 1 (2 Steg : 1 Schlitz)

1.5.3 Selfmailer mit offenen Kanten

Zulässige Varianten

Rechte und linke Kante offen



Seitenansicht (2 Teile + Klappe):



Obere Kante offen



Linke Kante offen



Allfällige mehrseitige Beilagen sind mittig zwischen linker und rechter Kante sowie an der Unterkante zu fixieren.

Mindestanforderung an die Papierqualität bei Selfmailern mit offenen Kanten:

Selfmailer kleiner Format A5 (210 x 148 mm)

- Papierqualität mind. 135 g/m²
- mind. 2 Teile plus Lasche
- keine Perforation an der gefalzten Unterkante

Selfmailer ab Format A5 (210 x 148 mm) bis zum Format 235 x 162 mm:

- mit einer Falzung (2 Teile + Klappe): 200 g/m²
- mehr als eine Falzung (mind. 3 Teile + Klappe): 150 g/m²

1.6 Anschrift

Auf den Sendungen ist die Anschrift auf der Seite, die keine Verschlussklappe aufweist, parallel zu einer Sendungskante anzubringen.

Die Anschrift ist im dafür vorgesehenen Feld oder Fenster linksbündig zu platzieren. Linksbündig bedeutet, dass der Beginn aller Schriftzeilen in einer Fluchtlinie verläuft und zwar als geschlossener Block. Leerzeilen und gesperrte Schriften sind nicht zulässig.

Im Adressblock sind nur folgende Sonderzeichen zu verwenden: Punkt, Beistrich, Apostroph, Bindestrich, „Und Zeichen“ (&) und Schrägstrich. Linien, Unterstreichungen und Umrahmungen sind innerhalb des Anschriftenblocks nicht zulässig. Beim EDV-mäßigen Adressieren müssen genug Stellen für die Abgabestelle vorhanden sein. Lange Straßennamen werden ansonsten verstümmelt; Haus, Stiegen oder Türnummern könnten fehlen.

1.7 Maschinell lesbare Schrift

Als maschinell lesbar gelten alle gedruckten Anschriften, welche folgende Anforderungen erfüllen:

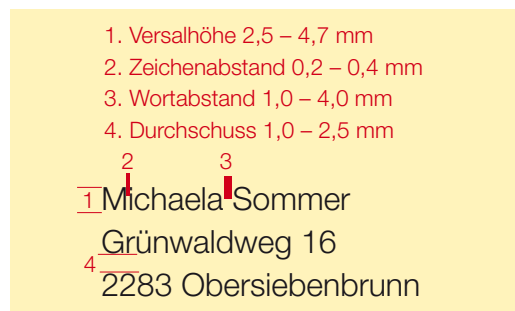
Schrifttyp:

Es sind klare Schriften mit deutlich voneinander getrennten Buchstaben zu verwenden.

Es dürfen keine Kursivschriften, keine Zierschriften, keine Schriften mit zusammenhängenden Buchstaben sowie keine Negativschriften (z.B. weiß auf schwarz, 3D, schattiert, etc.) verwendet werden. Am besten eignen sich daher einfache und klare Schrifttypen (ohne Serifen) wie Arial, Franklin, Verdana, Helvetica, Univers, Comic Sans MS oder Futura.

Schriftgröße und Abstände:

1. Versalhöhe zwischen 2,5 und 4,7 mm
Ein Schriftgrad von 10 pt bis 12 pt ist bei vielen Schrifttypen optimal
2. Zeichenabstand 0,2 mm – 0,4 mm
Vom Ende eines Zeichens bis zum Beginn des nächsten Zeichens.
3. Wortabstand 1,0 mm bis 4,0 mm
In der Regel entspricht dies ein oder zwei Leerzeichen
4. Durchschuss 1,0 mm bis 2,5 mm



1.8 Überprüfung der Maschinenfähigkeit

Für alle Fragen betreffend die Gestaltung von Sendungen steht die Post gerne zur Verfügung. Von diesem Anhang abweichende Gestaltungen und insbesondere die maschinelle Lesbarkeit der Anschriften bzw. die maschinelle Bearbeitbarkeit der Sendungen kann nur dadurch überprüft werden, dass der Post

vom Absender Mustersendungen zur Durchführung eines Testlaufes übergeben werden. Die tatsächlich zur Aufgabe gebrachten Sendungen müssen dem freigegebenen Testmuster entsprechen.

1.9 Weitere Empfehlungen zu einem effizienten Versand von adressierten Sendungen:

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

Details über die Maschinenfähigkeit von adressierten Sendungen aller Formate sind der von der Post herausgegebenen Informations-Broschüre „Richtig Adressieren“ zu entnehmen. Diese Broschüre ist im Internet unter www.post.at/geschaefftlich einsehbar.

2

**Anhang 2 –
Zusatzleistung Sponsoring.Post Express
Allgemeines**

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

Formale Versandvoraussetzungen

- Inhaltlich gleiche, persönlich adressierte, rechteckige Sendungen,
- Aufgabe nur bei vertraglich vereinbarten Großfilialen zu den festgelegten Annahmezeiten,
- Bestehender Zulassungsvertrag zur Sponsoring.Post gemäß diesen AGB
- Maschinenfähigkeit (siehe dazu auch die Voraussetzung für den Versand zum Vorteilstarif gemäß Anhang 1):
 - Mindestmaß: 140 x 90 mm
 - Höchstmaß 235 x 162 mm
 - Max. Stärke: 5 mm
 - Höchstgewicht: 50 g/Sendung
- Mindestmenge: 1.000 Stück
- Aufliferdokumente müssen den Titel Sponsoring. Post Express tragen (Aufgabeliste Sponsoring.Post Express)

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

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

Aviso

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

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

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

Um Sendungsmengen, die 50.000 Stück überschreiten, zwei Werktage (ausgenommen Samstag) vor dem Auflieferungstag avisieren zu können, müssen neben der Übermittlung der Avisodaten folgende Versandvorbereitungen zusätzlich erfüllt werden:

- Sortierung nach Eigen- und Fremd-Verteilzentrum bis 150.000 Stück:
Der Absender übernimmt die Sortierung inkl. Kennzeichnung seiner Aufliefermengen getrennt nach Aufgabe-Verteilzentrum und Fremd-Verteilzentren sowie eine getrennte Übergabe der sortierten Mengen in Behältern. Eigen-Verteilzentrum bedeutet, dass Sendungen im Verteilgebiet des Aufgabe-Verteilzentrums liegen. Das Fremd-Verteilzentrum beinhaltet Sendungen, die außerhalb des Verteilgebietes des Aufgabeverteilzentrums liegen. Das Aufgabe-Verteilzentrum ist das Verteilzentrum, in dem die Sendungen aufgegeben werden.
- Sortierung nach Ziel-Verteilzentrum bei Sendungsmengen, die 150.000 Stück überschreiten:
Der Absender übernimmt die Sortierung inkl. Kennzeichnung seiner Aufliefermengen getrennt nach den jeweiligen Ziel-Verteilzentren sowie eine getrennte Übergabe der sortierten Mengen in Behältern. Das Ziel-Verteilzentrum ist jenes Verteilzentrum, für welches die Sendungen bestimmt sind.

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

Aufgabe & Zustellung

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

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

Die übrigen anwendbaren Regelungen zur Aufgabe und Zustellung bleiben unberührt.

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

Österreichische Post AG

Postkundenservice

Business-Hotline: 0800 212 212

www.post.at/kundenservice

Unternehmenszentrale

Division Brief, Werbepost & Filialen

Haidingergasse 1, 1030 Wien

www.post.at | www.post.at/geschaefftlich

Rechtsform: Aktiengesellschaft

Sitz in politischer Gemeinde Wien

FN 180219d des Handelsgerichts Wien