

Media Info **2022**



The quarterly magazine |transkript has been successfully covering the life sciences in German-speaking Europe for 28 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 sections LABORWELT and medtech zwo in all issues.

Published:
quarterly, 4 issues per year
Volume:
Volume 28, 2022

#1 Magazine

- > 50% of our readers are decision makers!
- > 9 of 10 German Biotech leaders read |transkript

Cooperation partners:

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

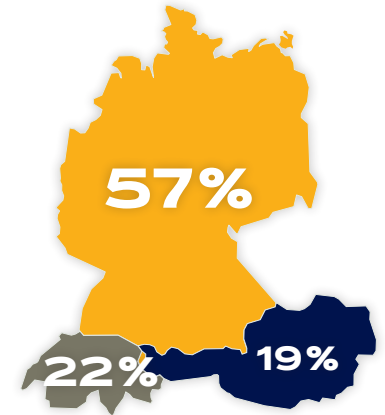
Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I 22	Special: Production site Germany LABORWELT and medtech zwo	28 Jan. 22	10 Feb. 22
II 22	Special Biomanufacturing + LABORWELT and medtech zwo	8 Apr. 22	22 Apr. 22
III 22	Special BIO-Europe LABORWELT and medtech zwo	19 Aug. 22	1 Sep. 22
IV 22	Special Finance & Funding LABORWELT and medtech zwo	21 Oct. 22	3 Nov. 22

Geographic coverage:

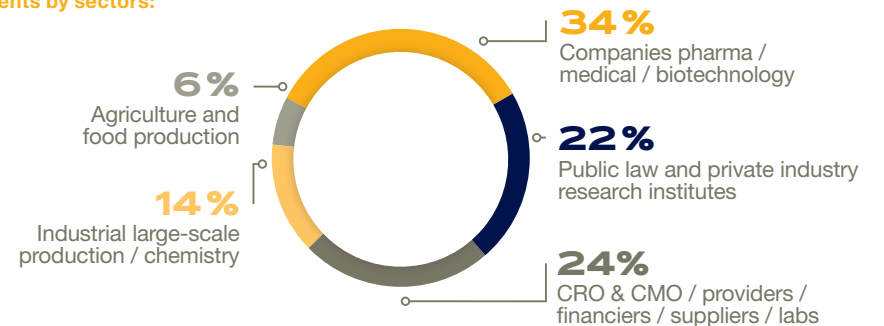
Germany	57 %
Switzerland.	22 %
Austria	19 %
Others	2 %

Circulation:

Distributed circulation	10,600
Copies sold (subscriptions and part of membership package)	4,650
Complimentary copies (for trade shows, fairs, etc.)	5,800
Other, archive, and author copies . . .	150



Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



LABORWELT is the technology section of |transkript. Here everything is about the application of modern products and processes in laboratory and production. It is a versatile forum for practitioners in science, research and industry - the ideal place to bring advertising specifically „to the bench“ or to the management. From experts for experts.

LABORWELT

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I 22	Lab Automation	28 Jan. 22	10 Feb. 22
II 22	Analytica fair 2022s	8 Apr. 22	22 Apr. 22
III 22	Cell- & Gene Therapies	19 Aug. 22	1 Sep. 22
IV 22	Diagnostics + Medica 2022	21 Oct. 22	3 Nov. 22

The medical technology section in |transkript focuses on the groundbreaking innovations that are helping the medtech industry in Germany, Austria and Switzerland to achieve its current dynamism. medtech zwo reports in detail on start-ups, financing and, above all, on the constantly changing legal framework for companies.

medtech zwo

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I 22	AI, Digital Health	28 Jan. 22	10 Feb. 22
II 22	Focus MedtecLive with T4M, MDR, Manufacturing	8 Apr. 22	22 Apr. 22
III 22	Financing, Start-ups, Sustainability	19 Aug. 22	1 Sep. 22
IV 22	Focus Medica/Compamed, Formnext, SPS; 3D Print, Automation, Digitalisation	21 Oct. 22	3 Nov. 22



Frequency:

yearly

Volume:

Volume 35, 2022

Publication date:

17 June 2022

Booking deadline:

27 May 2022

Format:

190 x 250 mm

Distributed circulation:

8,000 copies

For more than three decades, the BioTechnologie Jahrbuch has been the standard work of the biotechnology industry in Germany, Austria and Switzerland. The 35th edition once again offers up-to-date facts and figures on the development of the life sciences industries, biopolitical backgrounds and statements, reports on global challenges and technological breakthroughs, interviews, commentaries and much more. But the young classic offers more than just reading material: for at least 12 months, the trinationnal yearbook will be given a lot of attention – making it an ideal long-term advertising medium.

Distribution

- as part of the BIOCOM CARD subscription, the Yearbook is distributed to all |transkript and European Biotechnology readers in the German-speaking countries and to members of leading industry associations
- Distribution via the classic local bookshops and the leading international online platforms
- year-round, targeted presence at events physical/digital





For two decades now, the European Biotechnology Life Sciences and Industry Magazine has been covering the scientific, political and economic development of the biotech, bioPharma and bioeconomy sectors in the 27 countries of the European Union as well as in Switzerland, Great Britain and Norway. With a circulation of more than 12,000 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:

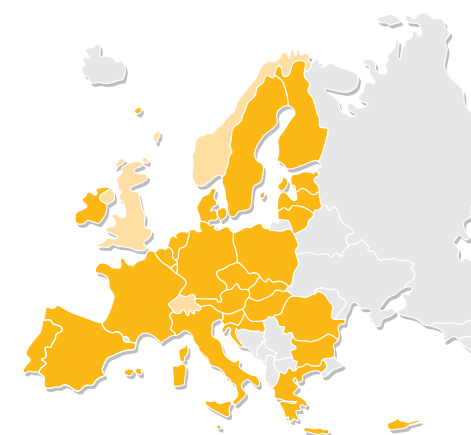
Volume 21, 2022

Geographic coverage:

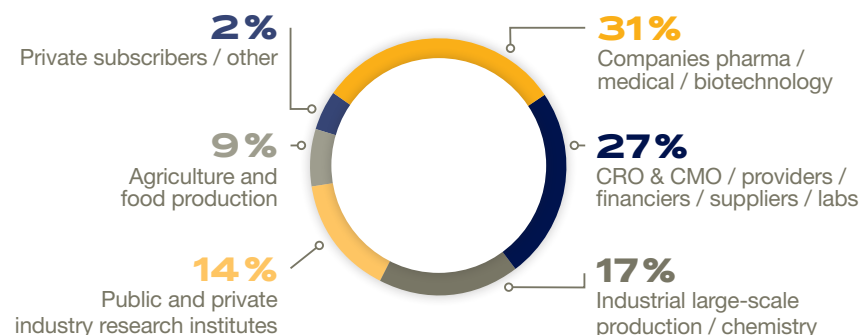
Western Europe (GB, IRL, F and BeNeLux)	23 %
Central Europe (D, A and CH)	21 %
Southern Europe (P, E, I, GR, M and CY)	20 %
Northern Europe (S, FIN, DK and NOR)	16 %
Eastern Europe (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET and EST)	15 %
Other regions (USA, CDN, J and IND)	5 %

Circulation:

Distributed circulation	12,000
Subscriptions and part of memberships	7,620
Complimentary copies	4,030
Other, archive, and author copies	350



Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



Cooperation partners / Industry networks:

BIOTECH AUSTRIA, European Biotechnology Network, LISAvienna, Swiss Biotech Association, ASEBIO, Young European Biotech Network YEBN

Mediapartner events:

ACHEMA, Analytica, AMR Conference, BIO-Europe Partnering Conference, BioFIT, Chemspec Europe, CPhI Worldwide, PharmaLab Congress, Swiss Biotech Day, etc.

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
Spring 2022	Bioprocessing Country Special Denmark Events: Swiss Biotech Day live, BIO-Europe Spring digital, Laser World of Photonics	4 Mar. 22	17 Mar. 22
Summer 2022	BioFairs Compass Country Special Italy Events: Analytica + ACHEMA	6 May 22	19 May 22
Autumn 2022	CDMOs & CROs Country Special Ireland Events: CPhI, BIO-Europe	9 Sep. 22	22 Sep. 22
Winter 2022	BioFairs Compass Country Special France Events: BioFIT	18 Nov. 22	1 Dec. 22

PRINT Biotech & Medtech Guides –



24th 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 BIOCOM, through associations such as BIO Deutschland and VBU (Dechema) as well as at international and national events.

Volume: Vol. 24, 2022
Publication date: 19 Oct. 2022
Booking deadline: 30 Sept. 2022

print + digital



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:
Publication date:
Booking deadline:

Volume 7, 2022
 Jan. 2022
 27 Nov. 2021

Volume 8, 2023
 January 2023
 25 Nov. 2022



12th 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 – both in printed publication and simultaneously as a digital version for all online events.

Volume: Vol. 12, 2022
Publication date: 23 March 2022
Booking deadline: 23 Febr. 2022

Facts and figures for all guides

Frequency:	yearly
Distributed circulation:	more than 10,000 copies each
Format:	190 x 250 mm
Language:	English
Production:	high-quality bound, four-colour printed
Features:	digital editions via BIOCOM App
Entry fee:	see page 13

Advertisement rates **Magazines**

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 €
1/1 page advertorial / company profile	3,000 €
2/1 page advertorial / company profile	4,500 €
Job offers	
1/1 page 4c	1,000 €
1/2 page vertical / horizontal 4c	500 €
1/4 page vertical / horizontal 4c	250 €
Inserts (incl. production)	
2 pages	4,500 €
4 pages	7,000 €
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, horizontal, 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 €

**Special forms of advertising on request.
Discounts for multiple orders on request.**

transkript.de

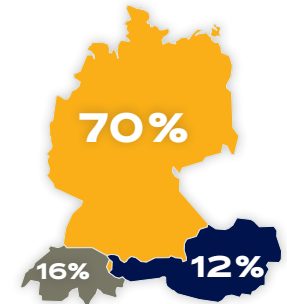
At the pulse of the industry: transkript.de is the daily updated news and information portal for biotechnology and life sciences in the German-speaking countries of Europe. The profound short reports focus on business, politics and science. A wide range of service sections are also included. As a fast, multifaceted information portal, transkript.de is frequently used, creating the perfect environment for target group-specific online advertising.

Visits: monthly **83,440**

Page impressions: . . . monthly **132,050**

Users:

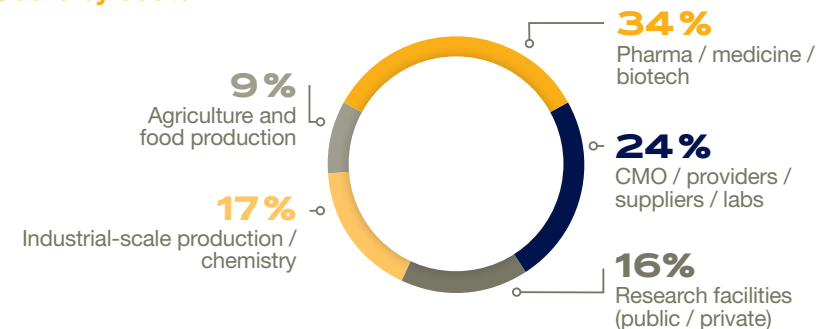
Germany	70 %
Switzerland.	16 %
Austria	12 %
Others	2 %



eNewsletter

Frequency:	weekly
Subscribers:	25,410

Users by sector:



Newsletter recipients by function:

Laboratory- / division- / department management	27%
Corporate / operations management	25%
Politics / foreign trade / public funding	19%
R&D / education	14%
Distribution / sales / marketing	10%
Organisation / administration / HR	5%

LABORWELT

transkript.de/laborwelt

An important part of the information offered by |transkript.de are news from and for professionals in the laboratories of industry and science. In compact form, the news from research and production is an ideal environment for target group-specific online advertising.

medtech zwo

medtech-zwo.de

medtech zwo, the medical technology section of transkript.de, is also all about fast information. Start-ups, financing and the legal framework are at the centre of interest and form the ideal framework for advertising aimed at specific target groups.

european-biotechnology.com

WEB



Europe in focus: european-biotechnology.com is the fast track news and information portal for biotechnology and life sciences. The compact reporting from the 27 EU countries plus Switzerland, Great Britain and Norway focuses on science, politics and business. Fast news and attractive service sections such as a calendar of events and a job market create the perfect environment for target group-specific online advertising in the large European life sciences market.

Visits: monthly **34,070**

Page impressions: monthly **50,010**

Users:

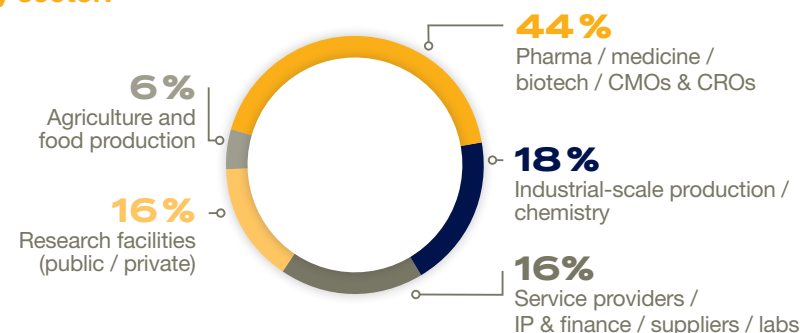
Europe	70 %
Northern America	20 %
Asia	7 %
Others	3 %

eNewsletter

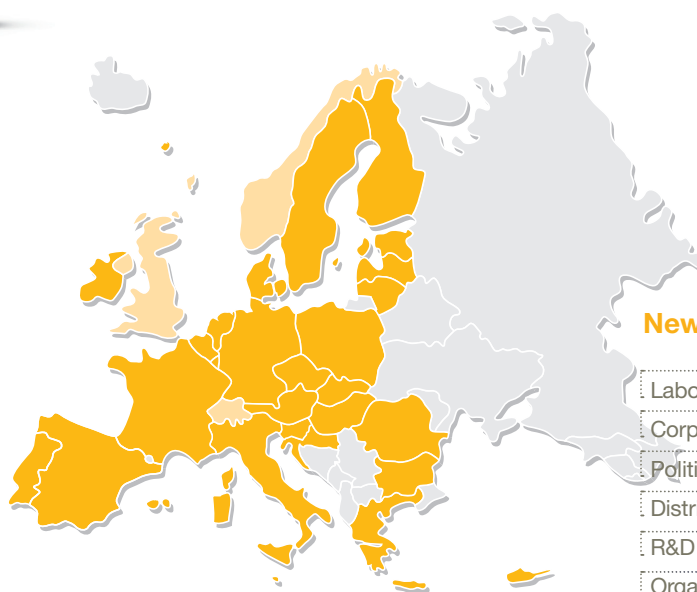
Frequency:	weekly
Subscribers:	21,110



Users by sector:



Newsletter recipients by function:



Advertisement rates

Web campaigns / Newsletter

WEB

Billboard	1,800 € / week
Advertorial/Sponsored post	1,500 € / month
Sitebar	1,350 € / week
Premium Banner	600 € / week
Standard Banner	300 € / week
Produkt 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
Digital Medtech Event Compass (only available for medtech-zwo.de)	450 € / per event

Advertisement specs Web

SPECS

Typ	Format	Position
Billboard	960 x 250 Pixel	below the website header
Advertorial/ Sponsored Post	Text + 1 Image (16:9)	homepage + advertorial section
Sitebar	dynamic 1:2	sliding right-hand, not visible at mobile devices
Premium Banner	560 x 72 Pixel	homepage, within the news section
Standard Banner	560 x 72 Pixel	homepage in rotation with other banners
Product Info	Text with max. 1,500 characters + 1 image (16:9)	Homepage right-hand + product section
Video Ad	YouTube Link, QuickTime (mov, m4v, mp4), Codec H.264 min. 720 x 576	Homepage right-hand + video section
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	right-hand placement
Newsletter Banner	560 x 72 Pixel	Placing on request
Special Formates / Newsflats	Expandable Banner, Press Re- leases etc. on request	

Data formats Web Banner:

Optional data formats for all adverts except newsletter: Java Script-/NoScript-Tag, GIF, JPG, PNG, HTML, (max. 150kB)

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

Newsletter Banner:

GIF, PNG, JPG (max. 100kB)

Sitebar Banner:

As GIF, JPG, HTML.

In the case of Programmatic Guaranteed placements, please always deliver the advertising material as redirects or physically (JPG, PNG or GIF). Size 200 kB, max. 2MB reloaded (polite download)

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.

Technical compatibility:

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

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 2021.)

Reporting:

Optional reporting of your online campaign is available. With Javascript no tracking can be guaranteed.

Advertisement specs **Print**

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 with 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 3 weeks before the advertising deadline. Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of October 2021).

Agency commissions: A 15% commission is granted upon delivery of ready-to-print copy material. BIOCOM 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.

BIOCOM 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 Werbefauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste der BIOCOM AG (BIOCOM), 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.

(3) Die Verbreitung umfasst sowohl gedruckte als auch elektronische Ausgaben.

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, Bänderole, Einhefter, Beileger, Lesezeichen, Jahresplaner etc.);
- Ad Specials und Exklusivpräsenzen in digitalen Medien (Banner, Links, Single-E-Mail-Shots etc.);
- jegliche sonstige Werbeformen der BIOCOM 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 Werbebetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. BIOCOM ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

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

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

4. Auftragsweiterung

(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.

5. Nachlasserstattung

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

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den 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 BIOCOM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckunterlagenschluss gemäß MediaInfo bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.

(2) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCOM oder per E-Mail an marketing@biocom.de anzuliefern. Bei Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCOM keine Gewähr. Im übrigen gelten die verbindlichen Vorgaben für die Anlieferung digitaler Daten von BIOCOM, 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 BIOCOM für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

(5) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzausfälle, die BIOCOM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beilagenmaterial 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 BIOCOM offen.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) BIOCOM behält sich vor, Werbefaufträge – 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 BIOCOM wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann BIOCOM 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) Beilagenaufträge in Printmedien sind für BIOCOM erst nach Vorlage eines Modells 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 BIOCOM im Rahmen des Werbefauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird BIOCOM von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, BIOCOM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt BIOCOM 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 BIOCOM

(1) BIOCOM 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 (liefend oder addiert) 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 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 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 BIOCOM 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 BIOCOM bestehen.

12. Haftung

(1) BIOCOM 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 BIOCOM bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) nach den gesetzlichen Vorschriften, jedoch begrenzt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden.

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

(3) Die Haftung seitens BIOCOM 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 Auftragserstellung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von BIOCOM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von BIOCOM 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 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 BIOCOM zu halten.

14. Zahlung

(1) Werbefaufträge 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 BIOCOM anerkannt ist.

15. Zahlungsverzug

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

(2) Objektive begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen BIOCOM, 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 Werbefaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

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

- bei Kündigung innerhalb 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschlussstermin 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 Werbefaufträgen gilt als Auftragspreis im Sinne der vorstehenden Regelung der Listenpreis.

(3) Reicht der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCOM 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 BIOCOM bleiben unberührt.

17. Datenschutz

(1) Der Werbefauftrag 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 2021

Any questions?

The BIOCOM sales team is at your service:



Oliver Schnell

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



Andreas Macht

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



Christian Böhm

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