

Media Info **2020**



Das Magazin |transkript beleuchtet seit 26 Jahren erfolgreich die Life Sciences im deutschsprachigen Europa: Im Mittelpunkt stehen Biotechnologie und BioPharma in Wirtschaft, Forschung und Politik – ausführliche Hintergrundberichte über hochaktuelle Themen werden durch Nachrichten, Kommentare, Interviews und Servicrubriken ergänzt, darunter in allen Ausgaben der Sonderteil LABORWELT.

Erscheinung:
 quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr
Jahrgang:
 26. Jahrgang 2020

#1 Magazine

- > 50% der Leser sind Entscheidungsträger!
- > 90% der Biotech-Unternehmen lesen |transkript*

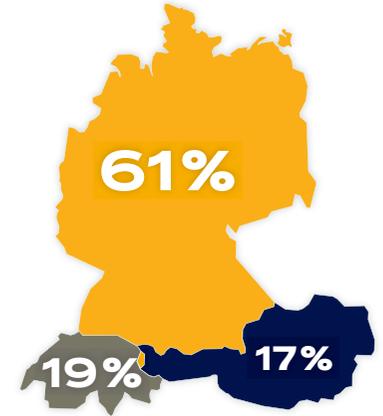
Organ:
 BIO Deutschland e.V., Deutsche Gesellschaft für Proteomforschung (DGPF), Biotechnologische Studenteninitiative btS e.V.

Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
I 20	Executive Search & Karriere LABORWELT Spezial: Analytica 2020	31.01.2020	13.02.2020
II 20	Biomanufacturing/Bioprocessing LABORWELT Spezial: Laborautomation	03.04.2020	16.04.2020
III 20	Schaufenster biobasierte Industrie: (Mode, Textilien, Ernährung, Plastik und Kosmetik) LABORWELT Spezial: Zell- u. Gentechnik	21.08.2020	03.09.2020
IV 20	BIO-Europe 2020 München: Finanzierung, Patente, Lizenzierung LABORWELT Spezial: Diagnostik	09.10.2020	22.10.2020

|transkript

Geographische Verbreitung:

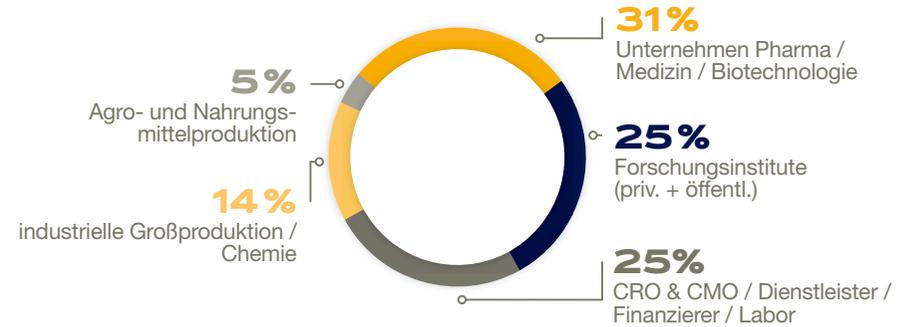
Deutschland	61 %
Schweiz	19 %
Österreich	17 %
Sonstige	3 %



Auflage:

Druckauflage	10.500
Verkaufte Auflage mit Abos und Mitgliederstücken	4.880
Freistücke inkl. Messenexemplare . .	5.470
Rest-, Archiv- und Belegexemplare . .	150

Empfänger nach Branche:



Empfänger nach Funktionen (Top 3):



* lt. Umfrage 12/2017 BIO Deutschland e.V.

Preise siehe Seite 7



Das European Biotechnology Science and Industry Magazine berichtet englischsprachig über die wissenschaftliche, politische und wirtschaftliche Entwicklung der Branchen Biotechnologie und BioPharma in den 28 Ländern der Europäischen Union sowie der Schweiz und Norwegen. Mit einer Auflage von mehr als 13.000 Exemplaren bietet das Journal die geeignete Plattform für pan-europäische Marketingkampagnen, um die Vorteile des gemeinsamen Wirtschaftsraumes zu nutzen.

Erscheinung:
quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr
Jahrgang:
19. Jahrgang 2020

Kooperationspartner / Industrie-Netzwerke:

European Biotechnology Network, MedTech Europe, LISA Vienna, Swiss Biotech Association, ASEBIO

Mediapartner-Events:

BIO-Europe, AMR Conference, BioSpain, Life Science Baltics, BioFIT, Chemspec Europe, CPhI, Analytica, EFIB, Nordic Life Science Days, PharmaLab Congress, Pharmapack EU, euroPLX, Swiss Biotech Day, etc.

Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
Spring 2020	Bioprocessing Events: BEU Spring, Paris + Swiss Biotech Day, Basel	06.03.2020	19.03.2020
Summer 2020	Eventvorschau Herbst 2020 – BioFairs Compass	05.06.2020	18.06.2020
Autumn 2020	CRO/CMO/Packaging Events: CPhI, Mailand + BIO-Europe, München	11.09.2020	24.09.2020
Winter 2020	Eventvorschau Frühjahr 2021 – BioFairs Compass, Event: Pharmapack Europe 2021	06.11.2020	19.11.2020

Geographische Verbreitung:

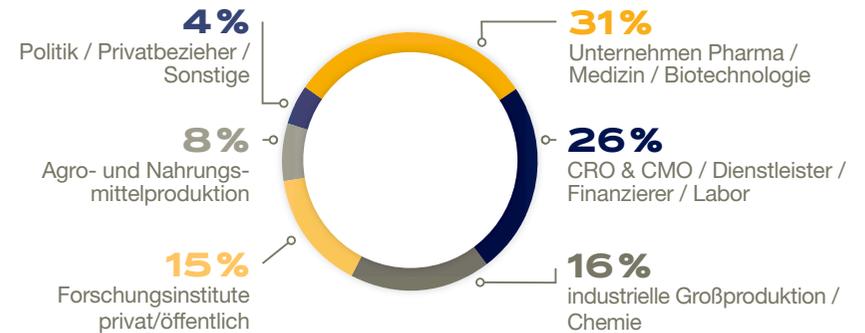
- Westeuropa (GB, IRL, F und BeNeLux) 24 %
- Mitteleuropa (D, A und CH) 20 %
- Südeuropa (P, E, I, GR, M und CY) . . 19 %
- Nordeuropa (S, FIN, DK und NOR) . . 15 %
- Osteuropa (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET und EST) 14 %
- Übriges Ausland (USA, CDN, J und IND) 8 %



Auflage:

- Druckauflage. 13.400
- Abonnenten/ Mitgliederstücke 7.820
- Freistücke/Messeexemplare. 5.230
- Rest-, Archiv- und Belegexemplare . . 350

Empfänger nach Branche:



Empfänger nach Funktionen (Top 3):





Ein ganz neues Sonderheft von |transkript erscheint zum Jahresende 2020:

„Menschen & Unternehmen“

Hier geht es um Gründer, Macher und Finanziers – und zwar ganz persönlich. Wir porträtieren führende Köpfe der Biotech-Branche in Deutschland, der Schweiz und Österreich.

Turnus:
jährlich
Erscheinungstermin:
10.12.2020
Anzeigenschluss:
27.11.2020



Im Fokus der Fachzeitschrift stehen die bahnbrechenden Innovationen in der Medizintechnik, die dieser Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu ihrer aktuellen Dynamik verhelfen. Dazu Hintergrundberichte aus Wirtschaft, Politik und Technik, Interviews sowie praktische Informationen zu den Messen und Kongressen, in deren Umfeld das Magazin zweimal im Jahr erscheint.

Turnus:
halbjährlich, 2 Ausgaben pro Jahr
Erscheinungstermine:
27.02.2020 + 05.11.2020
Anzeigenschlüsse:
13.02.2020 + 08.10.2020

Wir bieten mit diesem Sonderheft einen spannenden Blick hinter die Kulissen und erarbeiten im Austausch mit den handelnden Personen tiefe Einblicke, die zeigen, wie aus Vision Wirklichkeit werden kann. Wir schauen natürlich nicht nur auf die Menschen hinter Tops, sondern wollen auch betrachten, wie man aus den Flops lernen kann und warum es sich lohnt, manchmal ein Risiko einzugehen.

Verbreitung D/A/CH:

Deutschland, Schweiz und Österreich

Auflage:

Druckauflage	mind. 10.000
transkript-Abonnenten sowie Mitgliederstücke	4.880
Freistücke inkl. Messeexemplare	5.000
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	120

Empfänger:

Entscheidungsträger aus Biotechnologie, Pharma, Chemie und Finanzwelt

Zielgruppen:

Medtech-Firmen und -Zulieferer, Berater, Rechtsanwälte, Kapital & Finanzierung, Politik, Ingenieure und Technik

Auflage:

Druckauflage	16.000
Messeexemplare	10.120
Freistücke (postalischer Einzelheftversand)	5.470
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	410

Verteilung D/A/CH:

Deutschland: 73%, Österreich: 15%, Schweiz: 12%

Empfänger nach Branche:

Unternehmen Medtech / Pharma	44 %
Zulieferer / Dienstleister / Health IT / Labor	26 %
Gesundheitswesen (Kliniken, Krankenkassen)	8 %
Forschungseinrichtungen (öffentlich / privat)	7 %
Kapital & Finanzierung	5 %
Consulting & Recht	5 %
Verbände, Politik & Sonstige	5 %

Empfänger nach Funktionen (Top 3):



Unternehmens- / Betriebsleitung



Bereichs- / Abteilungsleitung



Entwicklung / Einkauf / IT / Technik



Seit mehr als drei Jahrzehnten ist das Bio-Technologie Jahrbuch das Standardwerk der Biotechnologie-Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der 33. Jahrgang bietet wieder aktuelle Daten und Fakten zur Entwicklung der Life-Sciences-Branchen, biopolitische Hintergründe und Positionsbestimmungen, ausführliche Berichte über die Global Challenges und technologische Durchbrüche, Interviews, Kommentare und vieles mehr. Doch der junge Klassiker bietet nicht nur Lesestoff: Für mindestens 12 Monate wird dem trinationalen Jahrbuch große Aufmerksamkeit geschenkt – damit ist es ein idealer Langzeit-Werbeträger.

Erscheinung:
jährlich

Jahrgang:
33. Jahrgang 2020

Erscheinungstermin:
28.05.2020

Anzeigenschluss:
04.05.2020

Format:
210 x 275 mm

Druckauflage:
mind. 10.000 Exemplare

Verbreitung:

- Aussendung an alle Abonnenten des Wirtschaftsmagazins |transkript sowie an Mitglieder führender Industrieverbände
- ganzjährige, zielgerichtete Verteilung auf Messen und Kongressen der Biotech-Pharma-Finanz-Community
- Vertrieb über den klassischen Buchhandel vor Ort sowie über die führenden internationalen Online-Buchhändler

Zielgruppen:

- **Biotechnologie-Sektor:**
F&E-Unternehmen (börsennotierte und nicht börsennotierte) sowie Zulieferer aus Life Sciences und Biopharma in der DACH-Region
- **Politik:**
Regierungen, Parlamente, Parteien, Verbände, NGOs, Abgeordnete
- **Finanzwesen:**
Investoren, Analysten, Investmentbanker, Unternehmens- und Steuerberater, Wirtschaftskanzleien
- **Wirtschaftsförderung:**
Clustermanagement und BioRegionen, Businessplan- und Start-up-Wettbewerbe
- **Patentwesen:**
Rechtsanwälte, nationale und internationale Anwaltskanzleien, Industrieversicherer

Biotech & Medtech Guides



22nd Guide to German Biotech Companies

Die internationale Visitenkarte der forschenden und entwickelnden Biotech-Unternehmen Deutschlands. Das englischsprachige Buch stellt mit jeweils zweiseitigen Profilen Firmen und Dienstleister vor. Das jährlich erscheinende Standardwerk wird durch BIOCUM, über Verbände wie BIO Deutschland und VBU (Dechema) sowie auf internationalen und nationalen Veranstaltungen verbreitet.

Jahrgang: 22. Jahrgang
Erscheinung: 26.10.20 (zur BIO-Europe)
Anmeldeschluss: 25.09.20



Guide to German Medtech Companies

Das englischsprachige Buch mit Profilen von Medizintechnikunternehmen und Zulieferern deckt die gesamte Wertschöpfungskette medizintechnischer Produkte und Gesundheitsdienstleistungen ab. Globale, ganzjährige Verteilung auf rund 20 internationalen Veranstaltungen, Kongressen und Messen der Gesundheitswirtschaft und Zulieferindustrie. Außerdem stellen sich die Kooperationspartner vor; u. a. Germany Trade & Invest, BVMed e.V., SPECTARIS, VDMA, Medical Valley EMN, e.V., Life Science Nord, Medical Mountains und IVAM.

Jahrgang: 5. Jahrgang | 2020
Erscheinung: 13.01.2020
Anmeldeschluss: 29.11.2019

6. Jahrgang | 2021
 Januar 2021
 27.11.2020



10th European Biotechnology Science & Industry Guide

Die englischsprachige Präsentation europäischer Firmen und Institutionen wird auf der BIO-Europe Spring Partnering Conference im Frühjahr präsentiert. Darüber hinaus erfolgt die Verteilung und Auslage auf einer Vielzahl internationaler Life-Sciences- und Pharma-Konferenzen (u.a. Swiss Biotech Day, Nordic Life Science Days, CPhI Worldwide, European MedTech Forum, Chemspec Europe).

Jahrgang: 10. Jahrgang 2020
Erscheinung: 23.03.20 (BIO-Europe Spring)
Anmeldeschluss: 21.02.20

Daten und Fakten für alle Guides:

Erscheinungsturnus:	jährlich
Printauflage:	jeweils 12.000 – 15.000 Exemplare
Format:	190 x 250 mm
Sprache:	Englisch
Ausstattung:	hochwertig gebunden, vierfarbig gedruckt
Sonstiges:	digitale Ausgaben über BIOCUM-App
Preise:	siehe Seite 7

Preise Magazine

1/1 Seite 4c	3.000 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	1.800 €
1/3 Seite hoch/quer 4c	1.400 €
1/4 Seite hoch/quer 4c	1.200 €
Zuschlag Sonderplatzierung (z. B. Umschlagseiten)	500 €
Produktinformation (1/3 Seite)	350 €
<hr/>	
1/1 Seite Advertorial/Firmenprofil	3.000 €
2/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	4.500 €
<hr/>	
Stellenanzeigen	
1/1 Seite 4c	1.000 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	500 €
1/4 Seite hoch/quer 4c	250 €
<hr/>	
Einhefter/Einkleber (inkl. Produktion)	
2-Seiter	4.500 €
4-Seiter	7.000 €
<hr/>	
Beilagen	
bis 25 g	2.000 €
bis 50 g	3.500 €

Preise Jahrbuch

1/1 Seite 4c	3.000 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	1.800 €
1/3 Seite hoch/quer 4c	1.400 €
1/1 Seite Advertorial/Firmenprofil	3.000 €
2/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	4.500 €
Zuschlag Sonderplatzierung (z. B. Umschlagseiten)	500 €
Service-Profil (1/3 Seite quer; inkl. Design)	400 €

Preise Guides

Teilnahmepreise 2-Seiter Firmenprofil

Guide to German Biotech Companies	1.480 €
European Biotechnology Science & Industry Guide	1.280 €
Guide to German Medtech Companies	1.860 €

Rabatte bei Kombibuchungen auf Anfrage

transkript.de

WEB



Am Puls der Branche: **transkript.de** ist das tagesaktuelle Nachrichten- und Informationsportal für Biotechnologie und Life Sciences in den deutschsprachigen Ländern Europas. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Vielfältige Service-Rubriken kommen hinzu. Als schnelles, vielfältiges Informationsportal wird **transkript.de** häufig genutzt und schafft damit ein perfektes Umfeld für zielgruppenspezifische Online-Werbung.

Visits: monatlich **48.870**

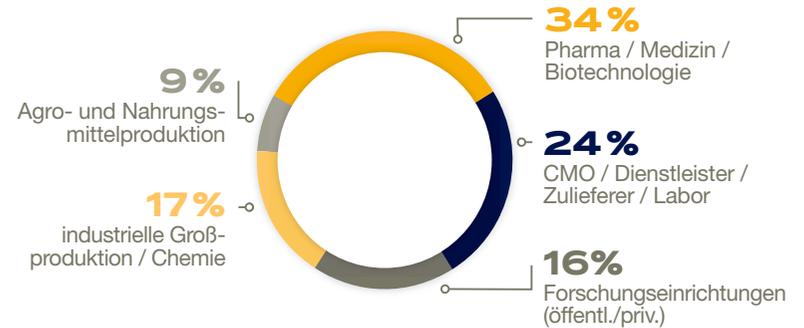
Page Impressions: monatlich **79.856**

Users:
 Deutschland 73 %
 Schweiz 15 %
 Österreich 10 %
 Sonstige 2 %



eNewsletter
 Turnus: zweimal pro Woche
 Empfängerzahl: 21.380

Nutzer nach Branche:



Newsletterempfänger nach Funktion:

Labor- / Bereichs- / Abteilungsleitung	28 %
Unternehmens- / Betriebsleitung	27 %
Politik / Außenhandel / Wirtschaftsförderung	16 %
Forschung / Entwicklung / Lehre	14 %
Vertrieb / Verkauf / Marketing	10 %
Organisation / Verwaltung / Personal	5 %

transkript.de/laborwelt

LABORWELT

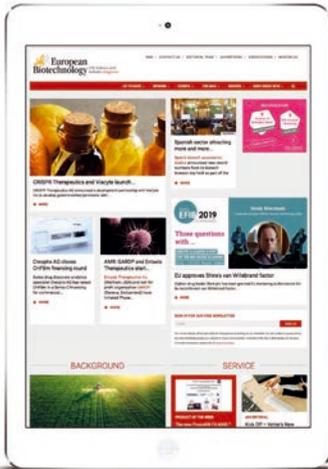


Treffpunkt der Insider: **laborwelt.de** ist die populäre Technologie-Sparte von **transkript.de**. Hier dreht sich alles um die Anwendung moderner Produkte und Verfahren der Life Sciences in Labor und Produktion. Ein vielseitiges Forum für die Praktiker in Wissenschaft, Forschung und Industrie – und als solches ist **laborwelt.de** das ideale Medium, um Online-Werbung gezielt „an die Bench“ oder in die Geschäftsleitung zu bringen. Von Fachleuten für Fachleute.

european-biotechnology.com

medtech-zwo.de

WEB



Visits: monatlich **31.250**

Page Impressions: monatlich **45.920**

Users:
 Europa 71 %
 Nordamerika . . . 19 %
 Asien 8 %
 Sonstige 2 %



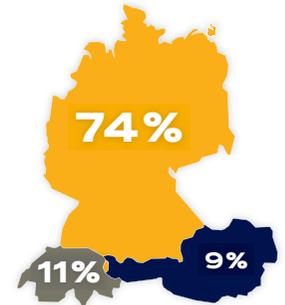
eNewsletter
 Turnus: . . wöchentlich
 Empfängerzahl: 19.270



Visits: monatlich **12.875**

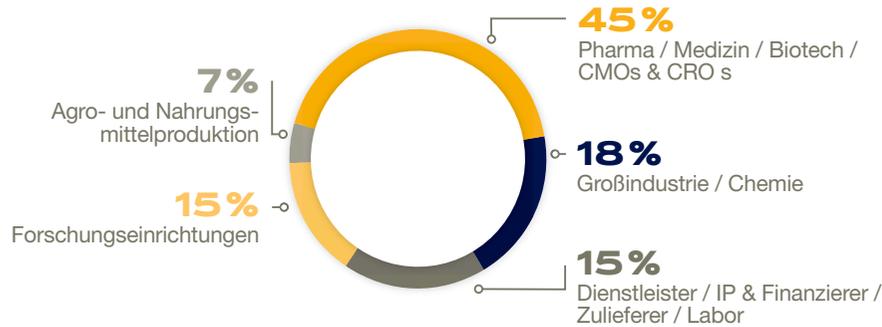
Page Impressions: monatlich **22.870**

Users:
 Deutschland . . . 74 %
 Schweiz 11 %
 Österreich 9 %
 Sonstige 6 %

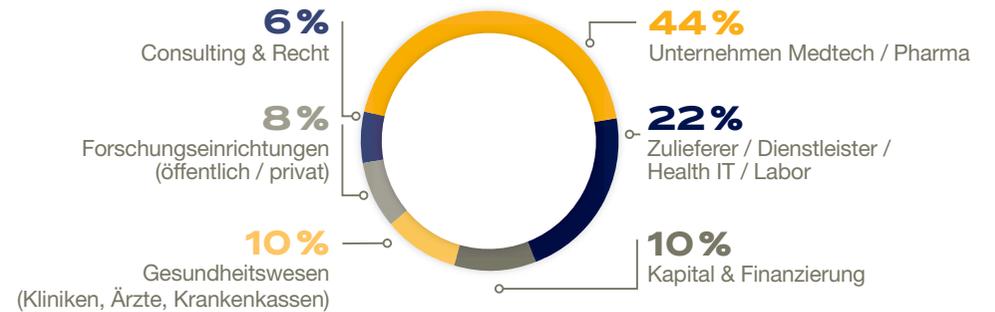


eNewsletter
 Turnus: . . wöchentlich
 Empfängerzahl: 3.160

Nutzer nach Branche:



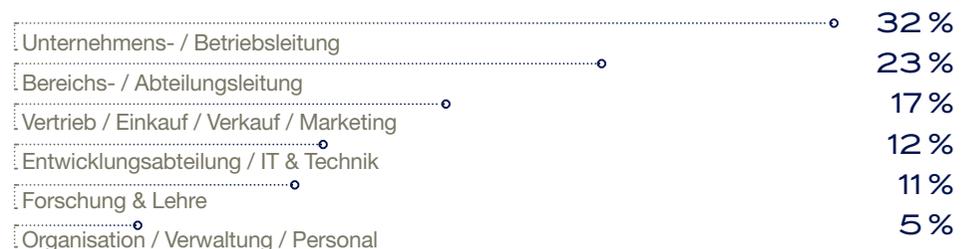
Nutzer nach Branche:



Newsletterempfänger nach Funktion:



Newsletterempfänger nach Funktion:



Preise Webkampagnen / Newsletter

WEB

Leaderboard	1.500 € / Woche
Advertorial/Sponsored post	1.500 € / Monat
Skyscraper	1.000 € / Woche
Premium Banner	600 € / Woche
Standard Banner	300 € / Woche
Produkt-Info	500 € / Woche
Video Anzeige	500 € / Woche
Medium Rectangle	500 € / Woche
Job Advert	1.000 € / Monat
Newsletter Banner	300 € / Ausgabe
E-Blast-Kampagne	7.000 € / Aussendung
News-Flatrate (nur medtech-zwo.de)	690 € / Jahr

Anzeigenformate Web

Typ	Format	Position
Leaderboard	728 x 90 Pixel	über dem Kopfteil der Webseite
Advertorial/ Sponsored Post	Text + 1 Abbildung (16:9)	auf der Startseite + Advertorial-Rubrik
Skyscraper	160 x 800 Pixel 120 x 600 Pixel	rechts mitlaufend
Premium Banner	468 x 60 Pixel	im Nachrichtenumfeld, oben zentriert
Standard Banner	468 x 60 Pixel	zentriert, in Rotation mit anderen Bannern
Produkt Info	Text mit max. 1.500 Zeichen + 1 Abbildung (16:9)	Startseite rechts + Produkt-Rubrik
Video Anzeige	YouTube Link, QuickTime (mov, m4v, mp4), Codec H.264 min. 720 x 576	Startseite rechts + Video-Rubrik
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	rechte Spalte
Newsletter Banner	468 x 60 Pixel	Position nach Absprache
Sonstige Formate/ Newsplate/E-Blast	Expandable Banner, Flash Layer, Press Releases u. a. auf Anfrage	

SPECS

Dateiformate:

Mögliche Dateiformate bei allen Werbeformen außer Newsletter und Expandable Banner: JavaScript-/NoScript-Tag, iFrame, GIF, JPEG, SWF, HTML, TEXT (max. 150kB)

Mögliche Dateiformate Newsletter:

GIF, JPEG (max. 100kB)

Mögliche Dateiformate Expandable Banner:

JavaScript-/NoScript-Tag

Bei gelieferten interaktiven Formaten (JavaScript, Flash) ist die Größe der in Anspruch genommenen Werbefläche auf das jeweilig gebuchte Bannerformat zu beschränken, insbesondere ist diese Fläche nicht interaktiv zu vergrößern.

Sonderwerbeformen:

Im Falle der Sonderwerbeform „Expandable Banner“ ist darauf zu achten, dass das Ausrollen nur per Mouse-Over und das Einrollen beim Mouse-Out erfolgt. Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage.

Technische Kompatibilität:

Die Verwendung von ClickTags in Flash-Bannern ist möglich. Bitte achten Sie bei Flash-Bannern darauf, eine alternative Grafik (GIF/JPEG) sowie die Ziel-URL mitzuliefern.

Links innerhalb von Flash-Dateien sind per „absoluter URL“ zu definieren („http://www.domain.de/pfad/datei“). Bitte testen Sie Ihre Flash-Datei vor dem Versand an BIOCOM AG.

Bei JavaScript-Tags achten Sie bitte für umfängliche Kompatibilität darauf, uns einen kompletten Tag inkl. „NoScript“-Variante zu übermitteln.

Die Betriebssystem- bzw. Browserkompatibilität interaktiver Formate wird vom Kunden bzw. dessen Agentur gewährleistet.

Sound/Musik:

Sound oder Musik dürfen nur durch Klick oder Mouse-Over aktiviert werden. Der User muss immer die Möglichkeit haben, den Ton selber ab- und anzuschalten.

Datenanlieferung:

spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn an marketing@biocom.de

Es gelten unsere AGB für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien (Stand: 10/19).

Reporting:

Ein Reporting Ihrer Onlinekampagne ist auf Anfrage möglich.

Anzeigenformate **Print**

SPECS

Anzeigenformat	Satzspiegel-Format	Anschnitt-Format
1/1 Seite 4c	175 x 229 mm	210 x 275 mm + 3 mm
1/2 Seite 4c, quer	175 x 118 mm	210 x 134 mm + 3 mm
1/2 Seite 4c, hoch	85 x 228 mm	102 x 275 mm + 3 mm
1/3 Seite 4c, quer	175 x 76 mm	210 x 89 mm + 3 mm
1/3 Seite 4c, hoch	55 x 228 mm	70 x 275 mm + 3 mm
1/4 Seite 4c, quer	175 x 55 mm	
1/4 Seite 4c, hoch	85 x 110 mm	

Formate:

210x275 mm, Klebebindung

Druckverfahren:

Offsetdruck, 60er Raster, Vierfarbdruck (CMYK Euroskala)

Datenformate:

PDF (Version 1.3 mit Transparenzreduzierung in Hi-Res)

- 4-farbig (CMYK Euroskala), keine Sonderfarben
- verwendete Schriftschnitte vollständig einbetten (keine Untergruppen) bzw. in Kurven konvertieren
- eingebundene Halbtonbilder müssen in der Ausgabegröße im CMYK- bzw. Graustufen-Modus mit mind. 300 dpi (Bitmaps mit mind. 800 dpi) vorliegen

Anschnitt & Beschnittmarken:

3 mm bei randabfallenden Objekten
Dateien mit Beschnittzeichen, jedoch ohne Farbbalken und Passkreuze

Datenübertragung:

E-Mail an: produktion@biocom.de

Daten können bis zu einer Größe von 50 MB via E-Mail zugestellt werden. Bei höheren Daten-volumen kontaktieren Sie uns bitte.

Allgemeines:

Ein Anzeigenstorno muss spätestens 7 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschlusstermin schriftlich erfolgen. Es gelten unsere AGB für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien (Stand: 10/19).

Anzeigenprovision (AE): Anzeigenagenturen wird eine AE-Provision in Höhe von 15% eingeräumt, sofern drucktaugliche Anzeigen-vorlagen geliefert werden. Die BIOCUM AG haftet nicht für druckuntaugliche Daten bzw. Druckunterlagen. Entsprechend notwendige Nacharbeiten durch die BIOCUM AG werden gesondert berechnet.

BIOCUM AG – Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien

1. Werbeauftrag

(1) „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Print- und digitalen Medien zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste der BIOCUM AG (BIOCUM), die ein wesentlicher Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

(1) Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind zum Beispiel:

- Standard-Formatazeigen in Print- und digitalen Medien;
- AdSpecials und Exklusivpräsenzen in Printmedien (Titelbild- Sponsoring, Bild- und Text-Promotion, exklusive Platzierungen, Banderole, Einhefter, Beileger, Lesezeichen, Jahresplaner etc.);
- Ad Specials und Exklusivpräsenzen in digitalen Medien (Banner, Links, Single-E-Mail-Shots etc.);
- jegliche sonstige Werbeformen der BIOCUM AG.

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

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbeproduzierender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. BIOCUM ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbeproduzierenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

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

5. Auftragerweiterung

(1) Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die BIOCUM nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, vorbehaltlich Ziffer 16(2) und unbeschadet etwaiger weiterer rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass der BIOCUM zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemittel innerhalb eines Jahres 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 drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Anlieferung von Werbemitteln

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben von BIOCUM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckunterlagenschluss gemäß Medienlof bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.

(2) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCUM oder per E-Mail an marketing@biocom.de anzuliefern. Bei Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCUM keine Gewähr. Im übrigen gelten die verbindlichen Vorgaben für die Anlieferung digitaler Daten von BIOCUM, die dem Auftraggeber auf Wunsch übersendet werden.

(3) Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(4) Kosten bei BIOCUM für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

(5) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzausfälle, die BIOCUM etwa durch verspätete Einreichung von Druck- bzw. Belegmaterial oder verspätete Rücksendung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Verzugsfall. Der Auftraggeber haftet auch bei fehlender Druckgenehmigung oder unbegründeter einseitiger Verfügung, es sei denn, er weist ein fehlendes Verschulden nach. Dem Auftraggeber steht der Nachweis keiner oder geringerer Mehrkosten bzw. Umsatzausfälle seitens BIOCUM offen.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) BIOCUM 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 BIOCUM wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann BIOCUM 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 des Absatzes 1 erfüllt werden.

(3) Belegaufträge in Printmedien sind für BIOCUM erst nach Vorlage eines Moders der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Printmediums erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

9. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt BIOCUM im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird BIOCUM von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, BIOCUM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt BIOCUM sämtliche für die Nutzung der Werbemittel in Print- und digitalen Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs-schutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich 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 von Print- und digitalen Medien.

10. Gewährleistung seitens BIOCUM

(1) BIOCUM gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es insbesondere bei digitalen Medien nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere 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 aufgrund Systemversagens 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 adiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine answandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. (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 nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

(1) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die BIOCUM nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingte oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, Auftrags 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 für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch seitens BIOCUM bestehen.

12. Haftung

(1) BIOCUM haftet unbegrenzt für Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz, für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und darüber hinaus für sonstige Schäden bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, im Falle anfänglicher Unmöglichkeit bei Kenntnis und grob fahrlässiger Unkenntnis des Leistungshindernisses. Des Weiteren haftet BIOCUM bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) nach den gesetzlichen Vorschriften, jedoch begrenzt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden.

(2) Eine weitergehende Haftung seitens BIOCUM ist – ohne Rücksicht auf die Rechtsnatur des geltend gemachten Schadens – ausgeschlossen. Soweit die Haftung seitens BIOCUM ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung aller Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen von BIOCUM.

(3) Die Haftung seitens BIOCUM verjährt ein Jahr ab gesetzlichem Verjährungsbeginn. Die gilt nicht für Haftung wegen Vorsatzes und wegen unerlaubter Handlung.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von BIOCUM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von BIOCUM mindestens einen 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 ausübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die jeweils gültigen Preislisten von BIOCUM zu halten.

14. Zahlung

(1) Werbeaufträge sind innerhalb von 10 Tagen ab dem Zugang der Rechnung ohne Abzug zur Zahlung (Nettopreis zuzüglich Mehrwertsteuer) fällig.

(2) Zur Aufrechnung, Zurückbehaltung oder Leistungsverweigerung nach § 320 BGB ist der Auftraggeber nur berechtigt, wenn sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von BIOCUM anerkannt ist.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. BIOCUM kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Voraustrahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen BIOCUM, 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.

16. Kündigung, verspätete Einreichung von Druckunterlagen und Vorlagen, etc.

(1) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

(2) Kündigt der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCUM nicht zu vertreten hat – einen Werbeauftrag, kann BIOCUM folgende Vergütungen verlangen:

- bei Kündigung innerhalb 6 Tagen vor dem jeweiligen Anzeigenschlusstermin bzw. Schaltungsbeginn: 15% des Auftragspreises;
- bei Kündigung nach Anzeigenschluss bzw. Schaltungsbeginn: Auftragspreis;
- bei Kündigung von Exklusivpräsenzen im Sinne von Ziffer 2(1) vor oder nach Anzeigenschluss: Auftragspreis.

Bei Kündigung von rabattierten Werbeaufträgen gilt als Auftragspreis im Sinne der vorstehenden Regelung der Listenpreis.

(3) Reicht der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCUM nicht zu vertreten hat – die für die Ausführung des Auftrags erforderlichen Druckunterlagen, Vorlagen und Produkte/Informationen nach Druckunterlagenschluss ein und kann der Auftrag aus diesem Grund nicht ausgeführt werden, gilt Ziffer 16(2) betreffend die Kündigung nach Anzeigenschluss entsprechend. In Fällen der Druckverschiebung gilt Ziffer 7(5).

(4) Eventuelle gesetzliche Schadensersatzansprüche seitens BIOCUM bleiben unberührt.

17. Datenschutz

(1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. Schlussbestimmungen

(1) Sollte eine Bestimmung nichtig sein oder werden, bleiben die übrigen Bestimmungen gültig.

(2) Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Berlin.

(3) Wenn der Auftraggeber seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt im Ausland hat, ist Berlin Gerichtsstand für alle Ansprüche im Zusammenhang mit dem Auftrag.

(4) Es gilt ausschließlich deutsches Recht. Das UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen, auch wenn aus dem Ausland bestellt wird.

Stand: Oktober 2019

Sie haben Fragen?

Sprechen Sie uns persönlich an:



MARKETINGLEITUNG

Oliver Schnell

Tel.: +49-(0)30-264921-45
o.schnell@biocom.de



ANZEIGEN & VERTRIEB

Andreas Macht

Tel.: +49-(0)30-264921-54
a.macht@biocom.de



ANZEIGEN & VERTRIEB

Christian Böhm

Tel.: +49-(0)30-264921-49
c.boehm@biocom.de



ANZEIGEN & VERTRIEB

Marco Fegers

Tel.: +49-(0)30-264921-56
m.fegers@biocom.de