

# Media Info **2025**



# Inhalt

## Print

transkript . . . . .	4
Laborwelt / medtech zwo . . . . .	6
BioTechnologie Kursbuch 2025 . . . . .	7
European Biotechnology Magazine . . . . .	8
Biotech & Medtech Guides . . . . .	10
Preise Magazine . . . . .	12
Preise Kursbuch . . . . .	13
Preise Guides . . . . .	13

## Web

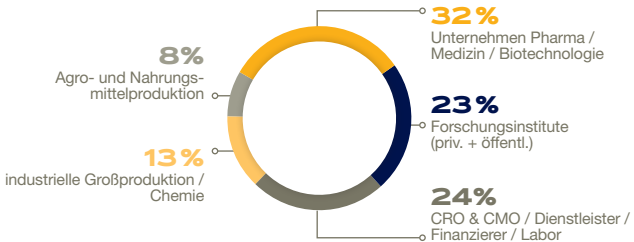
transkript.de / laborwelt.de / medtech-zwo.de . . . . .	14
europa-biotechnology.com . . . . .	16
Preise Webkampagnen / Newsletter . . . . .	18
Anzeigenformate Web . . . . .	19
Anzeigenformate Print . . . . .	20
AGBs . . . . .	23



## #1 Magazin

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

### Empfänger nach Branche:



## |transkript

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 Servicerubriken ergänzt, darunter in allen Ausgaben die Sonderteile LABORWELT und medtech zwei.

**Erscheinung:**  
 quartalsweise, 4 Ausgaben pro Jahr

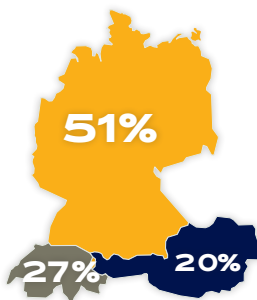
**Jahrgang:**  
 31. Jahrgang 2025

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

# 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

## BioTechnologie Kursbuch 2025



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.

### Erscheinung:

jährlich

### Jahrgang:

38. Jahrgang 2025

### Erscheinungstermin:

27.08.2025

### Anzeigenschluss:

08.08.2025

### Format:

190 x 250 mm

### Verbreitete Auflage:

8.000 Exemplare

### 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 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

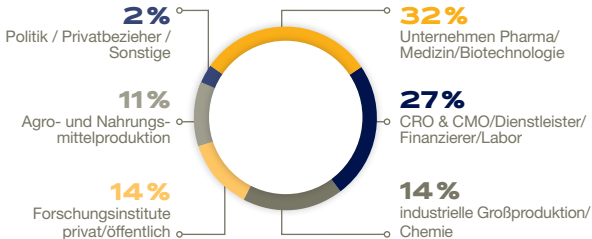
**Kooperationspartner / Industrie-Netzwerke:**

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

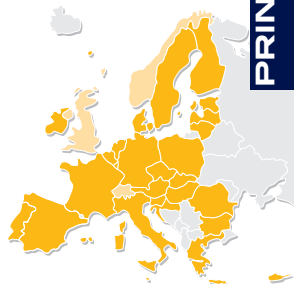
**Mediapartner-Events:**

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

**Empfänger nach Branche**







### 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

Heft	Themen	AZ-Schluss	ET
<b>Spring 2025</b>	Spezial I: Legal, Tax & Accounting	07.03.2025	20.03.2025
	Spezial II: Oligonucleotides & Peptides		
	Lab Section: Technology Integration		
<b>Summer 2025</b>	Spezial I: Techparks + Manufacturing sites in Europe	13.06.2025	26.06.2025
	Spezial II: Engineering		
	Lab Section: Automating New Modalities		
<b>Autumn 2025</b>	Spezial I: CDMOs & CROs	10.10.2025	23.10.2025
	Spezial II: ADCs & Beyond		
	Lab Section: Automation and Data Science/AI		
<b>Winter 2025</b>	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



## 27<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:** 27. Jahrgang  
**Erscheinung:** 27.10.25 (zur BIO-Europe)  
**Anmeldeschluss:** 22.09.25



## 15<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:** 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:**  
**Erscheinung:**  
**Anmeldeschluss:**

**10. Jahrgang | 2025**    **11. Jahrgang | 2026**  
**Januar 2025**            **Januar 2026**  
**22.11.2024**            **24.11.2025**

### 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 €

1/1 Seite Advertorial/Firmenprofil	3.400 €
2/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	5.000 €
4/1 Seiten Advertorial/Firmenprofil	10.000 €

### Stellenanzeigen

1/1 Seite 4c	1.200 €
1/2 Seite hoch/quer 4c	600 €
1/4 Seite hoch/quer 4c	300 €

### Einhefter/Einkleber (inkl. Produktion)

2-Seiter	4.500 €
4-Seiter	7.000 €

### Beilagen

bis 25 g	2.300 €
bis 50 g	3.500 €

## Preise **Kursbuch**

**PRINT**

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

## Preise **Guides**

### **Teilnahmepreise 2-Seiter Firmenprofil**

Guide to German Biotech Companies	<b>1.480 €</b>
European Biotechnology Science & Industry Guide	<b>1.280 €</b>
Guide to German Medtech Companies	<b>1.860 €</b>

### **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.

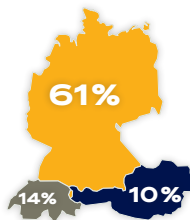
# transkript

**Besucher:** . . . . . p.a. **690.000**

**Seitenansichten:** . . . . . p.a. **1.150.000**

## Nutzer:

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



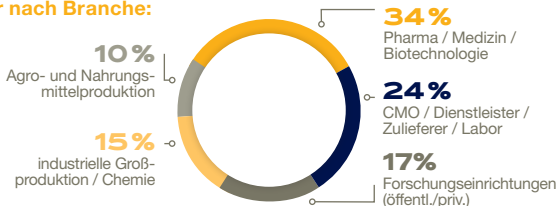
WEB

## eNewsletter

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



## Nutzer nach Branche:



## Newsletterempfänger nach Funktion:

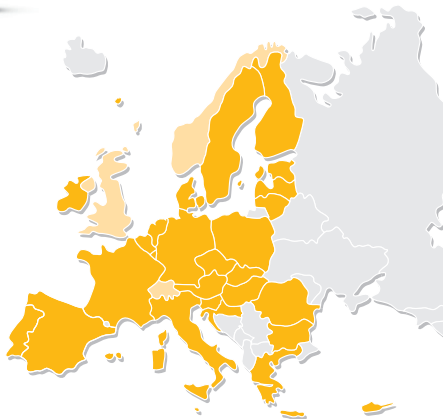
Labor- / Bereichs- / Abteilungsleitung	29 %
Unternehmens- / Betriebsleitung	26 %
Politik / Außenhandel / Wirtschaftsförderung	15 %
Forschung / Entwicklung / Lehre	15 %
Vertrieb / Verkauf / Marketing	10 %
Organisation / Verwaltung / Personal	5 %

## 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 %

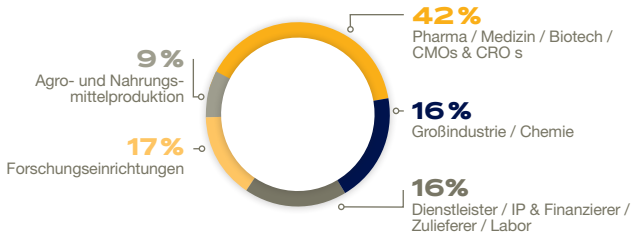


**WEB**

**eNewsletter**

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

**Nutzer nach Branchen:**



**Newsletterempfänger nach Funktion:**

Labor- / Bereichs- / Abteilungsleitung	22 %
Unternehmens- / Betriebsleitung	22 %
Politik / Außenhandel / Wirtschaftsförderung	20 %
Vertrieb / Verkauf / Marketing	18 %
Forschung / Entwicklung / Lehre	14 %
Organisation / Verwaltung / Personal	4 %

## 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	<b>Abbildung</b> 960 x 540 Pixel; JPG/ PNG-Datei + <b>Überschrift</b> mit min. 35 und max. 50 Zeichen + <b>Teasertext</b> mind. 256 Zeichen + <b>Text</b>	Startseite + jeweilige Rubrikunterseite
Video Post	<b>YouTube- oder Vimeo-Link</b> + <b>Abbildung</b> 960 x 540 Pixel; JPG/ PNG-Datei + <b>Überschrift</b> mit min. 35 und max. 50 Zeichen + <b>Teasertext</b> mind. 256 Zeichen + <b>Text</b>	Startseite + jeweilige Rubrikunterseite
E-Blast	HTML Code	geht an alle Newsletter-Empfänger

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

**Anzeigenprovision (AE):** Anzeigenagenturen wird eine AE-Provison 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.

# Alle für eine, eine für alles!

Die Abonnenten der BIOCOM CARD erhalten alle Magazine und Bücher sowohl gedruckt per Post als auch elektronisch als ePaper – entweder für die D/A/CH-Region einschließlich |transkript und BioTechnologie Jahrbuch oder als Europa-Ausgabe nur mit den englischsprachigen Titeln. Das ist die exklusive Zielgruppe für Ihre Anzeigenwerbung.



[biocom.de/card](https://biocom.de/card)

**BIOCOM**®

**New job? Need help hunting?**



stock.adobe.com/arnette\_shaff

**eurobiotechjobs.net**

# BIOCOM 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 BIOCOM AG (BIOCOM), die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen 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) Der Auftrag umfasst sowohl gedruckte als auch elektronische Ausgaben.

### 2. Werbemittel

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

- Standard-Fortsetzungen in Print- und digitalen Medien;
- AdSpecials und Exklusivpräsenzen in Printmedien (Teibild-, Sponsoring, Bild- und Text-Promotion, exklusive Platzierungen, Bandere, Einheiter, Beleger, Leseseiten, Jahrespianer etc.);
- Ad Specials und Exklusivpräsenzen in digitalen Medien (Banner, Links, Single-Events etc.);
- jegliche sonstige Werbeformen der BIOCOM AG.

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutliche Kennung gemacht.

### 3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. (2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbeträger Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. BIOCOM ist berechtigt, von den Werbeagenturen Marktübersichten zu verlangen. (3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbeträger 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. Auftragsverlängerung

(1) Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in der in Ziffer 4 genannten Frist unter Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

### 6. Nachlasserstattung

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

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwendig Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entwachsenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

### 7. Anlieferung von Werbemitteln

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben von BIOCOM entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, spätestens jedoch zum offiziellen Schlusstermin (Druckeruntergrenze) gemäß MediaInfo bzw. spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn bei Online-Werbung, anzuliefern.

(2) Die Druckerunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCOM oder per E-Mail an marken@biocom.de anzuliefern. Die Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCOM kein 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 Vertrags zur Aufbewahrung der Werbemittel erstreckt drei Monate nach seiner letztgültigen Verabreichung.

(4) Kosten bei BIOCOM für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

(5) Für durch Druckverschleibung verursachte Kosten und Umsatzaufschlag, die BIOCOM etwa durch verspätete Einreichung von Druck- bzw. Belegmaterial oder verspätete Rückmeldung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Vorzugsfall. Der Auftraggeber haftet auch bei fehlender Druckgenehmigung oder unbegründeter einseitiger Verfüllung, es sei denn, er weist ein fehlendes Verschulden nach. Der Auftraggeber steht der Nachweis keiner oder geringerer Kosten bzw. Umsatzaufschlags seitens BIOCOM offen.

### 8. Ablehnungsbefugnis

(1) BIOCOM behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren,

• deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder

• deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdewerfahren 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 sind. (3) Belagenaufträge in Printmedien sind für BIOCOM erst nach Vorlage eines Masters der Belage und deren Beringung bindend. Belagen, 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 Risiko der Haftung frei, die wegen der 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) In dem Maße, in dem die Durchführung des Auftrags die Nutzung der Werbemittel in Print- und digitalen Medien aller Art erforderlichen unerberechtigten Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich unbegrenzt, für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang, Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen offenkundig 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 Felhen vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung des Werbemittels liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

• durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsform und/oder Hardware (z.B. Browser) oder

• durch Störungen der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder

• durch Hochauflösung aufgrund Systemveränderungen

• durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder

• durch einen Austausch 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 Austausch 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 Ersatzminderung oder eine einwandfreie Ersetzung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagern und Unzumutbarkeit der Ersetzung, wenn der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückzahlung des Antrags (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 Rechtsausfalls, 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 zumutbare Zeit nach Bestätigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch seitens BIOCOM bestehen.

### 12. Haftung

(1) BIOCOM haftet unbegrenzt für Schäden aus dem Bereich der Produktqualität, die sich aus der Verletzung von Körper, Leben, Körper und 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 (Kernpflichten) nach dem 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, Vertretener 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. 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 den Preisänderung ausübt werden. (2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den 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 Leistungshinderung nach § 368 des BGB der Auftraggeber nur berechtigt, wenn sein Gegenseitig rechtskräftig festgestellt, unbeschränkt oder von BIOCOM anerkannt ist.

### 15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einzelkosten 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 die Erstellung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.

### 16. Kündigung, verspätete Einreichung von Druckerunterlagen und Vorlagen, etc.

(1) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. (2) Kündigt der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCOM nicht zu vertreten hat – einen Werbeauftrag, kann BIOCOM folgende Vergütungen verlangen:

- bei Kündigung 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschluss 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 Druckerunterlagen, Vorlagen und Produktinformationen nach Druckeruntergrenze 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 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