

Media Info **2025**



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 Servicrubriken ergänzt, darunter in allen Ausgaben die Sonderteile LABORWELT und medtech two.

Erscheinung:
quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr

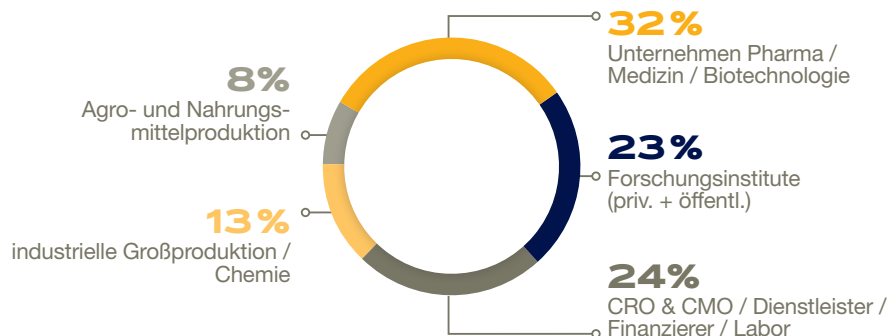
Jahrgang:
31. Jahrgang 2025

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

#1 Magazin

> 50% der Leser sind Entscheidungsträger in Biotech, Chemie und Pharma!

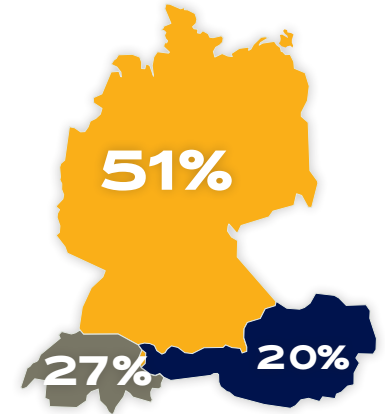
Empfänger nach Branche:



|transkript

Geographische Verbreitung:

| | |
|-------------|------|
| Deutschland | 51 % |
| Schweiz | 27 % |
| Österreich | 20 % |
| Sonstige | 2 % |



Auflage:

| | |
|--|--------|
| Verbreitete Auflage | 10.450 |
| Verkaufte Auflage mit Abos und Mitgliederstücken | 4.400 |
| Freistücke / Messeexemplare | 5.800 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | 250 |

| Heft | Themen | AZ-Schluss | ET |
|----------|--|------------|------------|
| I 25 | JUBILÄUMSHEFT – 30 Jahre transkript Spezial I: HR/Fortbildung/Karriere Spezial II: CDMOs & CROs Regionen-Spezial DACH | 07.02.2025 | 20.02.2025 |
| II 25 | Spezial I: Patentanwälte DACH Spezial II: Healthspan + Longevity Regionen-Spezial DACH | 09.05.2025 | 22.05.2025 |
| III 25 | Spezial I: Immobilien/Techparks Spezial II: Präzisionsfermentation (Food + Fermentation) Regionen-Spezial DACH | 12.09.2025 | 25.09.2025 |
| IV 25 | Spezial I: BioChemie/ Weiße Biotechnologie Spezial II: Finanzen & Beteiligungen Regionen-Spezial DACH | 07.11.2025 | 20.11.2025 |

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 25 | Laborautomation | 07.02.2025 | 20.02.2025 |
| II 25 | Nächste Generation Organs-on-a-Chip und Organoide | 09.05.2025 | 22.05.2025 |
| III 25 | Diagnostik | 12.09.2025 | 25.09.2025 |
| IV 25 | Zellanalyse/Zell- & Gentherapien | 07.11.2025 | 20.11.2025 |

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 25 | Fokus Automatica | 09.05.2025 | 22.05.2025 |
| II 25 | Fokus Medica/Compamed | 12.09.2025 | 25.09.2025 |



Erscheinung:
jährlich
Jahrgang:
38. Jahrgang 2025
Erscheinungstermin:
27.08.2025
Anzeigenschluss:
08.08.2025
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 38. 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 Industrie-verbände
 - Vertrieb über den klassischen Buchhandel vor Ort sowie über die führenden internationalen Online-Kanäle
 - ganzjährige, zielgerichtete Präsenz bei Veranstaltungen physisch/digital



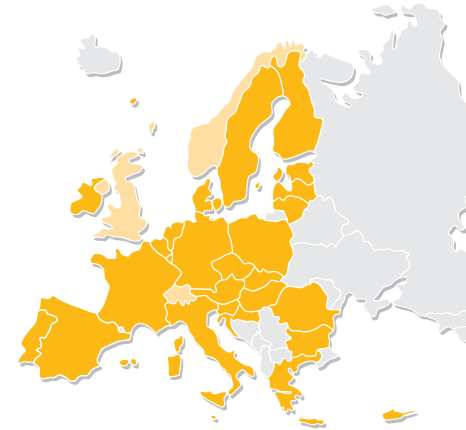


Das European Biotechnology Life Sciences and Industry Magazine berichtet englischsprachig über die wissenschaftliche, politische und wirtschaftliche Entwicklung von Biotechnologie, BioPharma und Bioökonomie in den 27 Ländern der Europäischen Union sowie der Schweiz, Großbritannien und Norwegen. Mit einer Auflage von 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:
24. Jahrgang 2025

Geographische Verbreitung:

| | |
|--|------|
| Westeuropa (GB, IRL, F und BeNeLux) | 24 % |
| Südeuropa (P, E, I, GR, M und CY) | 24 % |
| Mitteleuropa (D, A und CH) | 22 % |
| Nordeuropa (S, FIN, DK und NOR) | 18 % |
| Osteuropa (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET und EST) | 8 % |
| Übriges Ausland (USA, CDN, J und IND) | 4 % |



Auflage:

| | |
|-----------------------------------|--------|
| Verbreitete Auflage | 12.000 |
| Abonnenten/ Mitgliederstücke | 7.150 |
| Freistücke/Messeexemplare | 4.500 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | 350 |

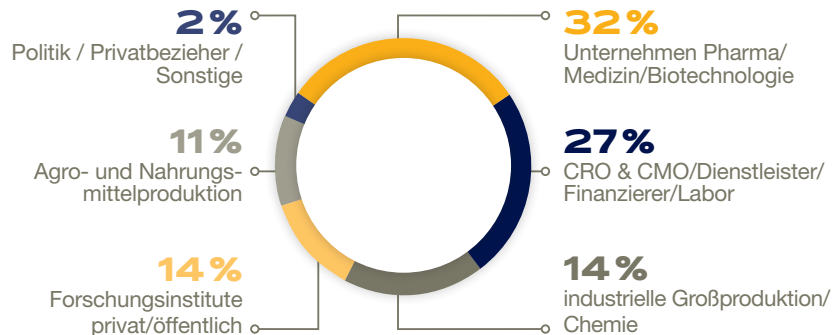
Kooperationspartner / Industrie-Netzwerke:

BIOTECH AUSTRIA, European Biotechnology Network, LISAvienna, Society for Laboratory Automation and Screening SLAS, Young European Biotech Network YEBN

Mediapartner-Events:

BIO-Europe, SLAS Europe, BioFIT, Chemspec, PharmaLab Congress, CPHI, BioSpain, Biotech Austria Summit, etc.

Empfänger nach Branche



| Heft | Themen | AZ-Schluss | ET |
|-------------|---|------------|------------|
| Spring 2025 | Spezial I: Legal, Tax & Accounting | 07.03.2025 | 20.03.2025 |
| | Spezial II: Oligonucleotides & Peptides | | |
| | Lab Section: Technology Integration | | |
| Summer 2025 | Spezial I: Techparks + Manufacturing sites in Europe | 13.06.2025 | 26.06.2025 |
| | Spezial II: Engineering | | |
| | Lab Section: Automating New Modalities | | |
| Autumn 2025 | Spezial I: CDMOs & CROs | 10.10.2025 | 23.10.2025 |
| | Spezial II: ADCs & Beyond | | |
| | Lab Section: Automation and Data Science/AI | | |
| Winter 2025 | Spezial I: Innovate & Educate / Talent Scouting | 28.11.2025 | 11.12.2025 |
| | Spezial II: Drug Delivery Services | | |
| | Lab Section: Quality Control Automation in CDMOs + Pharma | | |

PRINT Biotech & Medtech Guides –



27th 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: 27. Jahrgang
Erscheinung: 27.10.25 (zur BIO-Europe)
Anmeldeschluss: 22.09.25



15th 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: 15. Jahrgang
Erscheinung: 10.03.25 (BIO-Europe Spring)
Anmeldeschluss: 10.02.25

print + digital



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, Health Innovation Network, SPECTARIS, VDMA, Medical Valley EMN e.V., Medical Mountains, microTEC Südwest und IVAM.

Jahrgang: 10. Jahrgang | 2025
Erscheinung: Januar 2025
Anmeldeschluss: 22.11.2024

11. Jahrgang | 2026
 Januar 2026
 24.11.2025

Daten und Fakten für alle Guides:

| | |
|-----------------------------|--|
| Erscheinungsturnus: | jährlich |
| Verbreitete Auflage: | jeweils mehr als 10.000 Exemplare |
| Format: | 190 x 250 mm |
| Sprache: | Englisch |
| Ausstattung: | hochwertig gebunden, vierfarbig gedruckt |
| Sonstiges: | digitale Ausgaben der Guides verfügbar |
| Preise: | siehe Seite 6 |

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 € |
| 4/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil | 10.000 € |
| <hr/> | |
| Stellenanzeigen | |
| 1/1 Seite 4c | 1.200 € |
| 1/2 Seite hoch/quer 4c | 600 € |
| 1/4 Seite hoch/quer 4c | 300 € |
| <hr/> | |
| Einhefter/Einkleber (inkl. Produktion) | |
| 2-Seiter | 4.500 € |
| 4-Seiter | 7.000 € |
| <hr/> | |
| Beilagen | |
| 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 € |
| 1/1 Seite Interview | 2.000 € |
| Zuschlag Sonderplatzierung (z. B. Umschlagseiten) | 500 € |
| Service-Profil (1/2 Seite quer; inkl. Design) | 400 € |

Preise Guides

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

Sonderwerbformen auf Anfrage

transkript.de

WEB



Am Puls der Branche: **transkript.de** ist das tagesaktuelle Nachrichten- und Informationsportal für Biotechnologie und Life Sciences in den deutschsprachigen Ländern Europas. Im Mittelpunkt der 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

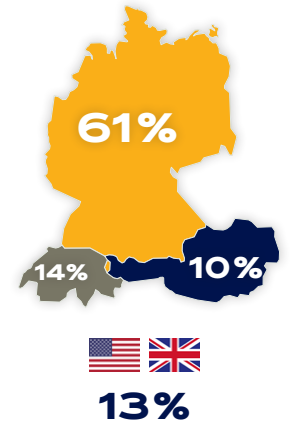
Um schnelle Informationen dreht es sich auch bei **medtech zwo**, der Medizintechnik-Sparte von **transkript.de**. Start-ups, Finanzierungen und die rechtlichen Rahmenbedingungen stehen im Mittelpunkt – ideal für zielgruppengenaue Werbung.

Besucher: p.a. **690.000**

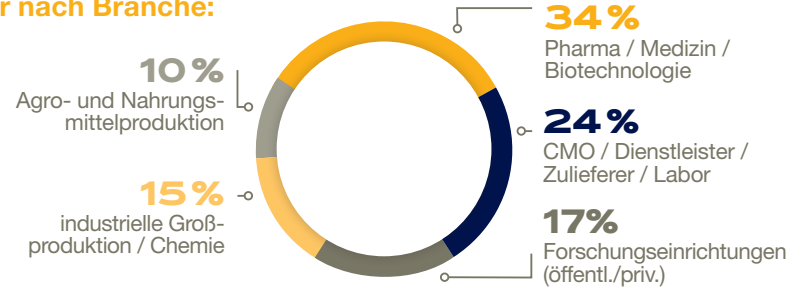
Seitenansichten: p.a. **1.150.000**

Nutzer:
 Deutschland 61 %
 Schweiz 14 %
 USA & UK 13 %
 Österreich 10 %
 Sonstige 2 %

eNewsletter
 Turnus: wöchentlich
 Empfängerzahl (09/2024): 24.750



Nutzer nach Branche:



Newsletterempfänger nach Funktion:

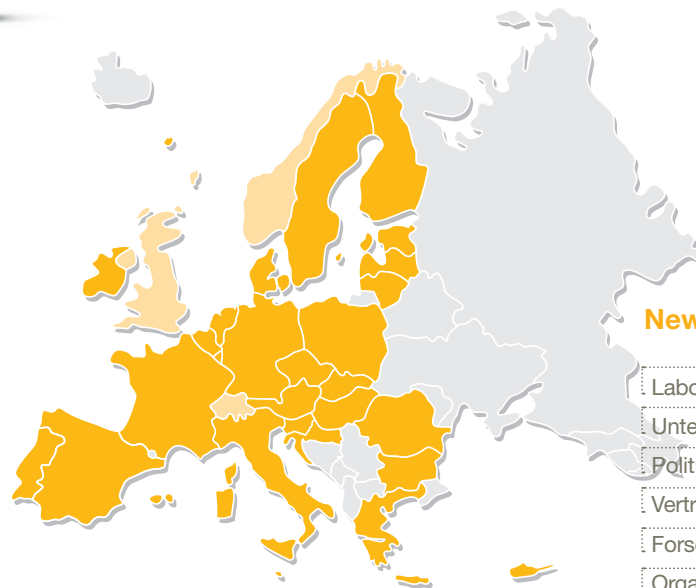
| | |
|--|------|
| Labor- / Bereichs- / Abteilungsleitung | 29 % |
| Unternehmens- / Betriebsleitung | 26 % |
| Politik / Außenhandel / Wirtschaftsförderung | 15 % |
| Forschung / Entwicklung / Lehre | 15 % |
| Vertrieb / Verkauf / Marketing | 10 % |
| Organisation / Verwaltung / Personal | 5 % |

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.



Besucher: p.a. **560.000**

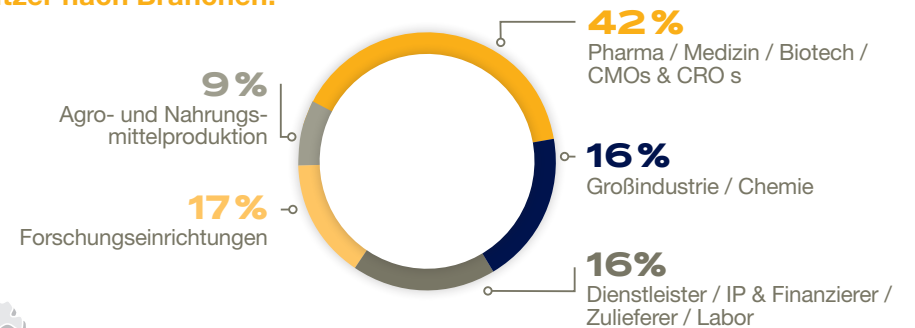
Seitenansichten: p.a. **780.000**

Nutzer:
 Europa 73 %
 Nordamerika 19 %
 Asien 6 %
 Sonstige 2 %



eNewsletter
 Turnus: wöchentlich
 Empfängerzahl (09/2024): 21.980

Nutzer nach Branchen:



Newsletterempfänger nach Funktion:



Preise Webkampagnen / Newsletter

WEB

| | |
|----------------------------|----------------------|
| Billboard | 1.800 € / Woche |
| Sidebar | 1.350 € / Woche |
| Premium Banner | 600 € / Woche |
| Standard Banner | 300 € / Woche |
| Medium Rectangle | 500 € / Woche |
| Newsletter Banner | 300 € / Ausgabe |
| Produkt-Info | 500 € / Woche |
| Video-Anzeige | 500 € / Woche |
| Job-Anzeige | 1.000 € / Monat |
| Advertorial/Sponsored Post | 1.500 € / Monat |
| E-Blast-Kampagne | 7.000 € / Aussendung |

Anzeigenformate Web

| Typ | Format | Position |
|---|--|--|
| Billboard | 970 x 250 Pixel | unter dem Kopfteil der Webseite |
| Sidebar | 600 x 1200 Pixel | 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 |
| Medium Rectangle | 300 x 250 Pixel | rechte Spalte |
| Newsletter Banner | 560 x 72 Pixel | limitierte Plätze im Newsletter |
| Advertorial/ Sponsored Post/ Product Post | Abbildung 960 x 540 Pixel; JPG/ PNG-Datei + Überschrift mit min. 35 und max. 50 Zeichen + Teaser- text mind. 256 Zeichen + Text | Startseite + jeweilige Rubrik- unterseite |
| Video Post | YouTube- oder Vimeo-Link + Abbildung 960 x 540 Pixel; JPG/ PNG-Datei + Überschrift mit min. 35 und max. 50 Zeichen + Teaser- text mind. 256 Zeichen + Text | Startseite + jeweilige Rubrik- unterseite |
| E-Blast | HTML Code | geht an alle Newsletter-Empfänger |

SPECS

Dateiformate für Banner:

bei allen Werbeformen außer Newsletter: GIF, JPG, PNG, HTML

Newsletter-Banner:

GIF, PNG, JPG (max. 100kB)

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)

Technische Kompatibilität:

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

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

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: 09/24).

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

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 Anzeigenschlusstermin schriftlich erfolgen. Es gelten unsere AGB für das Werbegeschäft in Print- und digitalen Medien (Stand: 9/24).

Anzeigenprovision (AE):

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

BIOCOCM Interrelations GmbH

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 BIOCOCM AG (BIOCOCM), 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 BIOCOCM 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 Werbegenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. BIOCOCM 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. Abwicklungsrst

(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. 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.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die BIOCOCM 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 BIOCOCM 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 vorherin 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 gewährleistet im Rahmen der ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben von BIOCOCM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckunterlagenabschluss gemäß MediaInfo bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn bei Online-Werbung), anzuliefern.

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

(5) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzausfälle, die BIOCOCM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beilagenmaterial oder verspätete Rücksendung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Verzugfall. 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 BIOCOCM offen.

8. Ablehnungsbefugnis

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

(2) Insbesondere kann BIOCOCM 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 BIOCOCM erst nach Vorlage eines Musters 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 BIOCOCM im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird BIOCOCM von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, BIOCOCM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt BIOCOCM 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.

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

10. Gewährleistung seitens BIOCOCM

(1) BIOCOCM gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es insbesondere bei digitalen Medien nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechenerausfall 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 zeitgebunden 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 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 nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

(1) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die BIOCOCM nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenerausfalls, 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 BIOCOCM bestehen.

12. Haftung

(1) BIOCOCM haftet unbegrenzt für Schäden nach dem Delikthaftungsgesetz, 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 Leistungshindermisses. Des Weiteren haftet BIOCOCM bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) nach den gesetzlichen Vorschriften, jedoch begrenzt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden.

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

(3) Die Haftung seitens BIOCOCM 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 BIOCOCM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von BIOCOCM mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die jeweils gültigen Preislisten von BIOCOCM 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 BIOCOCM anerkannt ist.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. BIOCOCM 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 BIOCOCM, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsverzögerung auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.

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

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

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

- bei Kündigung 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschlusstermin 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 BIOCOCM nicht zu vertreten hat – die für die Ausführung des Auftrags erforderlichen Druckunterlagen, Vorlagen und Produkte/Informationen zur Schaltung der Druckunterlagen aus 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 BIOCOCM 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 2024

Sie haben Fragen?

Das BIOCOM-Vermarktungsteam ist für Sie da:



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