

Media Info **2020**



The quarterly magazine |transkript has been successfully covering the life sciences in German-speaking Europe for 26 years: the focus is on biotechnology and BioPharma in business, research and politics – detailed background reports on highly relevant topics are enhanced by news, comments, interviews and service sections, including the special section LABORWELT in all issues.

Published:
quarterly, 4 issues per year
Volume:
Volume 26, 2020

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

#1 Magazine

- > 50% of our readers are decision makers!
- > 90% of Germany's Biotech firms read |transkript*

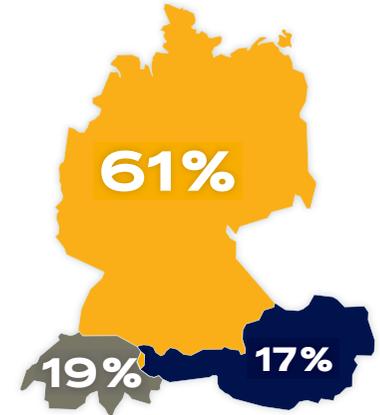
Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I 19	Executive Search & Career LABORWELT Special: Analytica 2020	31 Jan. 20	13 Feb. 20
II 19	Biomanufacturing / Bioprocessing LABORWELT Special: Lab Automation	3 Apr. 20	16 Apr. 20
III 19	Showcase bio-based industry: Fashion, Textiles, Food, Plastics and Cosmetics LABORWELT Special: Cell- / Gene Therapy	21 Aug. 20	3 Sept. 20
IV 19	BIO-Europe 2020 Munich: Financing, Patents, Licensing LABORWELT Special: Diagnostics	09 Oct. 20	22 Oct. 20

*according to survey by BIO Deutschland e.V. in 2017

|transkript

Geographic coverage:

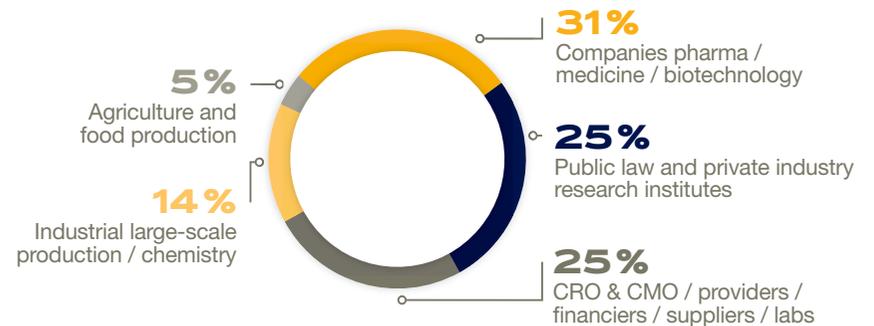
Germany	61 %
Switzerland.	19 %
Austria	17 %
Others	3 %



Circulation:

Print run	10,500
Copies sold (subscriptions and part of membership package)	4,880
Complimentary copies (for trade shows, fairs, etc.)	5,470
Other, archive, and author copies	150

Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



Prices see page 7



For almost two decades, the European Biotechnology Life Sciences and Industry Magazine has been covering the scientific, political and economic development of the biotech and bioPharma sectors in the 28 countries of the European Union as well as in Switzerland and Norway. With a circulation of more than 13,000 copies, the journal is the ideal platform for pan-European marketing campaigns to take advantage of the common economic area.

Published:
quarterly, 4 issues per year
Volume:
Volume 19, 2020

Cooperation partners / Industry networks:

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

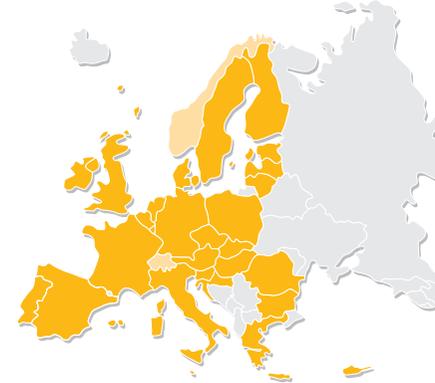
Mediapartner events:

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

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
Spring 2020	Bioprocessing, Events: BEU Spring + Swiss Biotech Day 2020	3 Mar. 20	19 Mar. 20
Summer 2020	Event Preview Autumn 2020 – BioFairs Compass	5 June 20	18 June 20
Autumn 2020	CRO / CMO / Packaging, Events: CPhI Milan, BIO-Europe Munich 2020	11 Sep. 20	24 Sep. 20
Winter 2020	Event Preview Spring 2021 – BioFairs Compass, Event: Pharmapack Europe 2021	6 Nov. 20	19 Nov. 20

Geographic coverage:

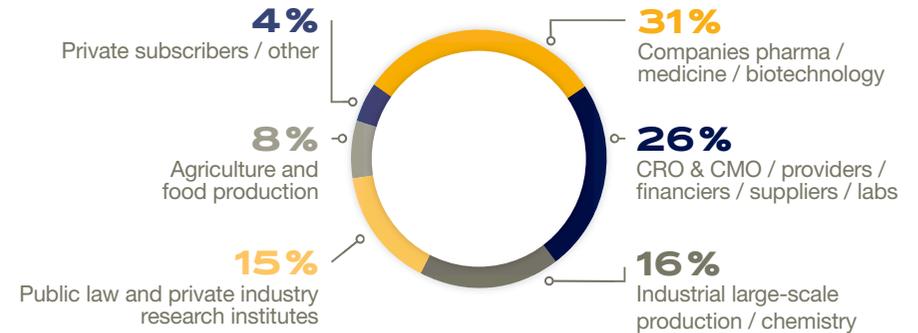
- Western Europe (GB, IRL, F and BeNeLux) 24 %
- Central Europe (D, A and CH) 20 %
- Southern Europe (P, E, I, GR, M and CY) 19 %
- Northern Europe (S, FIN, DK and NOR) 15 %
- Eastern Europe (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET and EST) 14 %
- Other regions (USA, CDN, J and IND) 8 %



Circulation:

- Print run 13,400
- Copies sold (subscriptions and part of membership package). 7,820
- Complimentary copies (for trade shows, fairs, etc.). 5,230
- Other, archive, and author copies 350

Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



|transkript



A new special issue of |transkript will be published at the end of 2020:

“Menschen & Unternehmen”

Meet founders, entrepreneurs and financiers – on a personal level. We portray leading heads of the biotech industry in Germany, Switzerland and Austria.

Published: annually
Publication date: 10 Dec. 2020
Booking deadline: 27 Nov. 2020



The magazine focuses on the pioneering innovations in medical technology that are giving this sector its current boost in Germany, Austria and Switzerland. In addition, there are background reports on the economy, politics and technology, interviews and useful information on the trade fairs and congresses where the magazine is featured twice a year.

Published: half-yearly, 2 issues per year
Publication dates: 27 Febr. 2020 + 05 Nov. 2020
Booking deadlines: 13 Febr. 2020 + 08 Oct. 2020

With this special issue we offer an exciting glimpse behind the scenes. Together with the executives, we work out deep insights into how visions can become reality. Of course, we don't look only at the people behind success stories. We also reflect on how you can learn from your failures and why it is worthwhile to take a risk now and then.

Distribution: D/A/CH:
 Germany, Switzerland and Austria

Circulation:

Print run	10,000
transkript subscribers and part of membership packages	4,880
Complimentary copies (trade fair copies)	5,000
Other, archive, and author copies	120

Recipients:
 Decision makers from Biotechnology, Pharma, Chemistry and Finance

Target groups:

Medtech companies and suppliers, consultants, lawyers, capital & finance, politics, engineers and technology

Circulation:

Print run	16,000
Trade fair copies	10,120
Free copies / postal dispatch to individuals	5,470
Other, archive, and author copies	410

Geographical distribution D/A/CH:
 Germany: 73%, Austria: 15%, Switzerland: 12 %

Recipients by sector:

Medtech / pharma companies	44 %
Suppliers / service / health IT / lab	26 %
Healthcare (hospitals, health insurance)	8 %
Research institutions (public / private)	7 %
Capital & financing	5 %
Consulting & law	5 %
Associations, policy & others	5 %

Recipients by position (Top 3):



Corporate / management



Division / department management



R&D / purchasing / IT / technology department



For more than three decades, the Bio-Technology Yearbook has been the standard publication of the biotechnology industry in Germany, Austria and Switzerland. The 33rd volume again offers current data and facts on the development of the life sciences industries, biopolitical background and position determination, detailed reports on the global challenges and technological breakthroughs, interviews, comments and much more. But the young classic not only offers reading material: for at least 12 months, the trinational yearbook is given a lot of attention – making it an ideal long-term advertising medium.

Frequency:
annually

Volume:
Volume 33, 2020

Publication date:
28 May 2020

Booking deadline:
4 May 2020

Format:
210 x 275 mm

Print run:
min. 10,000 copies

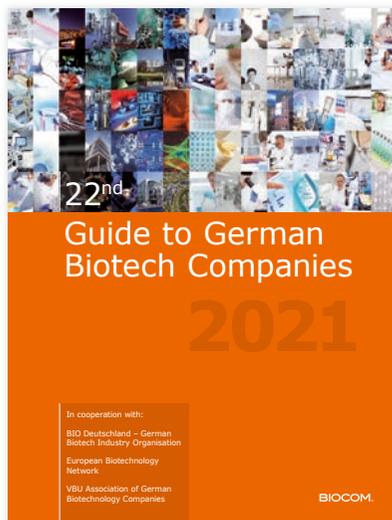
Distribution:

- Sent to all subscribers of the business magazine |transkript as well as decision-makers in business, research and policy
- Full-year, targeted distribution at trade fairs and congresses for the biotech / pharma / finance community
- Distribution via book retail and online

Target groups by sector:

- **Biotechnology sector:**
R&D companies (both listed and unlisted) as well as suppliers in the areas of life sciences and biopharma in the DACH region
- **Politics:**
Governments, parliaments, political parties, associations, NGOs, parliamentarians
- **Finance:**
Investors, analysts, investment bankers, corporate and tax advisors, law firms
- **Business development:**
Cluster management and bioregions, business plan and start-up competitions
- **Patent:**
Lawyers, national and international law firms, industrial insurers

PRINT Biotech & Medtech Guides



22nd Guide to German Biotech Companies

The international business card of Germany’s researching and developing biotech companies: This book in English language presents companies and service providers with two-page profiles. The annually published guide is distributed by BIOC.COM, through associations such as BIO Deutschland and VBU (Dechema) as well as at international and national events.

Volume: Vol. 22, 2021
Publication date: 26 Oct. 2020
Booking deadline: 25 Sept. 2020



Guide to German Medtech Companies

This English-language book with profiles of medical technology companies and suppliers covers the entire value chain of medical technology products and health-care services. Global, year-round distribution at around 20 international events, congresses and trade fairs in the health-care industry and supplier industry. In addition, the cooperation partners introduce themselves – among others Germany Trade & Invest, BVMed e.V., SPECTARIS, VDMA, Medical Valley EMN, Life Science Nord, Medical Mountains and IVAM.

Volume:	Volume 5, 2020	Volume 6, 2021
Publication date:	13 Jan. 2020	January 2021
Booking deadline:	29 Nov. 2019	27 Nov. 2020



10th European Biotechnology Science & Industry Guide

This successful presentation of European companies and institutions will be presented at the BIO-Europe Spring Partnering Conference in March. In addition, it will be distributed and displayed at numerous international life sciences and pharmaceutical conferences (e.g. Swiss Biotech Day, Nordic Life Science Days, CPhI Worldwide, European MedTech Forum, Chemspec Europe).

Volume: Vol. 10, 2020
Publication date: 23 March 2020
Booking deadline: 21 Febr. 2020

Facts and figures for all guides

Frequency:	yearly
Print run	12,000 – 15,000 copies each
Formate:	190 x 250 mm
Language:	English
Production:	high-quality bound, four-colour printed
Features:	digital editions via BIOC.COM App
Entry fee:	see page 7

Advertisement rates Magazine

1/1 page (4c)	3,000 €
1/2 page vertical / horizontal (4c)	1,800 €
1/3 page vertical / horizontal (4c)	1,400 €
1/4 page vertical / horizontal (4c)	1,200 €
Surcharge for special placements (e.g. cover pages)	500 €
Product information (1/3 page)	350 €
<hr/>	
1/1 page advertorial / company profile	3,000 €
2/1 page advertorial / company profile	4,500 €
<hr/>	
Job offers	
1/1 page 4c	1,000 €
1/2 page vertical / horizontal 4c	500 €
1/4 page vertical / horizontal 4c	250 €
<hr/>	
Inserts (incl. production)	
2 pages	4,500 €
4 pages	7,000 €
<hr/>	
Supplements	
up to 25 g	2,000 €
up to 50 g	3,500 €

Advertisement rates Yearbook

1/1 page (4c)	3,000 €
1/2 page vertical / horizontal (4c)	1,800 €
1/3 page vertical / horizontal (4c)	1,400 €
1/1 page advertorial / guest contribution	3,000 €
2/1 page advertorial / guest contribution	4,500 €
Surcharge for special placements (e.g. cover pages)	500 €
Service-profile (1/3 page 4c, landscape, incl. design)	400 €

Entry fees Guides

Entry fee for a 2/1 page company profile

Guide to German Biotech Companies	1,480 €
European Biotechnology Science & Industry Guide	1,280 €
Guide to German Medtech Companies	1,860 €

Discounts for multiple orders on request.

transkript.de

WEB



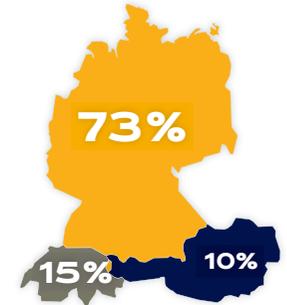
At the heart of the biotech industry: **transkript.de** is the daily news and information portal for biotechnology and life sciences in the German-speaking European countries. The coverage focuses on business, politics and science. A wide range of service sections is added. **transkript.de** is frequently used as a fast, comprehensive information portal, creating a perfect environment for target group-specific online advertising.

Visits: monthly **48,870**

Page impressions: monthly **79,856**

Users:

Germany	73 %
Switzerland.	15 %
Austria	10 %
Others	2 %



eNewsletter

Frequency: twice a week

Subscribers: 21,380

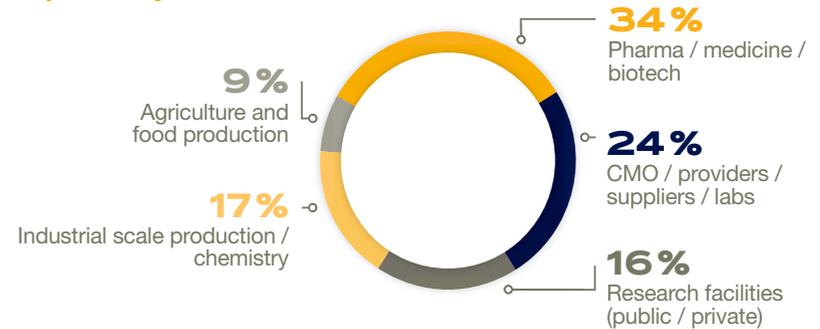
transkript.de/laborwelt

LABORWELT



The meeting point for all lab insiders: **laborwelt.de** is the popular technology section of **transkript.de**. Here, everything is focused on the application of modern life science products and processes in laboratory and production. A versatile forum for the practitioners in science, research and industry – and as such **laborwelt.de** is the ideal medium to bring online advertising specifically “to the bench” or to the management. From experts for experts.

Recipients by sector:



Recipients by function:

Laboratory- / division- / department management	28 %
Corporate / operations management	27 %
Politics / foreign trade / economic development	16 %
R&D / education	14 %
Distribution / sales / marketing	10 %
Organisation / administration / personnel	5 %

european-biotechnology.com

medtech-zwo.de

WEB



Visits: monthly **31,250**

Page impressions: monthly **45,920**

Users:
Europe 71 %
Northern America 19 %
Asia 8 %
Others 2 %



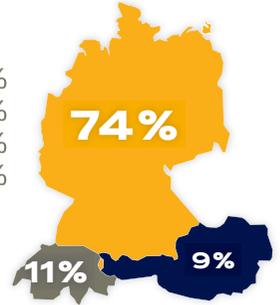
eNewsletter
Frequency: . . weekly
Subscribers: . . 19,270



Visits: monthly **12,875**

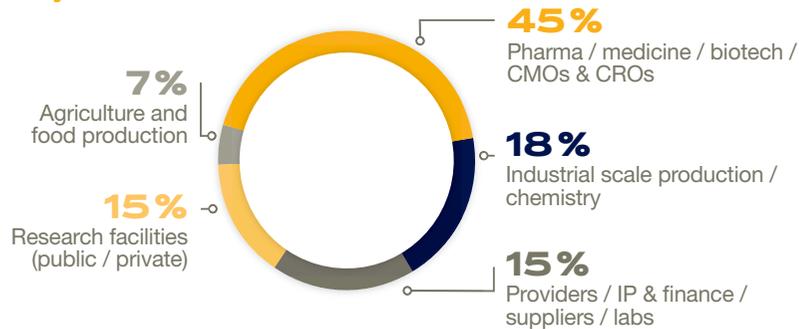
Page impressions: monthly **22,870**

Users:
Germany 74 %
Switzerland . . . 11 %
Austria 9 %
Others 6 %

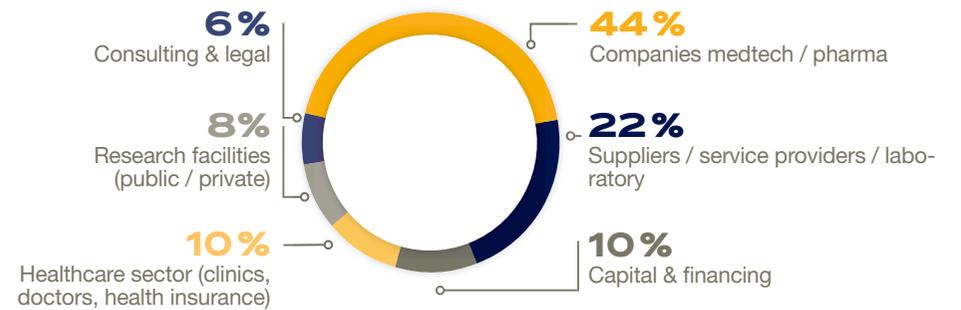


eNewsletter
Frequency: . . weekly
Subscribers: . . 3,160

Recipients by sector:



Users by sector groups:



Recipients by function:



According to function:



Advertisement rates

Web campaigns / Newsletter

WEB

Leaderboard	1,500 € / week
Advertorial / Sponsored post	1,500 € / month
Skyscraper	1,000 € / week
Premium Banner	600 € / week
Standard Banner	300 € / week
Product Info	500 € / week
Video Ad	500 € / week
Medium Rectangle	500 € / week
Job Advert	1,000 € / month
Newsletter Banner	300 € / Newsletter issue
E-Blast Campaign	7,000 € / Campaign
News-Flatrate (only available for medtech-zwo.de)	690 € / year

Advertisement specs **Web**

SPECS

Type	Format	Position
Leaderboard	728 x 90 Pixels	above the website header
Advertorial/ Sponsored Post	Text + 1 Image (16:9)	homepage + advertorial section
Skyscraper	160 x 800 Pixels 120 x 600 Pixels	sliding, right-hand placement
Premium Banner	468 x 60 Pixels	homepage, within the news section
Standard Banner	468 x 60 Pixels	homepage in rotation with other banners
Product Info	Text with max. 1,500 characters + 1 image (16:9)	Homepage right-hand + product rubric
Video Ad	YouTube Link, QuickTime (mov, m4v, mp4), Codec H.264 min. 720 x 576	Homepage right-hand + video rubric
Medium Rectangle	300 x 250 Pixels	right-hand placement
Newsletter Banner	468 x 60 Pixels	Placing on request
Special Formates / Newsflats	Expandable Banner, Flash Layer, Press Releases etc. on request	

Data formats:

Optional data formats for all adverts except newsletter and expandable banner: Java Script-/NoScript-Tag, iFrame, GIF, JPEG, SWF, HTML, TEST (max. 150kB)

Data formats Newsletter:

GIF, JPEG (max. 100kB)

Data formats Expandable Banner:

JavaScript-/NoScript-Tag

With customer-delivered interactive formats (JavaScript, Flash), the size of the advert panel must comply with the size of the booked banner format. In particular, this surface area may not be increased through interaction.

Special advertising formats:

In the case of the special format “expandable banner”, rolling-out is carried out by mouse-over and rolling-in by mouse-out only. Further special advertising formats available on request.

Technical compatibility:

The use of ClickTags is an option in flash-banners. Please remember with flash-banners that you must also deliver an alternative graphic (GIF/JPEG) as well as a destination URL.

Links within Flash-files must be defined by an “absolute URL” (“http://www.domain.de/path/file”). Please test your Flash-file before sending it to BIOCOM AG

To ensure complete compatibility with JavaScript-Tags, please also send the entire tag, including a “NoScript” variant.

The operating system and/or browser compatibility of interactive formats is the sole responsibility of customers and/or their agencies.

Sound/music:

Sound or music must be activated via click or mouseover only. Users should have the chance to switch the sound on/off manually.

Data delivery:

Adverts must be delivered no later than three workdays before publication date to: marketing@biocom.de

Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of October 2019.)

Reporting:

Optional reporting of your online campaign is available.

Advertisement specs **Print**

SPECS

Advert format	Type area format	Bleed format
1/1 page 4c	175 x 229 mm	210 x 275 mm + 3 mm
1/2 page 4c, horizontal	175 x 118 mm	210 x 134 mm + 3 mm
1/2 page 4c, vertical	85 x 228 mm	102 x 275 mm + 3 mm
1/3 page 4c, horizontal	175 x 76 mm	210 x 89 mm + 3 mm
1/3 page 4c, vertical	55 x 228 mm	70 x 275 mm + 3 mm
1/4 page 4c, horizontal	175 x 55 mm	
1/4 page 4c, vertical	85 x 110 mm	

Formats:
210x275 mm, adhesive binding

Print method:
Offset print, 60s raster, four-colour process print (CMYK Euroscale)

Data formats:
PDF (Version 1.3 with transparency reduction at hi-res
• four-colour (CMYK Euroscale), no special colours
• typefaces completely embedded (no sub-groups) and/or converted into curves
• bound halftone images must be submitted at least 300 dpi (bitmaps with min. 800 dpi) in the production size for CMYK and/or greyscale models

Bleed & crop marks:
Adverts should have a bleed extending 3 mm beyond trim size. Data should contain crop marks but no colour bars and register marks.

Data transfer:
E-Mail: produktion@biocom.de

Data can be sent up to a size of 50 MB via email. Please contact us if your data has a larger volume.

General information:
Cancellations must be received in writing no later than 7 days before the advertising deadline. Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of October 2019).

Agency commissions: A 15% commission is granted upon delivery of ready-to-print copy material. BIOCUM AG will not be responsible for improperly prepared copy material that does not comply with the publisher's digital or mechanical requirements. Necessary replacement or editing of copy material by the publisher as a result of technical non-compliance will incur a surcharge.

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 einen wesentlichen 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-Formatazweigen 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 Werbeproduzent 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 Werbeproduzenten 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 die seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln 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 (Druckerunterlagenschluss gemäß Medienamt bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.
(2) Die Druckerunterlagen 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 Zusatzaufälle, 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. Umsatzaufälle 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 Werbeproduzenten 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Belegen, 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 Rechtsverfolgung 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 Darstellungssoftware- 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 zeitgebunden Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
(2) Bei ungenügender Wiederabgabegüte 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. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbemitteln unterlagen 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 softwarebedingt) oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, 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 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 Vorzahlung verlangen.
(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen BIOCUM, 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 Druckerunterlagen 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 Druckerunterlagen, Vorlagen und Produktinformationen nach Druckerunterlagenschluss 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

Any questions?

Please contact us:



HEAD OF MARKETING

Oliver Schnell

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



SALES & MARKETING

Andreas Macht

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



SALES & MARKETING

Christian Böhm

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



SALES & MARKETING

Marco Fegers

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