

Allgemeine Geschäftsbedingungen Marketingstempel der Deutschen Post AG (AGB Marketingstempel)

1 Geltungsbereich

- (1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen – nachfolgend AGB – gelten für Verträge der Deutschen Post AG – im Folgenden Deutsche Post – mit Behörden und als gemeinnützig anerkannten Organisationen, Städten und Gemeinden sowie deren dem Gemeinwohl dienenden Kultur- und Veranstaltungsträgern sowie Vereinen – im Folgenden Kunde – welche die Annahme und Beförderung von Briefsendungen im Auftrag der Deutschen Post im Rahmen des Services „Marketingstempel“ (Dauergeführter Betriebsstempel, nachfolgend Marketingstempel genannt) anbieten wollen. Die mit dem Service Marketingstempel verbundenen Leistungen erbringt die Deutsche Post ausschließlich gegenüber den bereits genannten Kundengruppen.
- (2) Marketingstempel der Deutschen Post dienen einem eng begrenzten Zweck, nämlich der Stempelung zur Entwertung von Briefsendungen, die im Rahmen eines Besuchs beim Betreiber einer Sehenswürdigkeit eingeliefert wurden.
- (3) Als Sehenswürdigkeit gelten Städte, Orte in einer Stadt oder im Land, Landstriche, Denkmäler, Wahrzeichen, Museen sowie Kulturstätten, Ausstellungen sowie historische Gebäude und Fortbewegungsmittel, ferner Freizeitparks, Zoos und Parks.
- (4) Soweit durch diese AGB nichts anderes bestimmt ist, gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Deutschen Post Brief National und Brief International in ihrer jeweils gültigen Fassung. Ergänzend gilt die Broschüre „Leistungen und Preise der Deutschen Post“. Die Anwendung abweichender Geschäftsbedingungen des Kunden ist ausgeschlossen.
- (5) Änderungen und Ergänzungen des Vertrages über die Führung des Marketingstempels bedürfen der Schriftform. Änderungen dieser AGB werden dem Kunden durch die Deutsche Post in geeigneter Weise mitgeteilt. Soweit nicht ein schriftlicher Widerspruch des Partners innerhalb eines Monats nach Zugang bei der Deutschen Post eingeht, gelten die Änderungen als akzeptiert.
- (6) Ergänzend zu diesen AGB gelten die Regelungen des Flyers „Marketingstempel“, der „Gestaltungsrichtlinien Marketingstempel“ sowie die im Einzelauftrag getroffenen Regelungen im „Buchungsformular Marketingstempel“ und die Erklärung der Stempelbeauftragten.
- (7) Der Vertrag kommt ausschließlich auf Basis dieser AGB zustande, entgegenstehenden AGB des Kunden wird hiermit ausdrücklich widersprochen.

2 Auftragserteilung, Vertragsabschluss und Rücktritt

- (1) Der Vertrag kommt durch Übersendung des „Buchungsformulars Marketingstempel“ mit entsprechender produktionsfertiger Stempelvorlage durch den Kunden und die anschließende Annahme durch die Deutsche Post zustande. Die Annahme erfolgt durch Zugang des Bestätigungsschreibens.
- (2) Die Voraussetzungen für das Führen eines Stempels mit der Bezeichnung „Marketingstempel“ der Deutschen Post müssen erfüllt sein. Der Kunde muss auf Anforderung durch entsprechende Dokumente oder Erklärungen nachweisen, dass er der unter Punkt 1) 1. genannten Kundengruppe angehört.
- (3) Die Deutsche Post überprüft die vom Kunden eingesandte Vorlage für seinen Marketingstempel und gibt diese – sofern sie den technischen und inhaltlichen Anforderungen der Gestaltungsrichtlinie Marketingstempel entspricht – zur Herstellung frei.

- (4) Die Deutsche Post ist in der Annahme oder Ablehnung eines Auftrages frei. Die Deutsche Post behält sich eine Ablehnung des Stempelklichs vor, wenn
 - die Gestaltung des Stempelbildes gegen gesetzliche oder behördliche Verbote verstößt,
 - das Stempelbild der weltanschaulichen Neutralität widerspricht,
 - betriebliche oder sonstige Gründe entgegenstehen,
 - das Stempelbild nicht in deutscher Sprache abgefasst wurde,
 - Angaben darüber in die Irre führen, welches Unternehmen mit dem Brieftransport beauftragt wurde.
- (5) Die Deutsche Post ist zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt, sofern ein wichtiger Grund vorliegt, von dem sie erst nach Vertragsschluss Kenntnis erlangt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die Ausführung des Auftrags gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt, unmöglich ist oder der Kunde gegen die unter Abschnitt 4 und 5 genannten Mitwirkungspflichten verstößt.

3 Rechte und Pflichten der Deutschen Post

- (1) Die Deutsche Post wird die von ihr geschuldeten Leistungen gemäß den Vertragsbedingungen mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns erbringen.
- (2) Die Einzelheiten in Bezug auf den Leistungsumfang sind im Flyer „Marketingstempel“ und dem jeweiligen Einzelauftrag festgelegt.
- (3) Die Deutsche Post ist nicht verpflichtet, die für die Gestaltung der Marketingstempel übermittelten Inhalte (Texte, Motive, Grafiken, Logos usw.) auf ihre rechtliche, insbesondere strafrechtliche, wettbewerbs-, marken-, urheber- oder namensrechtliche Zulässigkeit hin zu überprüfen. Der Kunde bestätigt vielmehr mit Vertragsunterzeichnung, dass er über sämtliche für die Nutzung und Verbreitung der Inhalte erforderlichen Urheber- und sonstigen Rechte verfügt und nicht gegen gesetzliche Vorschriften verstößt. Er weist die Rechte auf Anforderung durch entsprechende Dokumente und Erklärungen gegenüber der Deutschen Post im Bedarfsfall nach.
- (4) Im Namen des Kunden beauftragt die Deutsche Post das vom Kunden im Vertrag gewählte Unternehmen mit der Erstellung des Stempels.
- (5) Die Deutsche Post stellt zur Kennzeichnung des Marketingstempel-Briefkastens entsprechendes Material kostenfrei zur Verfügung.
- (6) Die Deutsche Post stellt dem Kunden sowohl Stempelkissen als auch die spezielle Stempelfarbe der Deutschen Post kostenfrei zur Verfügung.
- (7) Zum Austausch der Sendungen zwischen dem Kunden und der Deutschen Post werden spezielle Versandtaschen mit Adresswechselschildern eingesetzt. Die Preise sind dem Flyer „Marketingstempel“ und dem jeweiligen Einzelauftrag zu entnehmen.

4 Rechte und Pflichten des Kunden

- (1) Der Kunde wird seine vertraglichen und gesetzlichen Mitwirkungspflichten ordnungsgemäß erfüllen. Er wird insbesondere der Deutschen Post rechtzeitig alle für die Leistungserbringung notwendigen Daten, Unterlagen, Materialien und Informationen auf seine Kosten zur Verfügung stellen. Eine verspätete Bereitstellung der produktionsfähigen Stempelvorlage geht zu Lasten des Kunden.
- (2) Wird die vertragsgegenständliche Leistung durch verspätete Mitwirkungsleistungen, kurzfristige Auftragsänderungen oder andere vom Kunden zu vertretende Gründe verzögert, wird der Leistungstermin, wenn möglich, neu festgelegt. Der Kunde hat dadurch bedingte (Mehr-)Aufwendungen zu tragen.



Allgemeine Geschäftsbedingungen Marketingstempel der Deutschen Post AG (AGB Marketingstempel)

- (3) Stellt der Kunde die für die Bearbeitung des Auftrages erforderlichen Daten, Unterlagen, Materialien und Informationen nicht, nicht rechtzeitig, nicht vollständig oder nicht ordnungsgemäß zur Verfügung und kann infolge des Verstoßes des Kunden die vereinbarte Leistung von der Deutschen Post nicht erbracht werden, kann die Deutsche Post die vereinbarte Vergütung verlangen. Eine anteilmäßige Rückerstattung kommt nicht in Betracht, es sei denn, es liegt ein Verschulden der Deutschen Post vor. Der Kunde ist verpflichtet, die im Vertrag vorgesehenen Preise für die Einsatzpauschale an die Deutsche Post zu zahlen.
 - (4) Der Kunde verpflichtet sich, die für die Grafik- und Stempelherstellung anfallenden Kosten direkt beim entsprechenden Unternehmen zu erfragen und mit diesem abzurechnen.
 - (5) Der Kunde benennt mindestens zwei Stempelbeauftragte, die in einem Dienst- oder Arbeitsverhältnis (inkl. Ehrenamt) mit ihm stehen. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Einhaltung der Regeln zur Bearbeitung der in den Sonderbriefkasten eingelieferten Sendungen gemäß Abschnitt 5 dieser AGB.
 - (6) Änderungen in der Person der Stempelbeauftragten sind der Deutschen Post schriftlich mitzuteilen.
 - (7) Die Stempelbeauftragten sind zur Wahrung des Postgeheimnisses nach § 39 PostG, des Datenschutzes nach §§ 41 bis 41 c PostG und des Geschäftsgeheimnisses nach § 4 GeschGehG verpflichtet. Ebenso verpflichten sie sich, die Regeln zum Umgang mit dem Marketingstempel zu beachten. Eine entsprechende Erklärung, dass die Stempelbeauftragten verpflichtet wurden, übersendet der Kunde der Deutschen Post.
 - (8) Der Kunde stellt auf seinem Areal einen geeigneten Briefkasten zur Verfügung.
 - (9) Briefmarken, die der Kunde vor Ort verkaufen möchte, kann dieser bei der Deutschen Post entgeltlich über die üblichen Vertriebswege erwerben oder direkt im Online-Shop unter shop.deutschepost.de
- ## 5 Bearbeitung der über den Sonderbriefkasten eingelieferten Sendungen
- (1) Die in den Sonderbriefkasten eingelieferten Sendungen sind auf korrekte Frankierung zu prüfen. Die Höhe der Entgelte ergibt sich aus der jeweils gültigen Broschüre „Leistungen und Preise“. Es dürfen nur Sendungen, die mit Postwertzeichen der Deutschen Post versehen sind, angenommen werden. Sind Briefsendungen mit ungültigen Postwertzeichen oder Postwertzeichen fremder Postverwaltungen versehen oder nicht ausreichend freigemacht oder entsprechen sie in sonstiger Weise nicht den Anforderungen der AGB Brief National bzw. International, sind sie als nicht freigemacht zu behandeln und von der Stempelung ausgeschlossen.
 - (2) Zur Stempelung sind ausschließlich echt laufende gewöhnliche Briefe/Postkarten bis zum Format XL (Maxi) zugelassen. Sendungen mit Zusatzleistungen dürfen nicht gestempelt werden.
 - (3) Es sind nur Postwertzeichen mit und ohne Matrixcode sowie die „Briefmarke Individuell“ zugelassen. Folgende Frankierarten sind nicht zulässig: Internetmarken, Frankiermaschinen, DV-Freimachung, Mobile Briefmarke.
 - (4) Nicht ausreichend oder unzulässig freigemachte Sendungen sind als solche vom Kunden kenntlich zu machen und zur weiteren Bearbeitung in der Versandtasche an die Deutsche Post zu geben.
 - (5) Die Postwertzeichen auf den Sendungen sind mit einem deutlichen Abdruck des Marketingstempels zu versehen.
 - (6) Der Marketingstempel darf nur mit tagesaktuellem Datum verwendet werden.
 - (7) Die Stempelpoststelle ist nur die im Buchungsformular genannte Örtlichkeit.
 - (8) Eingelieferte Sendungen dürfen nur mit der durch die Deutsche Post zur Verfügung gestellten Stempelfarbe gestempelt werden. Eine andere Stempelfarbe ist nicht zulässig.
 - (9) Die gestempelten Sendungen sind spätestens alle 2–3 Tage mit den dafür vorgesehenen Versandtaschen an die Deutsche Post zu senden.
 - (10) Der Kunde ist dafür verantwortlich, dass die über den Sonderbriefkasten eingelieferten Briefsendungen bis zur Übergabe so gesichert aufbewahrt werden, dass sie vor dem Zugriff Dritter geschützt sind.
 - (13) Die Deutsche Post befördert die Sendungen entsprechend der AGB Brief National und International an die Empfänger.
- ## 6 Fristen
- Die Stempelvorgabe muss 6 Wochen vor Einsatz zur Freigabe bei der Deutschen Post vorliegen.
- ## 7 Datenschutz
- (1) Die Deutsche Post speichert und verarbeitet personenbezogene Daten des Kunden (Name, Anschrift usw.) sowie die vom Kunden bereitgestellten personenbezogenen Daten Dritter nur, soweit dies für die Erbringung der Leistung und Abwicklung der Kundenaufträge erforderlich ist. Soweit sich die Deutsche Post zur Erbringung der Leistung Erfüllungsgehilfen bedient, ist sie berechtigt, die Daten den beauftragten Dienstleistungsunternehmen zu diesem Zweck im erforderlichen Umfang zugänglich zu machen.
 - (2) Über die Erbringung der Leistung und Abwicklung des jeweiligen Auftrages hinaus erfolgt eine Nutzung der personenbezogenen Daten des Kunden nur, wenn der Kunde in diese Nutzung ausdrücklich eingewilligt hat.
 - (3) Der Kunde seinerseits hat dafür Sorge zu tragen, dass in Bezug auf die von ihm bereitgestellten personenbezogenen Daten Dritter alle für die vertragsgemäße Erbringung der Leistung erforderlichen datenschutzrechtlichen Einwilligungen und Erklärungen der Empfänger vorliegen.
- ## 8 Vergütung und Abrechnung
- (1) Die Vergütung versteht sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.
 - (2) Die Deutsche Post erstellt dem Kunden nach Erteilung des Auftrages eine Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist – soweit in Textform keine anderweitige Vereinbarung getroffen wird – sofort zur Zahlung fällig.
- ## 9 Mängelansprüche
- (1) Sofern die von der Deutschen Post zu erbringenden Leistungen mit einem Mangel behaftet sind, den die Deutsche Post zu vertreten hat, ist sie zunächst zur Nacherfüllung verpflichtet.
 - (2) Schlägt die Nacherfüllung fehl, so kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung herabsetzen (mindern).
 - (3) Beanstandungen wegen offensichtlicher Mängel müssen innerhalb von zehn Tagen nach Erfüllung der vertraglichen Leistungspflichten schriftlich gegenüber der Deutschen Post geltend gemacht werden. Die Beanstandung muss die genauen Auftragsdaten sowie die Umstände enthalten, die den Anlass für die Beanstandung darstellen.



Allgemeine Geschäftsbedingungen Marketingstempel der Deutschen Post AG (AGB Marketingstempel)

- (4) Eine Verletzung der Anzeigepflicht führt zum Ausschluss der Gewährleistung.
- (5) § 377 HGB bleibt unberührt.

10 Haftung

- (1) Ansprüche des Kunden, gleich aus welchem Rechtsgrund, sowie seine Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen sind ausgeschlossen, es sei denn, die Schadensursache beruht auf einer grob fahrlässigen oder vorsätzlichen Pflichtverletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten). Die Haftung ist auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden begrenzt. Als Kardinalpflichten gelten solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf und/oder Pflichten, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet.
- (2) Die vorstehende Haftungsbeschränkung gilt nicht für Schäden, die auf der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit beruhen, bei einer Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz oder soweit die Deutsche Post ausnahmsweise eine Garantie übernommen hat.
- (3) Der Kunde übernimmt die alleinige und uneingeschränkte Verantwortung und Haftung für die Einhaltung der ihm obliegenden Pflichten.
- (4) Der Kunde ist insbesondere für Art und Inhalt des Marketingstempels selbst verantwortlich. Er stellt die Deutsche Post von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter (Wettbewerber, Empfänger, Behörden etc.) auf erstes Anfordern frei. Rechtsverfolgungskosten, die der Deutsche Post im Rahmen einer Abwehr von Ansprüchen Dritter entstehen, sind vom Kunden zu erstatten.
- (5) Im Falle höherer Gewalt – als solche gelten die Umstände und Vorkommnisse, die mit der Sorgfalt einer ordentlichen Betriebsführung nicht verhindert werden können – werden die Vertragsverpflichtungen der Vertragspartner für die Dauer ihrer Störung und im Umfang ihrer Wirkung suspendiert. Überschreiten die daraus folgenden Verzögerungen einen Zeitraum von 5 Werktagen, so sind beide Vertragspartner berechtigt, hinsichtlich des betroffenen Leistungsumfanges vom Vertrag zurückzutreten. Weitergehende Ansprüche bestehen nicht. Als höhere Gewalt gelten auch die von der Deutschen Post nicht verschuldeten Folgen eines Arbeitskampfs bei der Deutschen Post oder einem Dritten, sofern sich dadurch Auswirkungen auf die Leistung der Deutschen Post ergeben.

11 Vertragsdauer und Kündigung

- (1) Verträge über die Nutzung von Marketingstempeln gelten für den vertraglich vereinbarten Zeitraum.
- (2) Verträge über die Nutzung eines Marketingstempels können mit einer Frist von vier Wochen zum Monatsende von jeder Seite gekündigt werden.
- (3) Mit dem Ende des Vertrages ist der Kunde verpflichtet, den Marketingstempel der Deutschen Post an die im Vertrag angegebene Adresse zu übersenden, damit dieser für eine unberechtigte Nutzung unbrauchbar gemacht wird oder bei Bedarf dem Deutschen Postmuseum übergeben werden kann.
- (4) Das Recht beider Parteien, den Vertrag aus wichtigem Grunde fristlos zu kündigen, bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn der Kunde Änderungen zu den ernannten Stempelbeauftragten nicht oder nicht rechtzeitig meldet, die Stempelbeauftragten gegen ihre Verpflichtungen zur Wahrung des Postgeheimnisses und des Datenschutzes oder nachweislich gegen ihre Pflicht, die Sendungen mit einem aktuellen Tagesstempel am vereinbarten Ort abzustempeln, verstoßen haben.

12 Sonstige Regelungen

- (1) Sämtliche Urheberrechte am Stempelklischee verbleiben beim Kunden.
- (2) Die Abtretung von Rechten aus diesem Vertrag bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Deutschen Post.
- (3) Ausschließlicher Gerichtsstand mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen aus Verträgen, die diesen AGB unterliegen, ist Bonn. Es gilt deutsches Recht.

Stand: 12/2023

