

Allgemeine Geschäftsbedingungen der TOMORROW FOCUS Media GmbH

1. Geltungsbereich

1.1 Die TOMORROW FOCUS MEDIA GmbH, Neumarkter Str. 61, 81677 München (nachfolgend "TFM" genannt) gehört zum Geschäftsbereich Portal der Tomorrow Focus AG. TFM ist das Vermarktungsunternehmen für die von ihr selbst betriebenen Online-Angebote sowie Online-Angebote anderer Unternehmen, insbesondere im Content- und Community-Bereich (sog. "Partnerangebote").

1.2 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB" genannt) regeln das Verhältnis zwischen TFM und ihren Auftraggebern in Bezug auf die Erteilung und Abwicklung von Werbemaßnahmen für die Online-Angebote gemäß Ziff. 1.1. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen. Dies gilt auch bei Kenntnis durch TFM sowie für den Fall, dass den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde oder TFM ihre Leistungen widerspruchslos erbracht hat.

2. Werbeauftrag

2.1 "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung durch TFM oder ihren Partnerunternehmen.

2.2 TFM ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu. Die neuen AGB gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht binnen eines Monats nach Bekanntgabe der Änderungen gegenüber TFM in Textform widerspricht.

2.3 Das Mindestbuchungsvolumen eines Auftrages beträgt Netto/Netto 2.500 Euro.

3. Werbemaßnahmen, Werbemittel

3.1 "Werbemaßnahmen" sind alle von TFM angebotenen "Werbemittel" sowie sonstigen buchbaren Dienstleistungen. Ein "Werbemittel" kann aus einem oder mehreren der genannten folgenden Elemente bestehen: Aus einem Bild und/ oder Text, aus Tonfolgen und/ oder Bewegtbildern (u.a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegt (z.B. Link).

3.2 Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3.3 Anlieferung von Werbemitteln: Für die Platzierung von Bannerwerbung ist eine vorherige Anlieferung des Werbemittels von 3 Tagen und bei Sonderwerbformen und Richmedia-Formaten von 5 Werktagen erforderlich. Die Banneranlieferung erfolgt an: banner@tomorrow-focus.de Im Falle einer verspäteten Anlieferung und den dadurch entstehenden Mehraufwand berechnen wir für Sonderwerbformen und Richmedia-Formate folgende Gebühren:

3-2 Werktage vor Kampagnenstart 50,00 Euro pro Werbemittel/Motiv
1 Werktag vor Kampagnenstart 100,00 Euro pro Werbemittel/Motiv

Starttag der Kampagne 150,00 Euro pro Werbemittel/Motiv

3.4 Im Falle einer verspäteten Werbemittellanlieferung ist eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht mehr garantiert und eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift nicht möglich.

4. Auftraggeber, Agentur, Direktkunde

4.1 "Auftraggeber" von TFM ist der unmittelbare Vertragspartner, somit entweder eine Agentur oder ein Werbungtreibender, der Werbeaufträge unmittelbar mit TFM abschließt (nachfolgend "Direktkunde" genannt).

4.2 "Agenturen" sind Schalt-Agenturen, die die Werbeaufträge im eigenen Namen und auf eigene Rechnung abschließen. Das Vertragsverhältnis mit den Werbungtreibenden insbesondere in Bezug auf die Preisgestaltung, Abrechnung und sonstigen Konditionen ist Sache der Agentur; ein Vertragsverhältnis zwischen Werbungtreibenden und TFM besteht nicht.

4.3 Sollte die Agentur ausnahmsweise als Stellvertreterin für den Werbungtreibenden auftreten, hat sie hierauf in Textform spätestens bei der Schaltung von Werbeaufträgen unter Angabe des werbetreibenden Auftraggebers hinzuweisen. Unterbleibt ein derartiger Hinweis, gilt der Vertrag mit Wirkung für und gegen die Agentur als abgeschlossen.

4.4 "Direktkunden" sind Werbungtreibende, die selbst Vertragspartner von TFM werden, ggf. durch Einschaltung einer Agentur, die als Stellvertreterin im Sinne des § 164 BGB Werbeaufträge in seinem Namen schaltet.

5. Vertragabschluss

5.1 Ein Vertragsabschluss kommt grundsätzlich durch schriftliche oder per Email erfolgte Bestätigung des Auftrags oder durch Erbringung der Werbeleistung durch TFM zustande. Der Vertragsabschluss kann die Veröffentlichung eines einzelnen Werbemittels oder einer Vielzahl von Werbemitteln umfassen ("Abschluss").

5.2 Werbung für Waren oder Dienstleistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung) bedarf einer zusätzlichen in Textform schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

5.3 Bei Buchungen durch Agenturen ist TFM berechtigt, Buchungsbestätigungen insbesondere bei Nachfragen durch die Werbentreibenden an diese weiterzuleiten

6. Abwicklungsfrist

6.1 Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Kalenderjahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6.2 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 6.1 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung

7.1 Eine Kampagne gilt als erfüllt, wenn die gebuchten AdImpressions über alle Platzierungen hinweg erreicht wurden. Die gebuchten AdImpressions müssen innerhalb des Kampagnenzeitraums geliefert werden. Eine tägliche und gleichmäßige Auslieferung wird nicht garantiert.

7.2 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die TFM nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass TFM zu erstatten (Rabattnachbelastung).

7.3 Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, einen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von 3 Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7.4 Grundlage für die Abrechnung von Kampagnen ist das Reporting des aktuell von TFM genutzten AdServers. Reporting-Reklamationen können nur während einer laufenden Kampagne gemacht werden. Nach Abschluss einer Kampagne und Erhalt des Endreportings können Reklamationen abrechnungs- und kompensationstechnisch nicht mehr berücksichtigt werden.

8. Datenanlieferung

8.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel bis spätestens 3 Werkzeuge vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Bei Sonderwerbformen und Richmedia-Formaten beträgt die Frist 5 Werkzeuge. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen.

8.2 Im Falle einer verspäteten Werbemittelanlieferung ist eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht mehr garantiert und eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift nicht möglich. Mehraufwendungen aufgrund einer verspäteten Anlieferung ermitteln sich nach Maßgabe der in den aktuellen Mediadaten ausgewiesenen Gebühren.

8.3 Die Pflicht von TFM zur Aufbewahrung des Werbemittels endet 3 Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

8.4 Kosten von TFM für eine vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

9. Ablehnungsbefugnis

TFM behält sich vor, Werbeaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Insbesondere kann TFM ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen aus Ziffer 1 erfüllt werden.

10. Rechtegewährleistung

10.1 Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und dass die Werbemittel nicht gegen geltendes Gesetz verstoßen (z.B. den geltenden Jugendschutz- und Strafgesetzen sowie das Recht des unlauteren Wettbewerbs). Des Weiteren dürfen die Werbemittel keine pornographischen, gewalt- oder kriegsverherrlichende bzw. persönlichkeitsrechtsverletzende Inhalte haben. Der Auftraggeber stellt TFM unter

Übernahme der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Der Auftraggeber ist verpflichtet, TFM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

10.2 Der Auftraggeber überträgt TFM sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Zugänglichmachung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10.3 Weiterhin ermächtigt der Auftraggeber TFM, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies TFM bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

10.4 Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten von TFM gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Teledienste-Datenschutzgesetzes (TDDSG) bzw. des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

10.5 Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbar) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote von TFM ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Onlineangeboten von TFM generiert worden sind.

10.6 Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote von TFM ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen auf den Onlineangeboten von TFM nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/ oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Onlineangebot von TFM und deren weitere Nutzung.

10.7 Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten von TFM Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

10.8 Der Auftraggeber wird Software auf dem neuesten Stand der Technik einsetzen mit dem Ziel, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichem Code, wie z.B. Viren, Trojaner, etc. sind.

10.9 Die Verpflichtungen gemäß den Ziff. 10.1 bis 10.8 gelten in gleicher Weise zugunsten der Partnerunternehmen von TFM, auf deren Online-Angeboten Werbemittel des Auftraggebers veröffentlicht werden.

11. Gewährleistung von TFM, Rückpflicht des Auftraggebers, Verjährung

11.1 TFM gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des

Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/ oder Hardware (z.B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern), durch unvollständige und/ oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

11.2 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung durch Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums oder eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt TFM eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Schaltung von Ersatzwerbung für den Auftraggeber unzumutbar oder schlägt diese fehl, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung sowie Rückgängigmachung des Auftrags in Bezug auf den betroffenen (Teil-)Auftrag.

11.3 Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11.4 Der Auftraggeber wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel in Textform rügen (Rügepflicht). Bei offenen Mängeln hat diese Rüge innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinen, bei verdeckten Mängeln innerhalb derselben Frist nach Entdeckung zu erfolgen.

11.5 Gewährleistungsansprüche verjähren innerhalb von 12 Monaten.

12. Leistungsstörungen bei TFM

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die TFM nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von TFM bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

13. Haftung von TFM

13.1 Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit von TFM, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

13.2 Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber

Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

13.3 Die vorstehenden Haftungsausschlüsse gelten nicht bei arglistigem Verschweigen von Mängeln oder bei Übernahme einer Beschaffenheitsgarantie, für die Haftung von Ansprüchen aufgrund des Produkthaftungsgesetzes sowie Körperschäden (Leben, Körper, Gesundheit).

13.4 Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unlauteren Handlungen verjähren Schadensersatzansprüche des Auftraggebers für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

14. Preisliste, Bankverbindung

14.1 Die zwischen TFM und dem Auftraggeber vereinbarte Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt es an der Festlegung der Vergütung, ergibt sich diese aus den aktuellen Mediadaten zum Zeitpunkt der Auftragserteilung, die unter der URL [<http://www.tomorrow-focus-media.de/online/portfolio/>] abgerufen werden können. Eine Änderung der Vergütung bleibt vorbehalten. Für von TFM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von TFM mindestens 1 Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Erfolgt keine Kündigung, gilt die Preiserhöhung auch für bestehende Aufträge als genehmigt.

14.2 Bankverbindung von TFM:
TOMORROW FOCUS MEDIA GmbH
Dresdner Bank Offenburg
Kontonummer 723662100
Bankleitzahl 680 800 30

15. Zahlungsbedingungen / Zahlungsverzug

15.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. TFM kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

15.2 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen TFM, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. In begründeten Fällen behält sich TFM das Recht vor Vorauskasse zu verlangen.

15.3 Die Abrechnung erfolgt auf Basis von AdImpressions. Grundlage für die Abrechnung von Kampagnen ist das Reporting des aktuell von TFM genutzten AdServers. Reporting-Reklamationen können nur während einer laufenden Kampagne gemacht werden. Nach Abschluss einer Kampagne und Erhalt des Endreportings können Reklamationen abrechnungs- und kompensationstechnisch nicht mehr berücksichtigt werden. Bei Auftragserteilung über eine Agentur wird eine AE-Provision von 15% gewährt. Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erscheinungstag der Werbung. Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto per Überweisung an die in § 14 Ziff. 14.2 genannte Bankverbindung. Bei Erteilung von Einzugsermächtigung werden 2% Skonto gewährt.

16. Kündigung

16.1 Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Die Stornofrist beträgt 2 Wochen vor Buchungsbeginn, bei bereits laufender Buchung 2 Wochen vor Monatsende.

16.2 Stornogebühren werden in folgenden Fällen dem Auftraggeber berechnet: Storno bis 1 Woche vor Kampagnenstart: 50% des Nettonetto-Kampagnenwerts Storno bis 3 Werktagen vor Kampagnenstart: 80% des Nettonetto-Kampagnenwerts und Storno ab 3 Werktagen vor Kampagnenstart und später: 100% des Nettonetto-Kampagnenwerts

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Weitere Informationen zum Datenschutz und dem Einsatz von Cookies finden Sie [hier](#).

19. Abtretung, Aufrechnung

19.1 Die Abtretung der Ansprüche aus dem Werbeauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch TFM.

19.2 Der Auftraggeber kann gegenüber TFM Ansprüche nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

20. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten oder juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.