

Media Info **2021**

Content

Print

transkript	4
transkript / laborwelt / medtech-zwo	6
BioTechnologie Jahrbuch 2021 (Yearbook)	7
European Biotechnology Magazine	8
Biotech & Medtech Guide books	10
Advertisement rates magazines	12
Advertisement rates yearbook	13
Advertisement rates guide books	13

Web

transkript.de / laborwelt / medtech-zwo	14
european-biotechnology.com	16
Advertisement rates web campaigns / newsletters	18
Formats and specs web	19
Formats and specs print	20
General business terms	23



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

Published:
quarterly, 4 issues per year
Volume:
Volume 27, 2021

#1 Magazine

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

Cooperation partners:

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

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I 21	Special: Clusters, Technology Parks, Bio-regions + LABORWELT and medtech zwo	29 Jan. 21	11 Feb. 21
II 21	Special Biomanufacturing + LABORWELT and medtech zwo	1 Apr. 21	15 Apr. 21
III 21	Special Austria + LABORWELT and medtech zwo	13 Aug. 21	26 Aug. 21
IV 21	BIO-Europe + LABORWELT and medtech zwo	22 Oct. 21	4 Nov. 21

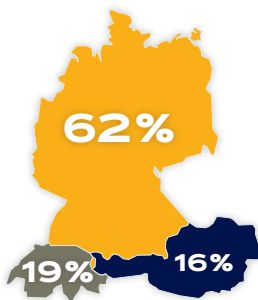
*according to survey by BIO Deutschland e.V. in 2017

Prices see page 12/13

transkript

Geographic coverage:

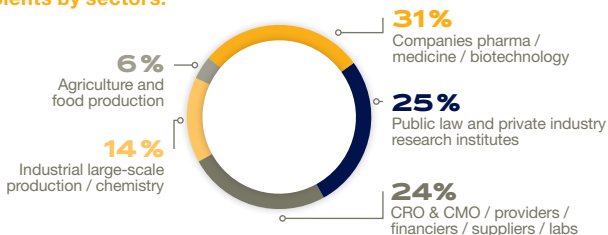
Germany	62 %
Switzerland.	19 %
Austria	16 %
Others	3 %



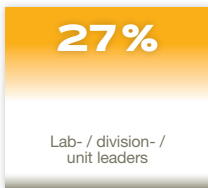
Circulation:

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

Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



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 21	Lab Automation	29 Jan. 21	11 Feb. 21
II 21	Labvolution	1 Apr. 21	15 Apr. 21
III 21	Cell- & Gene Therapies	13 Aug. 21	26 Aug. 21
IV 21	Diagnostics + Medica	22 Oct. 21	4 Nov. 21

The medical technology section in |transkript focuses on the ground-breaking 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 21	AI, Digital Health	29 Jan. 21	11 Feb. 21
II 21	Fokus MedtecLive + T4M, MDR, Wearables	1 Apr. 21	15 Apr. 21
III 21	Financing, start-ups, legal framework	13 Aug. 21	26 Aug. 21
IV 21	Fokus Medica/Compamed, Formnext, SPS; 3D Print, Automation, Digitalisation	22 Oct. 21	4 Nov. 21

BioTechnologie Jahrbuch 2021



Frequency:

annually

Volume:

Volume 34, 2021

Publication date:

15 July 2021

Booking deadline:

25 June 2021

Format:

210 x 275 mm

Print run:

min. 10,000 copies

For more than three decades, the Bio-Technologie Jahrbuch has been the standard work of the biotechnology industry in Germany, Austria and Switzerland. The 34th edition once again offers up-to-date facts and figures on the development of the life sciences industries, biopolitical backgrounds and position 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 trinational yearbook will be given a lot of attention – making it an ideal long-term advertising medium.

Dissemination

- as part of the BIOCOM CARD subscription, the Yearbook is distributed to all |transkript and European Biotechnology Magazine readers and to members of leading industry associations
- Distribution via the classic local book trade 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 20, 2021



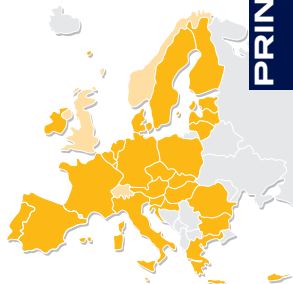
Cooperation partners / Industry networks:

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

Mediapartner events:

BIO-Europe, AMR Conference, BioSpain, Life Science Baltics, BioFIT & MedFIT, Chemspec Europe, CPhI, Analytica, EFIB, PharmaLab Congress, euroPLX series, Swiss Biotech Day, DxPx Conference,ACHEMA, etc.

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
Spring 2021	Bioprocessing Events: Bio-Europe Spring, Swiss Biotech Day	26 Feb. 21	11 Mar. 21
Summer 2021	BioFairs Compass Events:ACHEMA, AMR Conference	14 May 21	27 May 21
Autumn 2021	CRO/CMO Events: CPhI, BIO-Europe, BioSpain, Life Science Baltics	10 Sep. 21	23 Sep. 21
Winter 2021	BioFairs Compass Events: BioFIT & MedFIT	19 Nov. 21	2 Dec.21



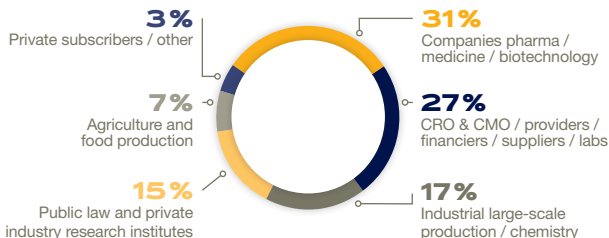
Geographic coverage:

Western Europe (GB, IRL, F and BeNeLux)	23 %
Central Europe (D, A and CH)	21 %
Southern Europe (P, E, I, GR, M and CY)	19 %
Northern Europe (S, FIN, DK and NOR)	16 %
Eastern Europe (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET and EST)	14 %
Other regions (USA, CDN, J and IND)	7 %

Circulation:

Distributed circulation	12.800
Subscriptions and part of memberships	7.820
Complimentary copies	4.630
Other, archive, and author copies	350

Recipients by sectors:



Recipients by position (Top 3):



Biotech & Medtech Guides –



23rd 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. 23, 2021
Publication date: 25 Oct. 2021
Booking deadline: 24 Sep. 2021



11th European Biotechnology Science & Industry Guide

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

Volume: Vol. 11, 2021
Publication date: 22 March 2021
Booking deadline: 19 Febr. 2021

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 6, 2021
 Jan. 2021
 27 Nov. 2020

Volume 7, 2022
 January 2022
 27 Nov. 2021

Facts and figures for all guides

Frequency:	yearly
Print run	12,000 – 15,000 copies each
Formate:	190 x 250 mm
Language:	English
Production:	high-quality bound, four-colour printed
Features:	digital editions via BIOCUM App
Entry fee:	see page 13

Advertisement rates Magazine

1/1 page (4c)	3,000 €
1/2 page vertical / horizontal (4c)	1,800 €
1/3 page vertical / horizontal (4c)	1,400 €
1/4 page vertical / horizontal (4c)	1,200 €
Surcharge for special placements (e.g. cover pages)	500 €
Product information (1/3 page)	350 €

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, landscape, incl. design)	400 €

Entry fees Guides

Entry fee for a 2/1 page company profile

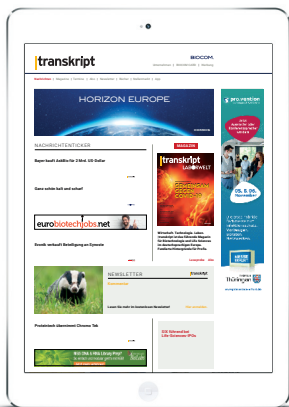
Guide to German Biotech Companies	1,480 €
European Biotechnology Science & Industry Guide	1,280 €
Guide to German Medtech Companies	1,860 €

Discounts for multiple orders on request.

|transkript

transkript.de

WEB



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.

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

transkript.de/medtech-zwo

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.

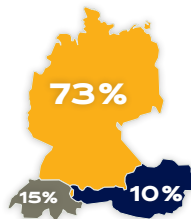
transkript

Visits: monthly **65,374**

Page impressions: . . . monthly **104,229**

Users:

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



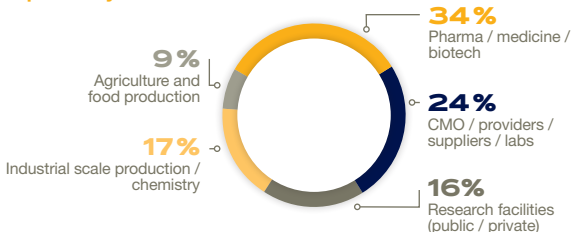
WEB

eNewsletter

Frequency: weekly

Subscribers: 24,880

Recipients by sector:



Recipients by function:

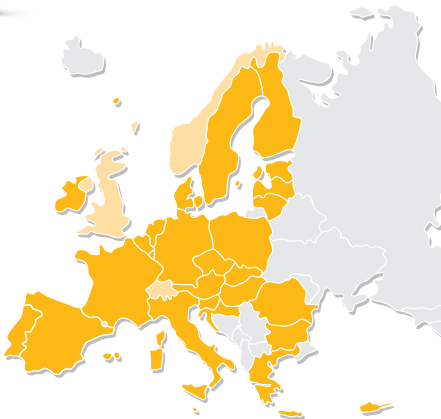
Laboratory- / division- / department management	28 %
Corporate / operations management	27 %
Politics / foreign trade / economic development	16 %
R&D / education	14 %
Distribution / sales / marketing	10 %
Organisation / administration / personnel	5 %

european-biotechnology.com

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 dates and a job market create the perfect environment for target group-specific online advertising in the large European life sciences market.



Visits: monthly **33,070**

Page impressions: monthly **49,170**

Users:

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

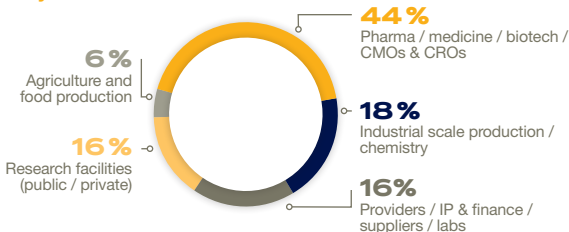


WEB

eNewsletter

Frequency:	weekly
Subscribers:	20,810

Recipients by sector:



Recipients by function:

Laboratory- / division- / department management	24 %
Corporate / operations management	22 %
Politics / foreign trade / economic development	20 %
Distribution / sales / marketing	16 %
R&D / education	14 %
Organisation / administration / personnel	4 %

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**

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	right-hand placement
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 / Newsflite	Expandable Banner, Flash Layer, Press Releases etc. on request	

Data formats Web Banner:

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

Newsletter Banner:

GIF, JPEG required (max. 100kB)

Sitebar Banner:

As GIF, JPEG, HTML5, Streaming, SWF. 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:

The use of ClickTags is an option in flash-banners. Please remember with flash-banners that you must also deliver an alternative graphic

(GIF/JPEG) as well as a destination URL. Links within Flash-files must be defined by an "absolute URL" ("http://www.domain.de/path/file"). Please test your Flash-file before sending it to BIOCOT AG

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

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

Sound/music:

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

Data delivery:

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

Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of October 2020.)

Reporting:

Optional reporting of your online campaign is available.

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 7 days before the advertising deadline. Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of October 2019).

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

All for one, one for all!

Subscribers to the BIOCOM CARD receive all magazines and books both printed and sent by post as well as electronically as ePaper – either for the German-speaking countries including |transkript and BioTechnologie Jahrbuch or as a European Card with the English language titles only. This is the exclusive target group for your advertising.



biocom.de/card

BIOCOM®



The shortage of skilled labour is a serious obstacle to growth for businesses in many European countries. At the same time, in many places well-qualified people are looking for a job – they might even want to work in another European country. Unfortunately, the labour markets in Europe are very diverse. How do I find a new job or a new employee? Now, there is an easy solution: **eurobiotechjobs.net**, the new, Europe-wide job market for biotechnology and the life sciences. Presented by the European Biotechnology Network.

BIOCOM customers book job advertisements at **eurobiotechjobs.com** for very attractive prices. Please call: +49-(0)30-264921-49

eurobiotechjobs.net

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 Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste der BIOCOM AG (BIOCOM), die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen oder anderer Werbemittel-Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

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

- Standard-Formatanzeigen in Print- und digitalen Medien;
- Pop-ups und Exklusivpräsenzen in Printmedien (Teletext, Sponsoring, Bild- und Text-Promotion, exklusive Platzierungen, Bandereile, Einheiten, Beileger, Lesenzeichen, Jahresplaner etc.);
- Ad Specials und Exklusivpräsenzen in digitalen Medien (Banner, Links, Single-E-Mail-Shots etc.);
- alle sonstigen 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 Werbegutachten Aufträge betreffen, ist der Vertrag im Zweifel mit der Werbegutachterin zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbeträger der Auftraggeber werden, muss er von der Werbegutachterin namentlich benannt werden. BIOCOM ist berechtigt, von den Werbegutachtern einen Mandatsnachweis zu verlangen.

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

4. Abwicklungsrfrist

(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. Auftragsübertragung

(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 erschriftlicher, ihren Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass der BIOCOM zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber, der nach 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 Schlussraster (Druckeranlasschluss 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 markierung@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 Vorlages zur Aufbewahrung des Werbemittels über drei Monate nach seiner letztgültigen 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 Umsatzaufschlag, die BIOCOM etwa durch verspätete Einreichung von Druck- bzw. Belagmaterial oder verspätete Rückmeldung 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 geringer Nachkosten bzw. Umsatzaufschlags seitens BIOCOM offen.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) BIOCOM behält sich vor, Werbeaufträge – aus einzelnen Abbrüchen im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn:

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom deutschen Werbemarkt abgelehnt wird 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) Belagenaufträge in Printmedien sind für BIOCOM erst nach Vorlage eines Masters 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 Werbeauftrags von dem Anspruchsrecht der BIOCOM auf die Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird BIOCOM von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, BIOCOM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber ist für die Durchführung des Auftrags zur 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 räumlich unbefristet, im vollen Umfang für BIOCOM notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen drittel 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 Fehlen vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

(2) Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung des Werbemittels 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 Rechneerausfall 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

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.

(3) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzverteilung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzverteilung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückzahlung des Auftrags. (3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlen 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 Rechneerausfalls, höherer Gewalt, Streik, auf Grund 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 zumutbar Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch seitens BIOCOM bestehen.

12. Haftung

(1) BIOCOM haftet unbegrenzt für Schäden aus dem Produktdefizitgesetz, für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit und darüber hinaus für sonstige Schäden bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, im Falle anfänglicher Unmöglichkeit bei Kenntnis und grob fahrlässiger Kenntnis 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, haftet der Auftraggeber 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. Preisänderungen der BIOCOM bestellte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von BIOCOM 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 von BIOCOM bestellte Aufträge bei BIOCOM widerrufen 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 Werbeträgern 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 Retention des Auftragspreises hat der Auftraggeber nur berechtigt, wenn sein Gegenseitigkeitsanspruch festgestellt, unbestritten oder von BIOCOM anerkannt ist.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einzelstückkosten berechnet. BIOCOM kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. (2) Obektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen BIOCOM, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Ausmaß der weiteren Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeiträge 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 BIOCOM nicht zu vertreten hat – einen Werbeauftrag, kann BIOCOM folgende Vergütungen verlangen:

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

Bei Kündigung von rabattierten Werbeaufträgen gilt als Auftragspreis im Sinne der vorstehenden Regelung der Listenpreis. (3) Reicht der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCOM nicht zu vertreten hat – die für die Ausführung des Auftrags erforderlichen Druckunterlagen, Vorlagen und Produktinformationen nach Druckunterbrechungsschluss ein und kann der Auftraggeber 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 das Berlin Gerichtsbereich für alle Ansprüche im Zusammenhang mit dem Auftrag.

(4) Es gilt ausschließlich deutsches Recht. Das UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen, auch wenn aus dem Ausland bestellt wird. Stand: Oktober 2019

Any Questions?

The BIOCOM marketing 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



Marco Fegers

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