

# Media Info **2024**



Das Magazin |transkript beleuchtet seit 30 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 Servicereubriken ergänzt, darunter in allen Ausgaben die Sonderteile LABORWELT und medtech zwo.

**Erscheinung:**  
 quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr  
**Jahrgang:**  
 30. Jahrgang 2024

## #1 Magazin

- > 50% der Leser sind Entscheidungsträger!
- > 9 von 10 Biotech-Unternehmern kennen |transkript

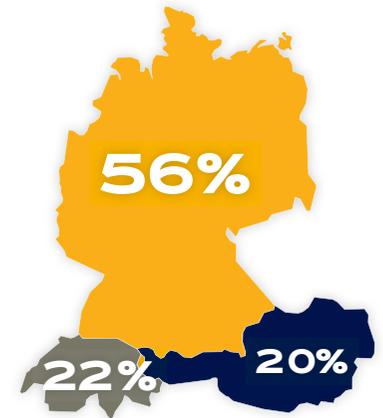
**Organ:**  
 BIOTECH AUSTRIA, Deutsche Gesellschaft für Proteomforschung (DGPF), Life Sciences Studierendeninitiative btS e. V.

Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
I   24	Spezial Human Resources LABORWELT und medtech zwo	19.01.2024	01.02.2024
II   24	Spezial Biomanufacturing LABORWELT und medtech zwo	22.03.2024	04.04.2024
III   24	Spezial Early Drug Development LABORWELT und medtech zwo	09.08.2024	22.08.2024
IV   24	Spezial Manufacturing Sites & Techparks LABORWELT und medtech zwo	11.10.2024	24.10.2024

## |transkript

### Geographische Verbreitung:

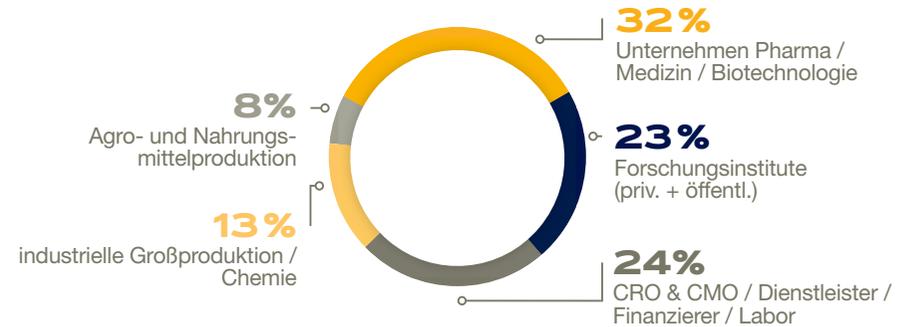
Deutschland . . . . .	56 %
Schweiz . . . . .	22 %
Österreich . . . . .	20 %
Sonstige . . . . .	2 %



### Auflage:

Verbreitete Auflage . . . . .	10.600
Verkaufte Auflage mit Abos und Mitgliederstücken . . . . .	4.520
Freistücke inkl. Messeexemplare . . . . .	5.930
Rest-, Archiv- und Belegexemplare . . . . .	150

### Empfänger nach Branche:



### Empfänger nach Funktionen (Top 3):



LABORWELT ist die Technologie-Rubrik von |transkript. Hier dreht sich alles um die Anwendung moderner Produkte und Verfahren in Labor und Produktion. Ein vielseitiges Forum für die Praktiker in Wissenschaft, Forschung und Industrie – der ideale Ort, um Werbung gezielt „an die Bench“ oder in die Geschäftsleitung zu bringen. Von Fachleuten für Fachleute.

LABORWELT

Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
I   24	Laborautomation	19.01.2024	01.02.2024
II   24	Analytica 2024	22.03.2024	04.04.2024
III   24	Zellbiologie	09.08.2024	22.08.2024
IV   24	Diagnostik + Medica/Compamed 2024	11.10.2024	24.10.2024

Im Fokus des Medizintechnik-Schwerpunktes in |transkript stehen die bahnbrechenden Innovationen, die der Medtech-Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu ihrer aktuellen Dynamik verhelfen. Medtech zwo berichtet detailliert über Start-ups, Finanzierungen und über den sich ständig ändernden rechtlichen Rahmen für die Unternehmen.



Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
I   24	Fokus MedtecLive mit T4M	22.03.2024	04.04.2024
II   24	Fokus Medica/Compamed, Formnext, SPS	11.10.2024	24.10.2024



**Erscheinung:**  
jährlich  
**Jahrgang:**  
37. Jahrgang 2024  
**Erscheinungstermin:**  
20.06.2024  
**Anzeigenschluss:**  
31.05.2024  
**Format:**  
190 x 250 mm  
**Verbreitete Auflage:**  
8.000 Exemplare

Seit mehr als drei Jahrzehnten ist das BioTechnologie Kursbuch das Standardwerk der Biotechnologie-Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der 37. Jahrgang bietet wieder aktuelle Daten und Fakten zur Entwicklung der Life-Sciences-Branchen, biopolitische Hintergründe und Positionsbestimmungen, Berichte über die globalen Herausforderungen und technologischen Durchbrüche, Interviews, Kommentare und vieles mehr. Doch der junge Klassiker bietet nicht nur Lese-stoff: Für mindestens 12 Monate wird dem trinationalen Jahrbuch große Aufmerksamkeit geschenkt – damit ist es ein idealer Langzeit-Werbeträger.

- Verbreitung:**
- als Teil des BIOCOM CARD-Abonnements geht das Kursbuch an alle |transkript- und European Biotechnology-Leser in der DACH-Region sowie an die Mitglieder führender Industrieverbände
  - Vertrieb über den klassischen Buchhandel vor Ort sowie über die führenden internationalen Online-Kanäle
  - ganzjährige, zielgerichtete Präsenz bei Veranstaltungen physisch/digital



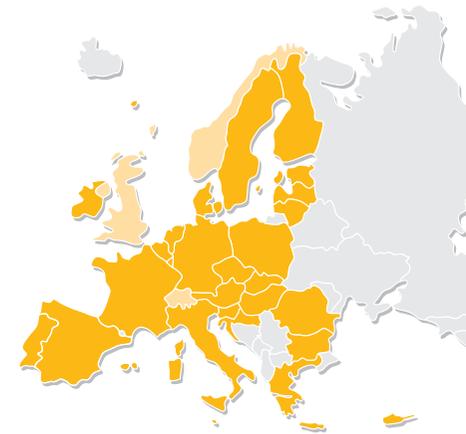


Das European Biotechnology Science and Industry Magazine berichtet englischsprachig über die wissenschaftliche, politische und wirtschaftliche Entwicklung von Biotechnologie, BioPharma und Bioökonomie in den 27 Ländern der Europäischen Union sowie der Schweiz, Großbritannien und Norwegen. Mit einer Auflage von mehr als 12.000 Exemplaren bietet das Journal die geeignete Plattform für pan-europäische Marketingkampagnen, um die Vorteile des europäischen Wirtschaftsraumes zu nutzen.

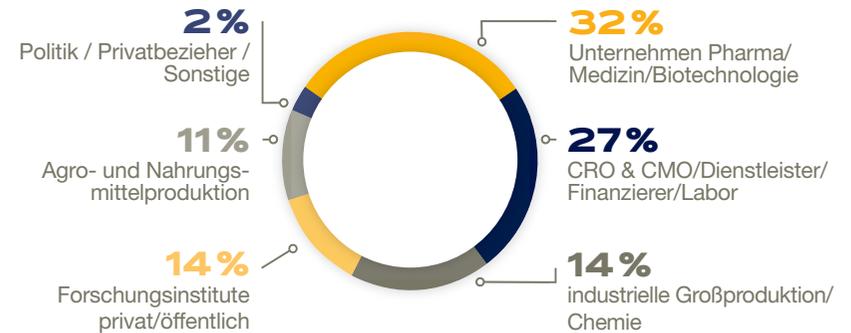
**Erscheinung:**  
quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr  
**Jahrgang:**  
23. Jahrgang 2024

**Geographische Verbreitung:**  
Westeuropa (GB, IRL, F und BeNeLux) 24 %  
Südeuropa (P, E, I, GR, M und CY) . . . 22 %  
Mitteleuropa (D, A und CH) . . . . . 22 %  
Nordeuropa (S, FIN, DK und NOR) . . . 16 %  
Osteuropa (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET und EST) . . . . . 12 %  
Übriges Ausland (USA, CDN, J und IND) 4 %

**Auflage:**  
Verbreitete Auflage. . . . . 12.000  
Abonnenten/ Mitgliederstücke . . . . 7.310  
Freistücke/Messeexemplare. . . . . 4.340  
Rest-, Archiv- und Belegexemplare . . 350



**Empfänger nach Branche**



**Empfänger nach Funktionen (Top 3):**



**Kooperationspartner / Industrie-Netzwerke:**

BIOTECH AUSTRIA, European Biotechnology Network, European Circular Bioeconomy Fund ECBF, LISAvienna, Swiss Biotech Association SBA, ASEBIO, Young European Biotech Network YEBN

**Mediapartner-Events:**

BIO-Europe Partnering Conferences, BioFIT, Chemspec Europe, CPHI Worldwide, PharmaLab Congress, Swiss Biotech Day, etc.

Heft	Themen und Events	AZ-Schluss	ET
Spring 2024	Bioprocessing/Präzisionsfermentation Event: BIO-Europe Spring	23.02.2024	07.03.2024
Summer 2024	Achema 2024 Events: Chemspec Europe + Spezial: BioFairs Compass	03.05.2024	16.05.2024
Autumn 2024	CDMOs & CROs Events: CPhI + BIO-Europe	13.09.2024	26.09.2024
Winter 2024	Novel Drug / New Drug Format Events: BioFIT + Spezial: BioFairs Com- pass	22.11.2024	05.12.2024

**PRINT** Biotech & Medtech Guides –

print + digital



**26<sup>th</sup> 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 BIOCOM, das European Biotechnology Network sowie auf internationalen und nationalen Veranstaltungen verbreitet.

**Jahrgang:** 26. Jahrgang  
**Erscheinung:** 28.10.24 (zur BIO-Europe)  
**Anmeldeschluss:** 23.09.24



**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:** 9. Jahrgang | 2024 10. Jahrgang | 2025  
**Erscheinung:** Januar 2024 Januar 2025  
**Anmeldeschluss:** 24.11.2023 22.11.2024



**14<sup>th</sup> European Biotechnology Science & Industry Guide**

Die englischsprachige Präsentation europäischer Firmen und Institutionen wird jährlich auf der BIO-Europe Spring Partnering Conference im Frühjahr vorgestellt. Darüber hinaus erfolgt die Verteilung und Auslage auf einer Vielzahl internationaler Life-Sciences- und Pharma-Konferenzen; sowohl in gedruckter Form als auch als digitale Version bei reinen Online-Events.

**Jahrgang:** 14. Jahrgang  
**Erscheinung:** 13.03.24 (BIO-Europe Spring)  
**Anmeldeschluss:** 12.02.24

**Daten und Fakten für alle Guides:**

<b>Erscheinungsturnus:</b>	jährlich
<b>Verbreitete Auflage:</b>	jeweils mehr als 10.000 Exemplare
<b>Format:</b>	190 x 250 mm
<b>Sprache:</b>	Englisch
<b>Ausstattung:</b>	hochwertig gebunden, vierfarbig gedruckt
<b>Sonstiges:</b>	digitale Ausgaben der Guides verfügbar
<b>Preise:</b>	siehe Seite 13

## Preise Magazine

1/1 Seite 4c	3.400 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	2.000 €
1/3 Seite hoch/quer 4c	1.500 €
1/4 Seite hoch/quer 4c	1.300 €
Zuschlag Sonderplatzierung (z. B. Umschlagseiten)	500 €
Produktinformation (1/3 Seite)	400 €
<hr/>	
1/1 Seite Advertorial/Firmenprofil	3.400 €
2/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	5.000 €
<hr/>	
<b>Stellenanzeigen</b>	
1/1 Seite 4c	1.200 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	600 €
1/4 Seite hoch/quer 4c	300 €
<hr/>	
<b>Einhefter/Einkleber (inkl. Produktion)</b>	
2-Seiter	4.500 €
4-Seiter	7.000 €
<hr/>	
<b>Beilagen</b>	
bis 25 g	2.300 €
bis 50 g	3.500 €

## Preise Kursbuch

1/1 Seite 4c	3.400 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	2.000 €
1/3 Seite hoch/quer 4c	1.500 €
1/1 Seite Advertorial/Firmenprofil	3.400 €
2/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	5.000 €
Zuschlag Sonderplatzierung (z. B. Umschlagseiten)	500 €
Service-Profil (1/3 Seite quer; inkl. Design)	400 €

## Preise Guides

<b>Teilnahmepreise 2-Seiter Firmenprofil</b>	
Guide to German Biotech Companies	1.480 €
European Biotechnology Science & Industry Guide	1.280 €
Guide to German Medtech Companies	1.860 €

### Sonderwerbformen auf Anfrage

transkript.de



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 fundierten Kurzberichte 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.

**LABORWELT**

**transkript.de/laborwelt**

Wichtiger Teil des Informationsangebotes von |transkript.de sind Nachrichten von und für die Praktiker im Labor von Industrie und Wissenschaft. Kompakt aufbereitet sind die Neuigkeiten aus Forschung und Produktion ein ideales Umfeld für zielgruppenspezifische Online-Werbung.

**medtech ZWO**

**medtech-zwo.de**

Um schnelle Informationen dreht es sich auch bei medtech zwo, der Medizintechnik-Sparte von transkript.de. Start-ups, Finanzierungen und die rechtlichen Rahmenbedingungen stehen im Mittelpunkt – ideal für zielgruppengenaue Werbung.

**Visits:** . . . . . monatlich **84.900**

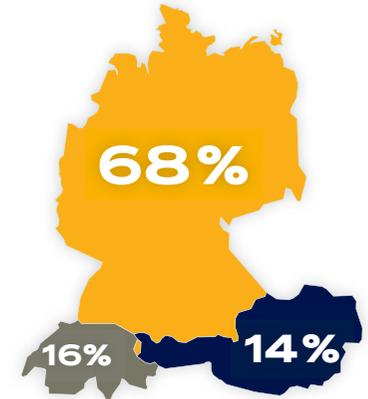
**Page Impressions:** . . . . . monatlich **138.100**

**Users:**

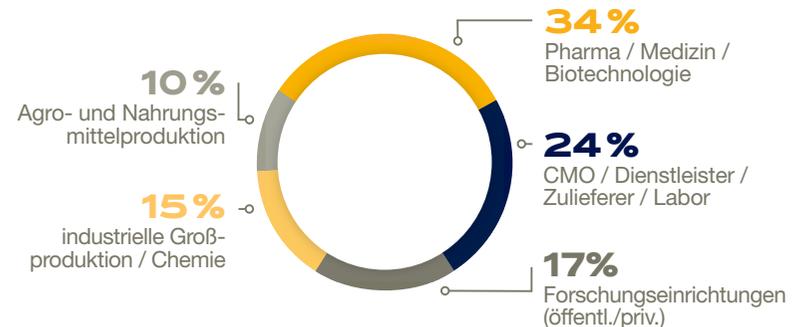
Deutschland . . . . .	68 %
Schweiz . . . . .	16 %
Österreich . . . . .	14 %
Sonstige . . . . .	2 %

**eNewsletter**

Turnus: . . . . .	wöchentlich
Empfängerzahl: . . . . .	25.370



**Nutzer nach Branche:**



**Newsletterempfänger nach Funktion:**

Labor- / Bereichs- / Abteilungsleitung	29 %
Unternehmens- / Betriebsleitung	26 %
Politik / Außenhandel / Wirtschaftsförderung	15 %
Forschung / Entwicklung / Lehre	15 %
Vertrieb / Verkauf / Marketing	10 %
Organisation / Verwaltung / Personal	5 %

# european-biotechnology.com

WEB



Europa im Fokus: european-biotechnology.com ist das schnelle Nachrichten- und Informationsportal für Biotechnologie und Life Sciences. Im Mittelpunkt der kompakten Berichterstattung aus den 27 Ländern der EU plus Schweiz, Großbritannien und Norwegen stehen Wissenschaft, Politik und Wirtschaft. Schnelle Nachrichten sowie attraktive Service-Rubriken wie Termine und ein Stellenmarkt schaffen ein perfektes Umfeld für zielgruppenspezifische Online-Werbung im großen europäischen Life-Sciences-Markt.

**Visits:** . . . . . monatlich **37.330**

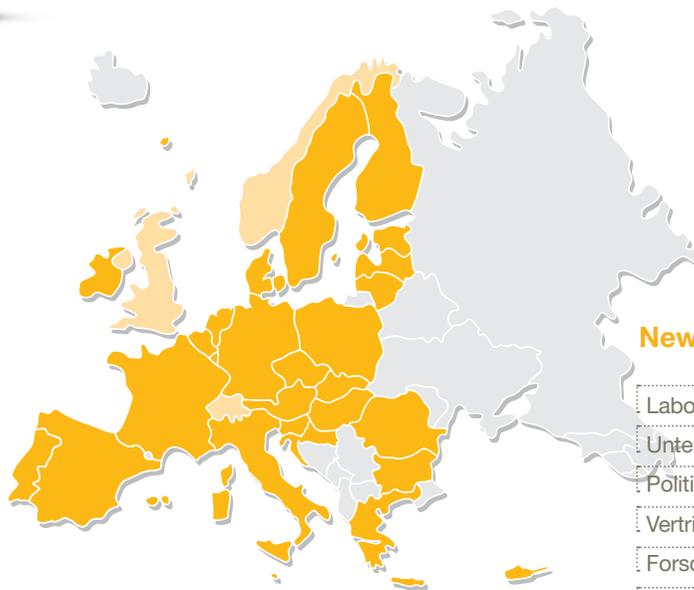
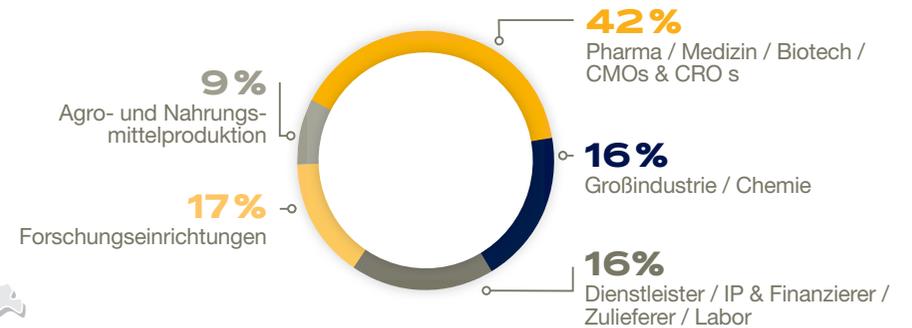
**Page Impressions:** . . . . . monatlich **58.210**

**Users:**  
 Europa . . . . . 73 %  
 Nordamerika . . . . . 19 %  
 Asien . . . . . 6 %  
 Sonstige . . . . . 2 %



**eNewsletter**  
 Turnus: . . . . . wöchentlich  
 Empfängerzahl: . . . . . 22.680

### Nutzer nach Branchen:



### Newsletterempfänger nach Funktion:



## Preise Webkampagnen / Newsletter

WEB

Billboard	1.800 € / Woche
Advertorial/Sponsored post	1.500 € / Monat
Sidebar	1.350 € / 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
Digital Medtech Event Compass (nur medtech-zwo.de)	450 € / Eintrag

## Anzeigenformate Web

Typ	Format	Position
Billboard	960 x 250 Pixel	unter dem Kopfteil der Webseite
Advertorial/Sponsored Post	Text + 1 Abbildung (960 x 540 Pixel ; JPG-Datei)	auf der Startseite + Advertorial-Rubrik
Sidebar	dynamisch 1:2	rechts mitlaufend, nicht sichtbar auf mobilen Endgeräten
Premium Banner	560 x 72 Pixel	im Nachrichtenumfeld, stand-alone
Standard Banner	560 x 72 Pixel	im Nachrichtenumfeld, in Rotation mit anderen Bannern
Produkt Info	Text mit max. 1.500 Zeichen + 1 Abbildung (960 x 540 Pixel; JPG-Datei)	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	560 x 72 Pixel	Position nach Absprache
Sonstige Formate/ Newsflats/E-Blast	Expandable Banner, Press Releases u. a. auf Anfrage	

SPECS

### Dateiformate:

bei allen Werbeformen außer Newsletter: JavaScript-/ NoScript-Tag, GIF, JPG, PNG, HTML, (max. 150kB)

### Newsletter-Banner:

GIF, PNG, JPG (max. 100kB)

### Sidebar Banner:

Als GIF, JPG, HTML

Bei Programmatic Guaranteed-Platzierungen die Werbemittel bitte immer als Redirect oder physisch (JPG, PNG oder GIF) anliefern. Größe 200 kB, max. 2MB nachgeladen (polite Download)

### JavaScript-/NoScript-Tag:

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

### Technische Kompatibilität:

Bei JavaScript-Tags achten Sie bitte für umfang-

liche 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 selbst ab- und anzuschalten.

### Datenanlieferung:

spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn (bei E-Blasts 1 Woche vor Aussendung) an marketing@biocom.de

Es gelten unsere AGB für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien (Stand: 9/23).

### Reporting:

Ein Reporting Ihrer Onlinekampagne ist auf Anfrage möglich. Bei Javascript kann kein Tracking garantiert werden.

# 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](mailto:produktion@biocom.de)

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

## Allgemeines:

Ein Anzeigenstorno muss spätestens 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschlussstermin schriftlich erfolgen. Es gelten unsere AGB für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien (Stand: 9/23).

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

## BIOCOM Interrelations GmbH

### Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien

- 1. Werbeauftrag**  
(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und technischen Vorgaben von BIOCOM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckerunterlagenschluss gemäß MediaInfo bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.  
(2) Für den Werbeauftrag 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-Formatanzeigen 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. Vertragsabschluss**  
(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 Werbebreitender 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 Werbetroibenden 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 gesondert, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.
- 5. Auftragsverweiterung**  
(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 BIOCOM nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, vorbehaltlich Ziffer 16(2) und unbeschadet etwaiger weiterer echtspflichten, 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 und technischen Vorgaben von BIOCOM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckerunterlagenschluss gemäß MediaInfo bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.  
(2) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD an BIOCOM oder per E-Mail an [marketing@biocom.de](mailto: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 Umsatzauffälle, die BIOCOM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beleganmaterial 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. Umsatzauffälle seitens BIOCOM offen.
- 8. Ablehnungsbefugnis**  
(1) BIOCOM 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 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) Beilagsaufträge in Printmedien sind für BIOCOM erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung verbindend. 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 Werbeauftrags 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 Rechtsverteidigung 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- 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 (fortlaufend 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 Fehlschlag und 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 nächstfolgenden 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 Auftragserteilung 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 Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.  
(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbetroibenden an die jeweils gültigen Preislisten von BIOCOM 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 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) Objektiv 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 Werbeaufträgen müssen schriftlich und/oder per E-Mail erfolgen.  
(2) Kündigt der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCOM nicht zu vertreten hat – einen Werbeauftrag, kann BIOCOM folgende Vergütungen verlangen:
  - bei Kündigung 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschlussstermin bzw. Schaltbeginn: 50% des Auftragspreises;
  - bei Kündigung nach Anzeigenschluss bzw. Schaltbeginn: 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 BIOCOM nicht zu vertreten hat – die für die Ausführung des Auftrags erforderlichen Druckunterlagen, Vorlagen und Produkte/Informationen 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 BIOCOM 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: September 2023

# Sie haben Fragen?

Das BIOCOM-Vermarktungsteam ist für Sie da:



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



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



**Wolfgang Gutowski**  
Tel.: +49-(0)30-264921-35  
w.gutowski@biocom.de