
EinfachWerben Banner

Allgemeine Geschäftsbedingungen



Gültig ab 01.05.2023



Inhaltsverzeichnis

1	Geltungsbereich und Rechtsgrundlage	3
2	Änderungen der AGB	3
3	Leistungsbeschreibung Banner Kampagne	3
4	Leistungsbeschreibung Native Kampagne	4
5	Registrierung	4
6	Vertragsverhältnis	5
7	Ermittlung und Bezahlung von Entgelten.....	5
8	Haftung der Post.....	6
9	Haftung der Kund*innen.....	7
10	Datenschutz.....	7
11	Compliance	7
12	Rechtsweg und Gerichtsstand.....	7
13	Sonstiges.....	7



1 Geltungsbereich und Rechtsgrundlage

- 1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) gelten für die Rechtsbeziehungen zwischen der Österreichische Post AG (im Folgenden „Post“) und ihren Kund*innen (im Folgenden „Kund*innen“) für Dienstleistungen von „Einfach Werben Banner“.
- 1.2 Das Vertragsverhältnis kommt ausschließlich zu diesen AGB zwischen den Kund*innen und der Post zustande. Im Einzelfall abweichende Regelungen bedürfen einer ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung. Die Geltung von für die Post fremden Allgemeinen Geschäfts/Vertragsbedingungen und/oder branchenüblichen Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich ausgeschlossen.
- 1.3 Die Dienstleistungen von „EinfachWerben Banner“ erbringt die Post nur für Unternehmer*innen im Sinne des Bundesgesetzes über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetz-Buch BGBl. I Nr. 120/2005). Diese AGB sind daher an Kunden*innen, für die das eingegangene Vertragsverhältnis zum Betrieb ihres Unternehmens im Sinne des § 1 Abs 1 Z 1 KSchG gehört (im Folgenden kurz: „Unternehmer*innen“ oder „Kund*innen“ genannt), adressiert. Für Unternehmer*innen kommen die Bestimmungen der §§ 9, 10, 11, 12 E-Commerce-Gesetz nicht zur Anwendung.
- 1.4 Bei dieser Leistung handelt es sich um keine Leistung des Universaldienstes im Sinne des Postmarktgesetzes in der jeweils gültigen Fassung (PMG).

2 Änderungen der AGB

- 2.1 Die Post behält sich das Recht vor, die AGB jederzeit abzuändern. Werden Kund*innen durch die Änderungen ausschließlich begünstigt, können diese Änderungen bereits am Tag der Kundmachung angewandt werden.
- 2.2 Änderungen, die die Kund*innen nicht ausschließlich begünstigen, wird die Post spätestens zwei Monate vor deren Inkrafttreten kundmachen und diese gelten auch für bestehende Vertragsverhältnisse als akzeptiert, wenn nicht binnen vier Wochen ab Kundmachung ein schriftlicher Widerspruch durch die Kund*innen erfolgt. Die Kundmachung von Änderungen der AGB erfolgt in geeigneter Weise, z. B. im Internet unter post.at/co/c/agb. Im Falle des Widerspruchs endet die Vereinbarung mit dem Tag vor Inkrafttreten der Änderungen.
- 2.3 Die gültigen AGB sind unter post.at/co/c/agb-werbepost abrufbar.
- 2.4 Die Post ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen oder sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen Dritter zu bedienen.

3 Leistungsbeschreibung Bannerkampagne

- 3.1 EinfachWerben Banner ermöglicht registrierten Kund*innen, mittels Onlinetool Bannerkampagnen (im Folgenden kurz „Bannerkampagne“) in Auftrag zu geben und das dazu notwendige Werbemittel (im Folgenden „Werbemittel (Banner)“) selbst zu gestalten.
- 3.2 Die Kund*innen müssen hierfür zunächst die Rahmenbedingungen der Bannerkampagne festlegen. Dabei ist aus folgenden vorgegebenen Parametern auszuwählen:
- Werbeziel (Bannerwerbung)
 - Subtyp (kurze Bannerkampagne oder längere Präsenzkampagne)
 - geografisches Ausspielungsgebiet
 - Interessensgebiete der Zielgruppe
 - Kampagnenlaufzeit (Start – Ende)
 - Budget
 - Festlegung einer Ziel-URL des Kunden
 - Einschränkungen der Ausspielungszeiten (nach Wochentagen oder Tageszeiten)
- 3.3 Im nächsten Schritt erstellen die Kund*innen mittels Grafiksoftware das Layout des Werbemittel (Banner) online. Dabei ist aus vorgegebenen Vorlagen auszuwählen und anzugeben, ob ein statisches Werbemittel oder eine Diashow erstellt werden soll. Das Werbemittel (Banner) muss in drei Formaten vorliegen, damit es ausgespielt werden kann. Die erforderlichen Formate sind bereits angewählt. Die Kund*innen können noch weitere, von der Post vordefinierte Formate auswählen. Individuelle Bannerformate sind nicht möglich. Danach können die Kund*innen eigene Bilder und Logos hochladen, oder ein im Onlinetool angebotenes Motiv bzw. Sujet auswählen. Des Weiteren ist eine kurze Werbebotschaft zu erfassen. Das Tool zeigt das erstellte Werbemittel (Banner) in jedem einzelnen Format an und die Kund*innen haben die Möglichkeit, den Bildausschnitt zu optimieren. Danach werden die Bannerkampagnen fertiggestellt und gespeichert.
- 3.4 Alternativ besteht die Möglichkeit, bereits vorhandene Werbemittel (Banner) hochzuladen. Das Werbemittel (Banner) muss in drei vordefinierten Formaten vorliegen, damit es ausgespielt werden kann. Bei vorhandener Werbemittel (Banner) ist darauf zu achten, dass sämtliche notwendigen Formate hochgeladen werden.
- 3.5 Zuletzt gelangen die Kund*innen zur Auftragsübersicht. Allfällige Änderungen der Bannerkampagne können in dieser Phase seitens der Kund*innen noch durchgeführt werden. Sollten die Kund*innen mit der Bannerkampagne einverstanden sein, wird die Post mit deren Erstellung beauftragt und das Entgelt hierfür bezahlt. Auf Punkt 6.1 wird in diesem Zusammenhang ausdrücklich hingewiesen.
- 3.6 Die Bannerkampagne wird anschließend programmatisch ausgespielt: Die Post bietet den Kund*innen die Möglichkeit, ihre Werbung entsprechend dem Umfang ihrer Buchungen auf verschiedenen Kanälen auszusteuern. Zu diesem Zweck leitet die Post im Auftrag der Kund*innen das zuvor erstellte Werbemittel



(Banner) an Drittanbieter (nachfolgend kurz die „Drittanbieter“) weiter, welche das Werbemittel (Banner) sodann auf ihren Plattformen publizieren.

- 3.7 Die Zusammensetzung der Drittanbieter im Netzwerk der Post kann sich jederzeit ändern, insbesondere können einzelne Drittanbieter während der Vertragslaufzeit durch andere ausgetauscht werden, wegfallen oder neue können dazukommen. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder Reihenfolge der Bannerkampagne an einer bestimmten Position innerhalb der jeweiligen Plattform besteht ebenso nicht wie ein Konkurrenzausschluss ebendort. Die Kenntnisnahme und das Anklicken des Werbemittels (Banner) durch Internetuser*innen ist nicht Gegenstand der vertraglichen Leistung.
- 3.8 Die Post leistet keine Gewähr, dass die gebuchte Bannerkampagne während der gesamten Laufzeit mit einer linearen Aufteilung ausgespielt wird. Die Schaltung der Bannerkampagne erfolgt in der für Online-Publikationen üblichen Wiedergabequalität und ist unter anderem abhängig vom genutzten Endgerät.
- 3.9 Die Kund*innen haben die Möglichkeit, über das Dashboard des Onlinetools ein laufendes Reporting über ihren Auftrag einzusehen. Im Reporting sind u.a. die Anzahl der Ausspielungen und Klicks sowie die Top 10 Websites, auf denen die Ausspielungen stattfanden, angegeben. Ferner wird ein Überblick über die Verteilung der Ausspielungen nach Gerätetyp und Wochentag gegeben.

4 Leistungsbeschreibung Native Kampagne

- 4.1 EinfachWerben Banner ermöglicht registrierten Kund*innen, mittels Onlinetool Native Kampagnen (im Folgenden kurz „Native Kampagne“) in Auftrag zu geben und die dazu notwendigen Werbemittel (im Folgenden „Werbemittel (Native)“) selbst zu gestalten.
- 4.2 Die Kund*innen müssen hierfür zunächst die Rahmenbedingungen der Native Kampagne festlegen. Dabei ist aus folgenden vorgegebenen Parametern auszuwählen:
- Werbeziel (Native Werbung)
 - Subtyp (kurze Kampagne oder längere Präsenzkampagne)
 - geografisches Ausspielungsgebiet
 - Interessensgebiete der Zielgruppe
 - Kampagnenlaufzeit (Start – Ende)
 - Budget
 - Festlegung einer Ziel-URL des Kunden
 - Einschränkungen der Ausspielungszeiten (nach Wochentagen oder Tageszeiten)
- 4.3 Im nächsten Schritt erstellen die Kund*innen mittels Grafiksoftware das Layout des Werbemittels (Native) online. Dabei ist das Logo des*der Kund*in sowie das Werbebild, welches eingesetzt werden soll, hochzuladen. Anschließend sind die Werbetexte zu erfassen: ein Titel, eine kurze Werbetbotschaft (max. 90 Charakter) und eine längere Version der Werbetbotschaft (Max. 125 Charakter). Danach ist ein Aktionsauf-

ruf (Call to Action) auszuwählen. Das Tool zeigt das erstellte Werbemittel (Native) in jedem einzelnen Format an und die Kund*innen haben die Möglichkeit, den Bildausschnitt zu optimieren. Danach werden die Native Kampagnen fertiggestellt und gespeichert.

- 4.4 Zuletzt gelangen die Kund*innen zur Auftragsübersicht. Allfällige Änderungen der Native Kampagne können in dieser Phase seitens der Kund*innen noch durchgeführt werden. Sollten die Kund*innen mit der Native Kampagne einverstanden sein, wird die Post mit deren Erstellung beauftragt und das Entgelt hierfür bezahlt. Auf Punkt 6.1 wird in diesem Zusammenhang ausdrücklich hingewiesen.
- 4.5 Die Native Kampagne wird anschließend programmatisch ausgespielt: Die Post bietet den Kund*innen die Möglichkeit, ihre Werbung entsprechend dem Umfang ihrer Buchungen auf verschiedenen Kanälen auszusteuern. Zu diesem Zweck leitet die Post im Auftrag der Kund*innen das zuvor erstellte Werbemittel (Native) an Drittanbieter (nachfolgend kurz die „Drittanbieter“) weiter, welche das Werbemittel (Native) sodann auf ihren Plattformen publizieren.
- 4.6 Die Zusammensetzung der Drittanbieter im Netzwerk der Post kann sich jederzeit ändern, insbesondere können einzelne Drittanbieter während der Vertragslaufzeit durch andere ausgetauscht werden, wegfallen oder neue können dazukommen. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder Reihenfolge der Native Kampagne an einer bestimmten Position innerhalb der jeweiligen Plattform besteht ebenso nicht wie ein Konkurrenzausschluss ebendort. Die Kenntnisnahme und das Anklicken des Werbemittels (Native) durch Internetuser*innen ist nicht Gegenstand der vertraglichen Leistung.
- 4.7 Die Post leistet keine Gewähr, dass die gebuchte Native Kampagne während der gesamten Laufzeit mit einer linearen Aufteilung ausgespielt wird. Die Schaltung der Native Kampagne erfolgt in der für Online-Publikationen üblichen Wiedergabequalität und ist unter anderem abhängig vom genutzten Endgerät.
- 4.8 Die Kund*innen haben die Möglichkeit, über das Dashboard des Onlinetools ein laufendes Reporting über ihren Auftrag einzusehen. Im Reporting sind u.a. die Anzahl der Ausspielungen und Klicks sowie die Top 10 Websites, auf denen die Ausspielungen stattfanden, angegeben. Ferner wird ein Überblick über die Verteilung der Ausspielungen nach Gerätetyp und Wochentag gegeben.

5 Registrierung

- 5.1 Die Nutzung von „EinfachWerben Banner“ ist nur für Unternehmer*innen möglich. Für die Nutzung ist eine Registrierung auf dem ELLA Businessportal gemäß den ELLA – das Businessportal Nutzungsbedingungen post.at/co/c/agb-allgemein erforderlich.
- 5.2 Alternativ ist für die Nutzung auch eine Registrierung für die Online-Services der Post auf post.at mit Firmennamen, Land, PLZ, Ort, Straße, Hausnummer,

Vorname, Nachname, Geburtsdatum, gültiger E-Mail Adresse und Passwort, möglich. Für die Registrierung zur Nutzung von „EinfachWerben Banner“ auf post.at ist Voraussetzung, dass

- (i) das Unternehmen (juristische Personen, Personengesellschaften oder sonstige rechtsfähige Einrichtungen) seinen Sitz in Österreich hat. Für Unternehmer*innen, die natürliche Personen sind, ist die Vollendung des 18. Lebensjahres sowie deren Hauptwohnsitz in Österreich Voraussetzung.
- (ii) diese AGB in der zum Vertragsabschluss jeweils gültigen Fassung akzeptiert werden und
- (iii) die Kund*innen bei der Registrierung und der Nutzung des Onlinetools von dazu befugten Vertreter*innen vertreten werden.

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

- 5.3 Im Anschluss an die Registrierung erfolgt die Freischaltung zur Nutzung der Online Services der Post auf post.at.
- 5.4 Die Kund*innen können „EinfachWerben Banner“ nach Eingabe der von ihnen gewählten E-Mail-Adresse und ihrem Passwort (im Folgenden „Zugangsdaten“) auf post.at/einfachwerbenbanner oder unter ella.post.at/ im Bereich „Login“ nutzen.
- 5.5 Die Kund*innen müssen alle zumutbaren Vorkehrungen treffen, um die persönlichen Zugangsdaten geheim zu halten, diese nicht an Dritte weiterzugeben und vor unbefugten Zugriffen zu schützen. Sie haben Verlust, Diebstahl, missbräuchliche Verwendung oder sonstige nicht autorisierte Nutzung oder das Vorliegen von Umständen, die einem unbefugten Dritten Missbrauch ermöglichen könnten, unverzüglich der Post anzuzeigen und die Sperre des Zugangs auf post.at zu beantragen.

- 5.6 Erfolgt über einen Zeitraum von 3 Jahren kein Login der Kund*innen auf post.at oder über das ELLA Businessportal, so erfolgt eine Löschung der Registrierung zum Portal sowie zu post.at.

6 Vertragsverhältnis

- 6.1 Mit der Bezahlung des Entgelts gemäß Punkt 7 beauftragen die Kund*innen die Post mit der Erbringung der Bannerkampagne bzw. der Native Kampagne. Vor Annahme des Auftrags durch die Post wird die gewünschte Bannerkampagne bzw. die Native Kampagne seitens der Post mittels Sichtkontrolle überprüft. Erst mit Einlangen eines Bestätigungsmails bei den Kund*innen kommt das Vertragsverhältnis zustande. Die Post behält sich das Recht vor, den Auftrag ohne Angabe von Gründen nicht anzunehmen. Diesfalls werden die Kund*innen mittels E-Mail hiervon

verständigt. Das zuvor bezahlte Entgelt wird den Kund*innen binnen zehn Werktagen zurückerstattet.

- 6.2 Vor Bezahlung sehen die Kund*innen ein Vorschaubild ihrer Werbemittel (Banner) bzw. Werbemittel (Native) (im Folgenden gemeinsam kurz: „Werbemittel“). Eine Nachbearbeitung der von den Kund*innen gestalteten Werbemittel durch die Post ist nicht möglich.

- 6.3 Die Post behält sich das Recht vor, Bilder, Motive, Grafiken, Logos und Signaturen sowie Texte ohne Angabe von Gründen abzulehnen; jedenfalls ausgeschlossen sind Bilder, Motive, Grafiken, Logos und Signaturen sowie Texte, die nach Ansicht der Post gegen die guten Sitten und/ oder gegen geltendes Recht verstoßen. Eine Prüfpflicht der Post hinsichtlich der Gesetzmäßigkeit der Bilder, Motive, Grafiken, Logos und Signaturen sowie Texte besteht nicht. Die Post ist berechtigt, Werbemittel unverzüglich zu entfernen, wenn der begründete Verdacht besteht, dass das hochgeladene Material rechtswidrig ist und/oder die Rechte Dritter verletzt. Ein begründeter Verdacht liegt insbesondere dann vor, wenn Gerichte, Behörden oder sonstige Dritte die Post davon in Kenntnis setzen. Einer vorherigen Abmahnung des*der Kund*in bedarf es nicht, die Post wird den*die Kund*in jedoch unverzüglich darüber informieren und behält sich die Geltendmachung von Ansprüchen vor. Ansprüche des*der Kund*in sind ausgeschlossen.

- 6.4 Die Kund*innen räumen der Post eine nicht-exklusive, räumlich unbeschränkte, unentgeltliche, übertragbare und unterlizenzierbare Werknutzungsbewilligung an den übermittelten Abbildungen zum Zwecke der umfassenden Verwertung (wie insbesondere, jedoch nicht ausschließlich, Vervielfältigung, Verbreitung, Veröffentlichung) im Zusammenhang mit der Durchführung der Bannerkampagne bzw. der Native Kampagne ein. Die Rechteeinräumung ist zeitlich auf die Dauer der Durchführung der Bannerkampagne bzw. der Native Kampagne (Beauftragung der Bannerkampagne bzw. Native Kampagne bis Ende der Kampagnenlaufzeit) beschränkt.

7 Ermittlung und Bezahlung von Entgelten

- 7.1 Die Kund*innen sind verpflichtet, für jede von ihnen in Anspruch genommene Leistung der Post nach Maßgabe der zum Zeitpunkt der Auftragserteilung geltenden Preise, die im Rahmen der Bestellung ermittelt werden, nach Wahl der vorgegebenen Zahlungsart zu zahlen.
- 7.2 Die Bezahlung erfolgt bei der Auftragserteilung mittels der von der Post angebotenen Online-Payment Varianten (z.B. Kreditkarten). Eventuell anfallende Überweisungs- und/oder Bankspesen sind von den Kund*innen selbst zu tragen.
- 7.3 Das Entgelt versteht sich als Nettoentgelt exklusive aller gesetzlich geschuldeten Steuern und Abgaben insbesondere der Umsatzsteuer.
- 7.4 Einwendungen gegen die bezahlten Entgelte sind von den Kund*innen innerhalb von 1 Monat ab Rechnungs-

datum bei der Post schriftlich zu erheben; andernfalls gilt die Entgeltforderung der Post als anerkannt.

- 7.5 Die Kund*innen haben für eine ausreichende Deckung des gewählten Zahlungsmittels zu sorgen. Andernfalls hat die Post das Recht, hinsichtlich des jeweils aushaftenden Betrages, unter Vorbehalt der Geltendmachung eines weiteren Verzugs Schadens, insbesondere Bankspesen, Verzugszinsen in der Höhe des gesetzlichen Zinssatzes gemäß Unternehmensgesetzbuch (UGB) idgF geltend zu machen.

- 7.6 Kund*innen sind nicht berechtigt, eigene Forderungen mit Forderungen der Post aufzurechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht seitens der Kund*innen wird ausgeschlossen.

8 Haftung der Post

8.1 Gewährleistung

- 8.1.1 Ansprüche aufgrund von Mängeln, die die Tauglichkeit der Leistung nicht oder nur unerheblich beeinträchtigen, bestehen nicht. Geringfügige Abweichungen der Darstellung in Farbe oder Layout können nicht beanstandet werden. Gewährleistungsmängel sind von den Kund*innen unverzüglich, spätestens innerhalb einer Woche ab dem Zeitpunkt der erstmaligen Ausspielung, in schriftlicher Form zu melden. Erfolgt innerhalb dieser Frist keine Schadensmeldung, erlöschen alle Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche.
- 8.1.2 Die Kund*innen haben das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt, den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge nachzuweisen. Die Kund*innen können bei einem behebbaren Mangel vorerst nur die Verbesserung dieses Mangels verlangen. Wird ein Fehler nicht innerhalb einer den Umständen entsprechenden Frist beseitigt oder wäre die Behebung mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden, so haben die Kund*innen das Recht auf Preisminderung, und, sofern es sich nicht um einen geringfügigen Mangel handelt, auch auf Rücktritt vom fehlerhaften Vertragsteil. Ergibt die Überprüfung der Mängelanzeige, dass ein Gewährleistungsfall nicht vorliegt, werden die Kosten der Überprüfung gemäß den aktuellen Stundensätzen der Post den Kund*innen in Rechnung gestellt, sofern dem nicht zwingende Rechtsvorschriften entgegenstehen.
- 8.1.3 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate.
- 8.1.4 Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten der Post ist ausgeschlossen.
- 8.1.5 Die Post schließt eine Aktualisierungspflicht gemäß § 7 VGG idF BGBl. I. 2021/175 aus.
- 8.1.6 Bei Teillieferungen gelten die Regelungen in Punkt 7.1 jeweils für den gelieferten Teil. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung.
- 8.1.7 Für allfällige aus dem Titel der Leistungsstörung resultierende Schäden gilt Punkt 7.2.2 sowie Punkt 7.2.3 entsprechend.

8.2 Schadenersatz allgemein

- 8.2.1 Die Post übernimmt keine Haftung für die inhaltliche und technische Fehlerfreiheit des Onlinetools oder für Schäden, welche den Kund*innen durch Missbrauch oder Verlust der ihnen zugeteilten Zugangsdaten entstehen.
- 8.2.2 Die Haftung der Post ist ausgeschlossen, wenn die Kund*innen das Onlinetool für rechtswidrige Zwecke und/oder missbräuchlich und/oder sicherheits-/betriebsgefährdend verwenden.
- 8.2.3 Steht den Kund*innen Schadenersatz zu, haftet die Post nur für unmittelbare Schäden, die von ihr oder ihren Vertreter*innen oder Erfüllungsgehilf*innen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursacht wurden; die Post haftet nicht für leicht fahrlässig verursachte Schäden. Eine allfällige Haftung der Post ist den Kund*innen gegenüber generell mit einem Betrag in der Höhe von 1.000 Euro netto je Schadensfall und überdies insgesamt auf höchstens 5.000 Euro netto je Kalenderjahr beschränkt. Eine Haftung für entgangenen Gewinn, reine Vermögensschäden, Zinsverluste, mittelbare oder Folgeschäden, Verdienstentgang, ausgebliebene Einsparungen, immaterielle Schäden, Mangelfolgeschäden, frustrierte Aufwendungen, verlorene oder veränderte Daten oder Schäden aufgrund von Ansprüchen Dritter ist ausgeschlossen.
- 8.2.4 Die Kund*innen haben den Eintritt eines Schadens in einer bestimmten Höhe sowie das Vorliegen von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Post nachzuweisen. Die Frist für die gerichtliche Geltendmachung beträgt 6 Monate ab Kenntnis des Schadens.
- 8.2.5 Jegliche Haftung der Post für Ansprüche, die auf Grund der von der Post erbrachten Leistung von Dritten gegen die Kund*innen erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere haftet die Post nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten der Kund*innen oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; die Kund*innen haben die Post diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 8.3 Die Post hat für die Nicht- oder Schlechterfüllung ihrer Vertragspflichten, auch wenn sie sich Erfüllungsgehilf*innen bedient sowie für Schäden, nicht einzustehen und allfällige Pönalen und Leistungsfristen kommen nicht zur Anwendung, wenn diese durch vom Parteiwillen unabhängige oder unvermeidbare Umstände eintreten. Das können z.B. unvorhersehbare oder unabwendbare Betriebsstörungen, behördliche Eingriffe, Arbeitskonflikte, Unruhen/ Aufstände, Kriege, Terroranschläge, Boykottmaßnahmen, Naturkatastrophen, Pandemien, Epidemien, behördliche Maßnahmen, Beschlagnahmen von Sachgütern, Ressourcen-, Material-Lieferknappheit, Cyber-Angriffe, Sabotagen, Blackout-Fälle, Störungen von Kommunikationsnetzen und sonstige unvorhersehbare oder unabwendbare Hinderungsgründe sein.

9 Haftung der Kund*innen

- 9.1 Die Kund*innen tragen die alleinige Verantwortung für das hochgeladene Material und garantieren, dass dieses sowie die Erbringung der vereinbarten Leistung nicht gegen geltendes Recht, gesetzliche und behördliche Verbote sowie die guten Sitten verstößt und nicht in Rechte Dritter, insb. Urheber-, Marken-, und Persönlichkeitsrechte sowie Wettbewerbsrechte, eingegriffen wird. Die Post ist nicht verpflichtet, das Bestehen von Drittrechten oder das Vorliegen von Nutzungsrechten der Kund*innen zu prüfen. Sie kann jedoch von den Kund*innen Berechtigungsnachweise verlangen.
- 9.2 Die Kund*innen haben die Post und ihre Mitarbeiter*innen bei Inanspruchnahme wegen einer solchen Rechtsverletzung oder der Geltendmachung von Rechten von dritter Seite zur Gänze schad- und klaglos zu halten und der Post sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr dadurch entstehen. Die Kund*innen verpflichten sich, die Post bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen und werden ihr hierfür sämtliche Unterlagen zur Verfügung stellen.
- 9.3 Bei digital übermitteltem Material haften die Kund*innen für die technische Mängelfreiheit, insb. Freiheit von schädlichen Komponenten wie Viren oder Trojanern, des übermittelten Materials und halten die Post schad- und klaglos.

10 Datenschutz

- 10.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich, die gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz wie z.B. das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten idjF („DSG“), insbesondere die Bestimmung des § 6 DSG, sowie die EU-Datenschutzgrundverordnung („DSGVO“) und das Telekommunikationsgesetz 2021 idjF bzw. die an deren Stelle tretenden gesetzlichen Regelungen einzuhalten. Für den Fall, dass personenbezogene Daten einer Vertragspartei im Auftrag der anderen Vertragspartei verarbeitet werden, ist zwischen den Vertragsparteien ein datenschutzrechtlicher Auftragsdatenverarbeitungsvertrag iSv Artikel 28 DSGVO abzuschließen. Davon ausgenommen sind Vertragserfüllungen im Zusammenhang mit Beförderungsleistungen.
- 10.2 Die Kund*innen sind im Falle der Verarbeitung personenbezogener Daten in ihrer Verantwortung insbesondere dazu verpflichtet, die Zulässigkeit der Verarbeitung, Nutzung und Löschung der Daten, sowie der Wahrung der Rechte des Betroffenen einzuhalten.
- 10.3 Die Kund*innen bestätigen und leisten Gewähr dafür, dass die Übermittlung personenbezogener Daten an Post und die Verwendung derselben durch Post im Zusammenhang mit der Vertragserfüllung rechtmäßig ist. Zur Vertragserfüllung können z.B. die Übermittlung von Adressdaten sowie die Kontaktdaten gehören. Diesbezüglich werden die Kund*innen die

Post bezüglich aller Ansprüche sowie Schäden, welche der Post wegen des behaupteten Nichtzutreffens der vorstehenden Bestätigung entstehen oder damit in Zusammenhang stehen, vollkommen schad- und klaglos halten.

11 Compliance

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

12 Rechtsweg und Gerichtsstand

- 12.1 Streit- oder Beschwerdefälle der Post betreffend Postdienste iSd Postmarktgesetzes (PMG), die für die Kund*innen nicht befriedigend gelöst werden konnten, können der Regulierungsbehörde vorgelegt werden. Diese hat eine einvernehmliche Lösung herbeizuführen oder den Parteien ihre Ansicht zum herangetragenen Fall mitzuteilen (§ 53 PMG).
- 12.2 Zuständig für alle Rechtsstreitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB abgeschlossenen Vertragsverhältnis ist das sachlich für die Landeshauptstadt des Bundeslandes (in Wien: 1030 Wien) zuständige Gericht.
- 12.3 Für Streitigkeiten aus einem auf Basis dieser AGB geschlossenen Vertragsverhältnis gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und kollisionsrechtlicher Bestimmungen.

13 Sonstiges

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

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



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

post.at/einfachwerben

Stand: 1. Mai 2023.

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