

AGB – Urban Media

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB´s) für Online-Werbeschaltungen bei der Urban Media GmbH (im Folgenden Urban Media genannt)

1. GELTUNGSBEREICH

- 1.1 Urban Media GmbH, Askanischer Platz 3, 10963 Berlin (nachfolgend "Urban Media" genannt)
- 1.2 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB" genannt) regeln das Verhältnis zwischen Urban Media 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 Urban Media sowie für den Fall, dass den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde oder Urban Media ihre Leistungen widerspruchlos 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 Urban Media oder ihren Partnerunternehmen.
- 2.2 Urban Media ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern und die Änderung ihren Auftraggebern per Email oder Telefax bekannt zu geben. Die neuen AGB gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht binnen eines Monats nach Bekanntgabe der Änderungen gegenüber Urban Media in Textform widerspricht.

3. WERBEMASSNAHMEN, WERBEMITTEL

- 3.1 "Werbemaßnahmen" sind alle von Urban Media 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@tagesspiegel.de. Im Falle einer verspäteten Anlieferung und den dadurch entstehenden Mehraufwand berechnen wir für Sonderwerbformen und Richmedia-Formate folgende Gebühren:

3 bis 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 Werbemittelanlieferung 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 Urban Media ist der unmittelbare Vertragspartner, somit entweder eine Agentur oder ein Werbungtreibender, der Werbeaufträge unmittelbar mit Urban Media 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 Urban Media 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 Urban Media 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 Urban Media 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 Urban Media berechtigt, Buchungsbestätigungen insbesondere bei Nachfragen durch die Werbuntreibenden 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 PageImpressions über alle Platzierungen hinweg erreicht wurden.
- 7.2 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die Urban Media nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass Urban Media 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 Urban Media 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

Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die Pflicht von Urban Media zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung. Kosten von Urban Media für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

9. ABLEHNUNGSBEFUGNIS

Urban Media 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 technische Form unzumutbar ist. Insbesondere kann Urban Media 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 Urban Media unter Übernahme der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Urban Media nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 10.2 Der Auftraggeber überträgt Urban Media 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 Urban Media, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies Urban Media 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 Urban Media 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 personenbeziehbare) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote von Urban Media 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 Urban Media 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 Urban Media ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen auf den Onlineangeboten von Urban Media 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 Urban Media und deren weitere Nutzung.
- 10.7 Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten von Urban Media 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 Urban Media, auf deren Online-Angeboten Werbemittel des Auftraggebers veröffentlicht werden.

11. GEWÄHRLEISTUNGEN DES ANBIETERS

- 11.1 Urban Media 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. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er 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) oder
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
 - durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder

addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers 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 Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt Urban Media eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- 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.

12. LEISTUNGSSTÖRUNG

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die Urban Media 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 Urban Media bestehen.

13. HAFTUNG

- 13.1 Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit von Urban Media, 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. PREISE, ZAHLUNGSBEDINGUNGEN, ABRECHNUNGSGRUNDLAGE

- 14.1 Die Preise richten sich nach der jeweils gültigen Preisliste von Urban Media sowie nach den individuell vereinbarten Preisen gemäß den jeweiligen Angeboten von Urban Media gegenüber dem Auftraggeber.

- 14.2 Rechnungen sind zahlbar innerhalb von 10 Kalendertagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei der Zahlung sind Kunden- und Rechnungsnummer anzugeben.
- 14.3 Bei Zahlungsverzug des Auftraggebers kann Urban Media die weitere Ausführung eines Schaltauftrages bis zur Bezahlung verweigern und für weitere Werbeschaltungen eine Vorauszahlung verlangen.
- 14.4 Ferner ist Urban Media berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 8 % über den jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank p.a. zu fordern und für die Beitreibung anfallende Anwalts- und Inkassogebühren an den Werbetreibenden zu berechnen. Weitergehende gesetzliche Ansprüche bleiben vorbehalten.
- 14.5 Der Auftraggeber erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass die Abrechnung der Werbekampagne bzw. des Buchungsauftrages ausschließlich auf Grundlage der von Urban Media erstellten Reportings erfolgt, ohne dass Urban Media zur Offenlegung der erstellten Reportings verpflichtet wäre. Dies gilt auch für den Fall einer Abweichung des durch den Auftraggeber erstellten Reportings von dem von Urban Media vorgelegten Reporting, es sei denn, der Auftraggeber erbringt den Nachweis dafür, dass das Reporting von Urban Media im Einzelfall unzutreffend ist. Bei Auftragserteilung über eine Agentur wird eine AE-Provision von 15% gewährt.

15. KÜNDIGUNG

- 15.1 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.
- 15.2 Stornogebühren werden in folgenden Fällen dem Auftraggeber berechnet:
- Storno bis 1 Woche vor Kampagnenstart: 50% des Nettonetto-Kampagnenwerts
 - Storno bis 3 Werktage vor Kampagnenstart: 80% des Nettonetto-Kampagnenwerts
 - Storno ab 3 Werktage vor Kampagnenstart und später: 100% des Nettonetto-Kampagnenwerts
- 15.3 Urban Media wird das branchenübliche Recht eingeräumt, Werbekampagnen jederzeit vor und nach der Einspeisung in das AdServer-Managementsystem in begründeten Fällen vorzeitig zu beenden oder sogar ganz zurückzuweisen.
- 15.4 Ein begründeter Fall liegt insbesondere bei den folgenden Sachverhalten vor:
- a) Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen
 - b) Unzumutbarkeit der Auslieferung aufgrund sittenwidriger, ethisch & moralisch bedenklicher Inhalte der Werbemittel und deren direkter Verlinkungen
 - c) Nachträgliche Änderungen der Werbemittel sowie deren Verlinkungen, sofern sie nicht vertragsgemäß sind
 - d) bei nachweislicher Unwirtschaftlichkeit von CPC-Kampagnen
 - e) bei Nichtbezahlung trotz Mahnung, Gebühren und Kosten zum Fälligkeitsdatum
 - f) bei Nichtnachkommen der vertraglichen Verpflichtungen des Auftraggebers, trotz einer Mahnung
 - g) wenn Umstände bekannt werden, die die Kreditwürdigkeit des Auftraggebers beeinträchtigen.

16. INFORMATIONSPFLICHTEN DES ANBIETERS

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es Urban Media, innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereit zu halten.

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

17. GEHEINHALTUNG, DATENSCHUTZ

- 17.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich gegenseitig, alle im Rahmen dieses Vertrages erhaltenen Daten, Schriftstücke, mit Ausnahme des Kampagnenreportings für Kunden durch Agenturen oder umgekehrt, Informationen über Planungen sowie der Geschäftspolitik des jeweiligen Vertragspartners, Dritten gegenüber nicht zugänglich zu machen und streng geheim zu halten. Die Verpflichtung erstreckt sich über die Beendigung des Vertrages hinaus.
- 17.2 Die Geheimhaltung erstreckt sich auch auf die Verschwiegenheitspflicht der für die Vertragsparteien tätigen und ausscheidenden Mitarbeiter

18. ABTRETUNG, AUFRECHNUNG

- 18.1 Die Abtretung der Ansprüche aus dem Werbeauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorheriger schriftlicher Zustimmung durch Urban Media.
- 18.2 Der Auftraggeber kann gegenüber Urban Media Ansprüche nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

19. ERFÜLLUNGORT/GERICHTSSTAND

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten oder juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich rechtlichem Sondervermögen sind 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.