

# Media Info **2025**



The quarterly magazine |transkript has been successfully covering the life sciences in German-speaking Europe for 31 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.

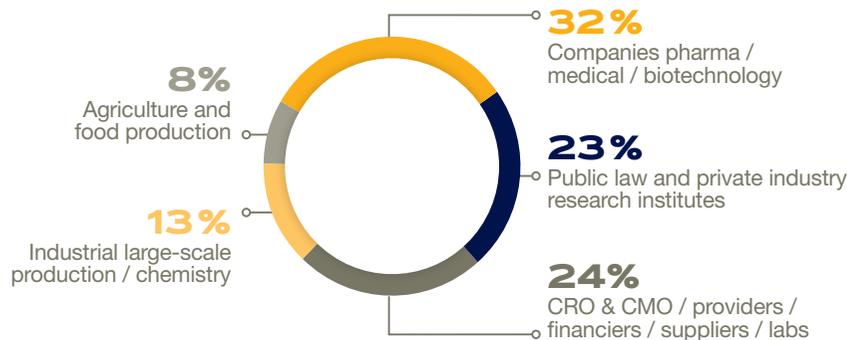
**Published:**  
quarterly, 4 issues per year  
**Volume:**  
Volume 31, 2025

## #1 Magazine

> 50% of our readers are decision makers in biotech, chemistry, and pharma!

**Cooperation partners:**  
BIOTECH AUSTRIA, Deutsche Gesellschaft für Proteomforschung (DGPF), btS Life Sciences Studierendendeninitiative e. V.

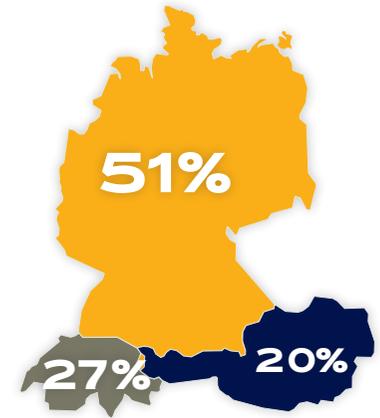
### Recipients by sectors:



## |transkript

### Geographic coverage:

Germany . . . . .	51 %
Switzerland. . . . .	27 %
Austria . . . . .	20 %
Others . . . . .	2 %



### Circulation:

Distributed circulation . . . . .	10,450
Copies sold (subscriptions and part of membership package) . . . . .	4,400
Complimentary copies (for trade shows, fairs, etc.) . . . . .	5,800
Other, archive, and author copies . . . . .	250

Issue	Topics and Events	Booking	Publication
I   25	<b>JUBILÉE EDITION – 30 Years  transkript</b>	7 Feb. 25	20 Feb. 25
	Special I: HR/Education/Career Special II: CDMOs & CROs Region-Special DACH		
II   25	Special I: Patent attorneys DACH Special II: Healthspan + Longevity Region-Special DACH	9 May 25	22 May 25
	Special I: Real Estate/Techparks Special II: Precision fermentation (Food + Fermentation) Region-Special DACH		
III   25	Special I: BioChemistry/ White Biotechnology Special II: Finances & Investments Region-Special DACH	7 Nov. 25	20 Nov. 25
	Special I: Real Estate/Techparks Special II: Precision fermentation (Food + Fermentation) Region-Special DACH		

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   25	Lab Automation	7 Feb. 25	20 Feb. 25
II   25	Next generation organs-on-a-chip and organoids	9 May 25	22 May 25
III   25	Diagnostics	12 Sep. 25	25 Sep. 25
IV   25	Cell analysis/Cell & gene therapies	7 Nov. 25	20 Nov. 25

The medical technology section in |transkript focuses on the groundbreaking innovations that are helping the medtech industry in Germany, Austria and Switzerland to achieve its current dynamic. 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   25	Fokus Automatica	9 May 25	22 May 25
II   25	Fokus Medica/Compamed	12 Sep. 25	25 Sep. 25



**Frequency:** yearly  
**Volume:** Volume 38, 2025  
**Publication date:** 27 Aug. 2025  
**Booking deadline:** 08 Aug. 2025  
**Format:** 190 x 250 mm  
**Distributed circulation:** 8,000 copies

For more than three decades, the Bio-Technologie Kursbuch has been the standard work of the biotechnology industry in Germany, Austria and Switzerland. The 38<sup>th</sup> edition once again offers up-to-date facts and figures on the development of the life sciences industries, biopolitical backgrounds and statements, reports on global challenges and technological breakthroughs, interviews, commentaries and much more. But the young classic offers more than just reading material: for at least 12 months, the trinational yearbook will be given a lot of attention – making it an ideal long-term advertising medium.

**Distribution**

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



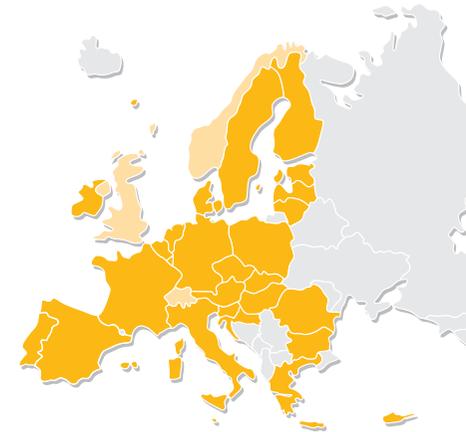


For two decades now, the European Biotechnology Life Sciences and Industry Magazine has been covering the scientific, political and economic development of the biotech, BioPharma and bioeconomy sectors in the 27 countries of the European Union as well as in Switzerland, Great Britain and Norway. With about 12,000 copies in circulation, 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 24, 2025

**Geographic coverage:**

- Western Europe (GB, IRL, F and BeNeLux) 24 %
- Southern Europe (P, E, I, GR, M and CY) 24 %
- Central Europe (D, A and CH) . . . . . 22 %
- Northern Europe (S, FIN, DK and NOR) 18 %
- Eastern Europe (PL, CZ, SK, HR, HUN, SLO, LIT, LET and EST) . . . . . 8 %
- Other regions (USA, CDN, J and IND) . 4 %



**Circulation:**

- Distributed circulation . . . . . 12,000
- Subscriptions and part of memberships 7,150
- Complimentary copies. . . . . 4,500
- Other, archive, and author copies . . . 350

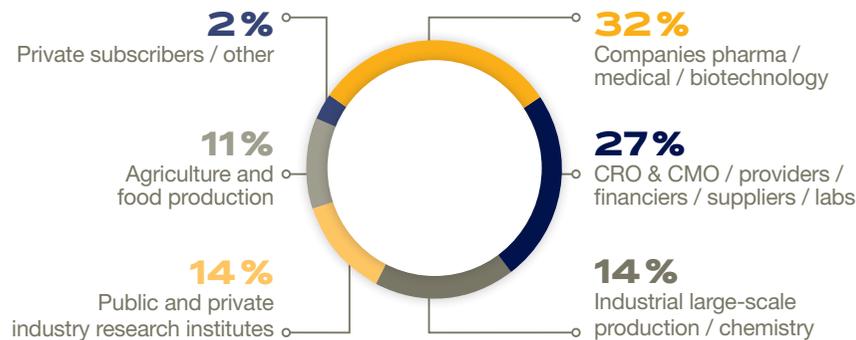
**Cooperation partners / Industry networks:**

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.

**Recipients by sectors:**



Issue	Topics and Events	Booking	Publication
<b>Spring 2025</b>	Special I: Legal, Tax & Accounting	7 Mar. 25	20 Mar. 25
	Special II: Oligonucleotides & Peptides		
	Lab Section: Technology Integration		
<b>Summer 2025</b>	Special I: Techparks + Manufacturing sites in Europe	13 Jun. 25	26 Jun. 25
	Special II: Engineering		
	Lab Section: Automating New Modalities		
<b>Autumn 2025</b>	Special I: CDMOs & CROs	10 Oct. 25	23 Oct. 25
	Special II: ADCs & Beyond		
	Lab Section: Automation and Data Science/AI		
<b>Winter 2025</b>	Special I: Innovate & Educate / Talent Scouting	28 Nov. 25	11 Dec. 25
	Special 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**

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 the European Biotechnology Network as well as at international and national events.

**Volume:** Vol. 27, 2025  
**Publication date:** 27 Oct. 2025  
**Booking deadline:** 22 Sept. 2025



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

This successful presentation of European companies and institutions will be presented at the BIO-Europe Spring Partnering Conference in March. In addition, it will be distributed and displayed at numerous international life sciences and pharmaceutical conferences – both in printed publication and simultaneously as a digital version for all online events.

**Volume:** Vol. 15, 2025  
**Publication date:** 10 March 2025  
**Booking deadline:** 10 Febr. 2025

print + digital



**Guide to German Medtech Companies**

This book in English with profiles of medical technology companies and suppliers covers the entire value chain of medical technology products and healthcare services. It is distributed globally and year-round at around 20 international events, congresses and trade fairs in the healthcare industry and supplier industry. In addition, the cooperation partners introduce themselves – among others Germany Trade & Invest, Health Innovation Network, SPECTARIS, VDMA, Medical Valley EMN e. V., Medical Mountains, microTEC Südwest und IVAM.

**Volume:** Volume 10, 2025      Volume 11, 2026  
**Publication date:** Jan. 2025      Jan. 2026  
**Booking deadline:** 22 Nov. 2024      24 Nov. 2025

**Facts and figures for all guides**

<b>Frequency:</b>	yearly
<b>Distributed circulation:</b>	more than 10,000 copies each
<b>Format:</b>	190 x 250 mm
<b>Language:</b>	English
<b>Production:</b>	high-quality bound, four-colour printed
<b>Features:</b>	digital editions of the guides
<b>Entry fee:</b>	see page 6

**PRINT** Advertisement rates **Magazines**

1/1 page (4c)	<b>3,400 €</b>
1/2 page vertical / horizontal (4c)	<b>2,000 €</b>
1/3 page vertical / horizontal (4c)	<b>1,500 €</b>
1/4 page vertical / horizontal (4c)	<b>1,300 €</b>
Surcharge for special placements (e.g. cover pages)	<b>500 €</b>
Product information (1/3 page)	<b>400 €</b>
<hr/>	
1/1 page advertorial / company profile	<b>3,400 €</b>
2/1 page advertorial / company profile	<b>5,000 €</b>
4/1 page advertorial / company profile	<b>10,000 €</b>
<hr/>	
<b>Job offers</b>	
1/1 page 4c	<b>1,200 €</b>
1/2 page vertical / horizontal 4c	<b>600 €</b>
1/4 page vertical / horizontal 4c	<b>300 €</b>
<hr/>	
<b>Inserts (incl. production)</b>	
2 pages	<b>4,500 €</b>
4 pages	<b>7,000 €</b>
<hr/>	
<b>Supplements</b>	
up to 25 g	<b>2,300 €</b>
up to 50 g	<b>3,500 €</b>

Advertisement rates **Kursbuch**

1/1 page (4c)	<b>3,400 €</b>
1/2 page vertical / horizontal (4c)	<b>2,000 €</b>
1/3 page vertical / horizontal (4c)	<b>1,500 €</b>
1/1 page advertorial / guest contribution	<b>3,400 €</b>
2/1 page advertorial / guest contribution	<b>5,000 €</b>
1/1 page interview	<b>2,000 €</b>
Surcharge for special placements (e.g. cover pages)	<b>500 €</b>
Service-profile (1/2 page 4c, horizontal, incl. design)	<b>400 €</b>

Entry fees **Guides**

<b>Entry fee for a 2/1 page company profile</b>	
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>

**Special forms of advertising on request.**

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

medtech-zwo.de

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

Visits: . . . . . per year **690,000**

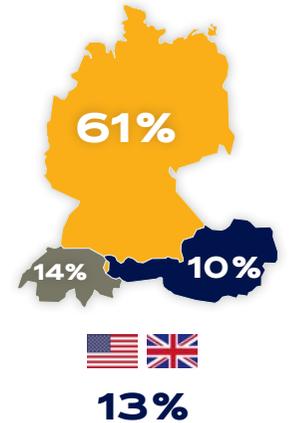
Page impressions: . . . per year **1,150,100**

Users:

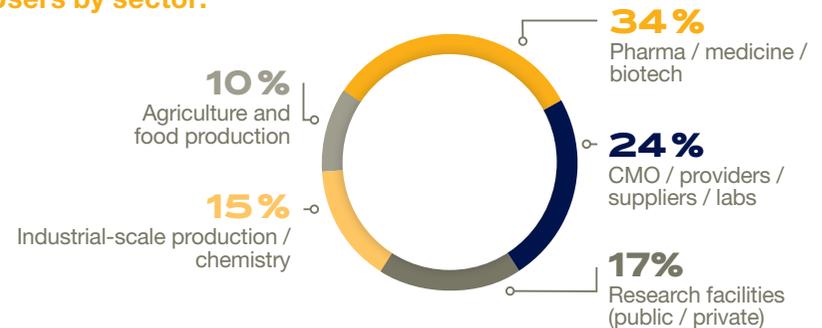
Germany . . . . .	61 %
Switzerland. . . . .	14 %
USA & UK . . . . .	13 %
Austria . . . . .	10 %
Others . . . . .	2 %

eNewsletter

Frequency: . . . . .	weekly
Subscribers (as of 09/2024): . . . .	24,750



Users by sector:



Newsletter recipients by function:

Laboratory- / division- / department management	29 %
Corporate / operations management	26 %
Politics / foreign trade / public funding	15 %
R&D / education	15 %
Distribution / sales / marketing	10 %
Organisation / administration / HR	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 a calendar of events and a job market create the perfect environment for target group-specific online advertising in the large European life sciences market.

**Visits:** . . . . . per year **560,000**

**Page impressions:** . . . . . per year **780,000**

**Users:**

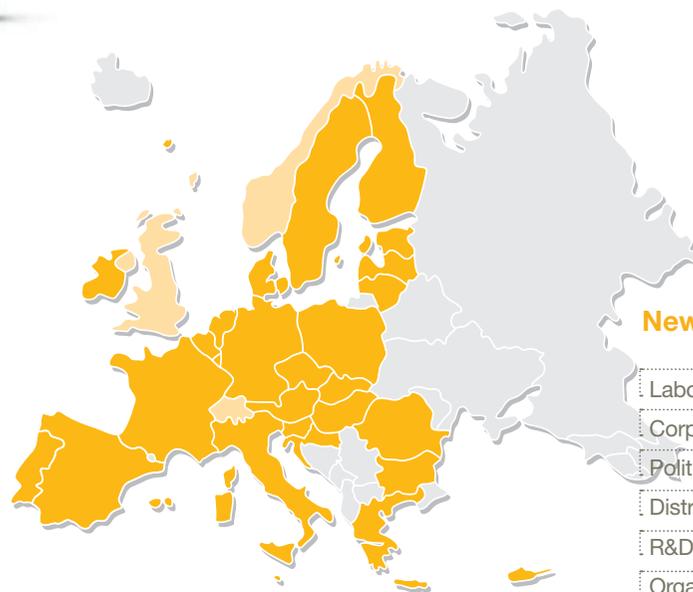
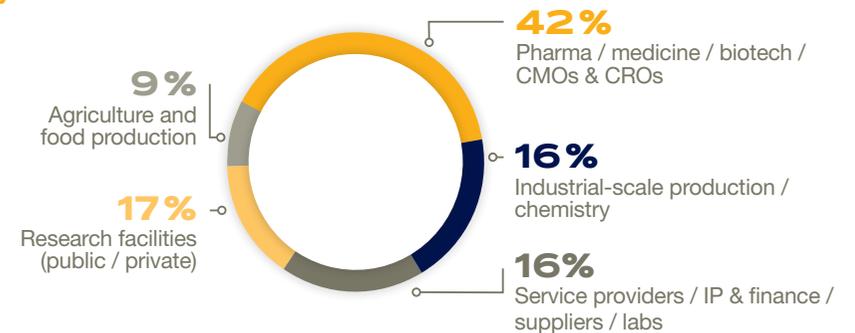
Europe . . . . .	73 %
Northern America . . . . .	19 %
Asia. . . . .	6 %
Others . . . . .	2 %



**eNewsletter**

Frequency: . . . . .	weekly
Subscribers (as of 09/2024): . . .	21,980

**Users by sector:**



**Newsletter recipients by function:**

Laboratory- / division- / department management	22 %
Corporate / operations management	22 %
Politics / foreign trade / economic development	20 %
Distribution / sales / marketing	18 %
R&D / education	14 %
Organisation / administration / human resources	4 %

## Advertisement rates

### Web campaigns / Newsletter

WEB

Billboard	1,800 € / week
Sidebar	1,350 € / week
Premium Banner	600 € / week
Standard Banner	300 € / week
Medium Rectangle	500 € / week
Newsletter Banner	300 € / newsletter issue
Product Post	500 € / week
Video Ad	500 € / week
Job Advert	1,000 € / month
Advertorial/Sponsored Post	1,500 € / month
E-Blast Campaign	7,000 € / campaign

## Advertisement specs **Web**

Typ	Format	Position
Billboard	970 x 250 pixels	below the website header
Sidebar	600 x 1200 pixels	sliding right-hand, not visible at mobile devices
Premium Banner	560 x 72 pixels	homepage within the news section
Standard Banner	560 x 72 pixels	homepage in rotation with other banners
Medium Rectangle	300 x 250 pixels	right-hand placement
Newsletter Banner	560 x 72 pixels	limited slots in the newsletter
Advertorial/ Sponsored Post/ Product Post	<b>Image</b> 960 x 540 pixels; JPG/PNG-file + <b>Headline</b> wiht min. 35 and max. 50 characters + <b>Teaser Text</b> min. 256 characters + <b>Text</b>	Homepage right-hand + in the advertorial / product section subsite
Video Post	<b>YouTube- or Vimeo-Link</b> + <b>Image</b> 960 x 540 pixels; JPG/PNG-file + <b>Headline</b> wiht min. 35 and max. 50 characters + <b>Teaser Text</b> min. 256 characters + <b>Text</b>	Homepage right-hand +in the video section subsite
E-Blast	HTML Code	sent to all newsletter recipients

SPECS

#### Data formats **Web Banner:**

Optional data formats for all adverts except newsletter: GIF, JPG, PNG, HTML

#### Newsletter Banner:

GIF, PNG, JPG (max. 100kB)

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)

#### Technical compatibility:

To ensure complete compatibility with Java Sript-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.

#### Data delivery:

Adverts must be delivered no later than three workdays (for E-Blasts 1 week) before publication date to: marketing@biocom.de

Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of September 2024).

#### Reporting:

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

# Advertisement specs **Print**

SPECS

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](mailto:produktion@biocom.de)

Data can be sent up to a size of 50 MB via email. Please contact us if your data has a larger volume.

### General information:

Cancellations must be received in writing no later than 3 weeks before the advertising deadline. Our general terms and conditions for advertising in print and digital media apply (as of September 2024).

**Agency commissions:** A 15% commission is granted upon delivery of ready-to-print copy material. BIOCOM Interrelations GmbH will not be responsible for improperly prepared copy material that does not comply with the publisher's digital or mechanical requirements. Necessary replacement or editing of copy material by the publisher as a result of technical non-compliance will incur a surcharge.

## BIOCOM Interrelations GmbH

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

#### 1. Werbeauftrag

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

(2) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCOM oder per E-Mail an [marketing@biocom.de](mailto:marketing@biocom.de) anzuliefern. Bei Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCOM keine Gewähr. Im übrigen gelten die verbindlichen Vorgaben für die Anlieferung digitaler Daten von BIOCOM, die dem Auftraggeber auf Wunsch übersendet werden.

(3) Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

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

(5) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzaufschläge, die BIOCOM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beilagenmaterial oder verspätete Rücksendung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Verzugsfall. Der Auftraggeber haftet auch bei fehlender Druckgenehmigung oder unbegründeter einseitiger Verfertigung, es sei denn, er weist ein fehlendes Verschulden nach. Dem Auftraggeber steht der Nachweis keiner oder geringerer Mehrkosten bzw. Umsatzaufschläge seitens BIOCOM offen.

#### 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, Banderole, Einhefter, Beileger, Lesezeichen, Jahresplaner etc.);
- Ad Specials und Exklusivpräsenzen in digitalen Medien (Banner, Links, Single-E-Mail-Shots etc.);
- jegliche sonstige Werbeformen der BIOCOM AG.

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

#### 3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbeproduzent Aufträge werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. BIOCOM ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

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

#### 4. Abwicklungsfrist

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

#### 5. Auftragesweiterung

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

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

#### 7. Anlieferung von Werbemitteln

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

(2) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCOM oder per E-Mail an [marketing@biocom.de](mailto:marketing@biocom.de) anzuliefern. Bei Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCOM keine Gewähr. Im übrigen gelten die verbindlichen Vorgaben für die Anlieferung digitaler Daten von BIOCOM, die dem Auftraggeber auf Wunsch übersendet werden.

(3) Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

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

(5) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzaufschläge, die BIOCOM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beilagenmaterial oder verspätete Rücksendung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Verzugsfall. Der Auftraggeber haftet auch bei fehlender Druckgenehmigung oder unbegründeter einseitiger Verfertigung, es sei denn, er weist ein fehlendes Verschulden nach. Dem Auftraggeber steht der Nachweis keiner oder geringerer Mehrkosten bzw. Umsatzaufschläge seitens BIOCOM offen.

(6) Die Druckunterlagen sind per Datenträger (CD) an BIOCOM oder per E-Mail an [marketing@biocom.de](mailto:marketing@biocom.de) anzuliefern. Bei Anlieferung per E-Mail an eine davon abweichende E-Mail-Adresse leistet BIOCOM keine Gewähr. Im übrigen gelten die verbindlichen Vorgaben für die Anlieferung digitaler Daten von BIOCOM, die dem Auftraggeber auf Wunsch übersendet werden.

(7) Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

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

(9) Für durch Druckverschiebung verursachte Kosten und Umsatzaufschläge, die BIOCOM etwa durch verspätete Einsendung von Druck- bzw. Beilagenmaterial oder verspätete Rücksendung von Korrekturen entstehen, haftet der Auftraggeber im Verzugsfall. Der Auftraggeber haftet auch bei fehlender Druckgenehmigung oder unbegründeter einseitiger Verfertigung, es sei denn, er weist ein fehlendes Verschulden nach. Dem Auftraggeber steht der Nachweis keiner oder geringerer Mehrkosten bzw. Umsatzaufschläge seitens BIOCOM offen.

#### 8. Abblehnungsbefugnis

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

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für BIOCOM wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann BIOCOM ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

(3) Beilagenaufträge in Printmedien sind für Beilagen 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 allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird BIOCOM von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, BIOCOM nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt BIOCOM sämtliche und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen von Print- und digitalen Medien.

#### 10. Gewährleistung seitens BIOCOM

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

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

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

#### 11. Leistungsstörungen

(1) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die BIOCOM nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch seitens BIOCOM bestehen.

#### 12. Haftung

(1) BIOCOM haftet unbegrenzt für Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz, für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und darüber hinaus für sonstige Schäden bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, im Falle anfänglicher Unmöglichkeit bei Kenntnis und grob fahrlässiger Unkenntnis des Leistungshindernisses. Des Weiteren haftet BIOCOM bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) nach den gesetzlichen Vorschriften, jedoch begrenzt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden.

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

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

#### 13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von BIOCOM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von BIOCOM mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer 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 Werbeproduzenten an die jeweils gültigen Preislisten von BIOCOM zu halten.

#### 14. Zahlung

(1) Werbeaufträge sind innerhalb von 10 Tagen ab dem Zugang der Rechnung ohne Abzug zur Zahlung (Nettopreis zuzüglich Mehrwertsteuer) fällig.

(2) Zur Aufrechnung, Zurückbehaltung oder Leistungsverweigerung nach § 320 BGB ist der Auftraggeber nur berechtigt, wenn sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von BIOCOM anerkannt ist.

#### 15. Zahlungsverzug

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

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen BIOCOM, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

(1) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich 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 3 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschlussstermin bzw. Schaltungsbeginn: 15% des Auftragspreises;
- bei Kündigung nach Anzeigenschluss bzw. Schaltungsbeginn: Auftragspreis;
- bei Kündigung von Exklusivpräsenzen im Sinne von Ziffer 2(1) vor oder nach Anzeigenschluss: Auftragspreis.

Bei Kündigung von rabattierten Werbeaufträgen gilt als Auftragspreis im Sinne der vorstehenden Regelung der Listenpreis.

(3) Reicht der Auftraggeber – aus Gründen, die BIOCOM nicht zu vertreten hat – die für die Ausführung des Auftrags erforderlichen Druckunterlagen, Vorlagen und Produkte/Informationen nach Druckunterlagenschluss ein und kann der Auftrag aus diesem Grund nicht ausgeführt werden, gilt Ziffer 16(2) betreffend die Kündigung nach Anzeigenschluss entsprechend. In Fällen der Druckverschiebung gilt Ziffer 7(5).

(4) Eventuelle gesetzliche Schadensersatzansprüche seitens BIOCOM bleiben unberührt.

#### 17. Datenschutz

(1) Der 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

# Any questions?

The BIOCOM sales team is at your service:



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



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



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