

# LABO

Fit for Lab

MEDIADATEN  
2026

www.labo.de

57. Jahrgang / Einzelpreis 16 €

## LABO

9/2025

Fit for Lab



Humanoide Roboter – die letzte Stufe der Roboterevolution?

Seite 10

IM FOKUS:

■ Labor 4.0

Laborautomation | KI

■ Materialforschung

■ Mikroskopie

Print | Digital | Events | Services

# Inhaltsverzeichnis



|  |    |                                       |    |
|--|----|---------------------------------------|----|
| Medienmarke .....                            | 03 | Bannerformate Website Video Ads ..... | 16 |
| Titel-Porträt .....                          | 04 | Company Connectory .....              | 17 |
| Auflage / Verbreitung.....                   | 05 | Lead-Generierung .....                | 18 |
| Hochkarätige Zielgruppe .....                | 06 | Native Advertising.....               | 19 |
| Themen und Termine .....                     | 07 | Social Media Posting .....            | 20 |
| Anzeigenpreise .....                         | 09 | Customized Newsletter .....           | 21 |
| Anzeigenformate .....                        | 10 | Events .....                          | 22 |
| Technische Daten .....                       | 11 | Bannerformate Newsletter .....        | 23 |
| Sonderwerbeformen .....                      | 12 | Themenplan Newsletter .....           | 24 |
| E-Paper mit interaktiven Elementen.....      | 13 | AGB.....                              | 26 |
| Bannerformate Website .....                  | 14 | Ansprechpartner .....                 | 27 |
| Sonderformate & Bannerübersicht Mobile ..... | 15 |                                       |    |

Setzen Sie auf ein starkes Fachmedium für Ihre Marktkommunikation.

### Ihre Vorteile auf einen Blick:

- **Glaubwürdiges redaktionelles Umfeld**
- **Hohe Reichweite in der Industrie**
- **Starker Nutzwert und hohe Zielgruppenaffinität**

Mit LABO erreichen Sie Ihre Zielgruppe **präzise, medienübergreifend und wirkungsvoll** – in Print, Digital und bei Events

### Wir machen Sie Fit for Lab.

LABO, das Fachmedium für die Laborbranche, berichtet über Labor und Analysengeräte, Qualitätssicherung und -kontrolle und stellt neue Geräte, Methoden, Applikationen sowie IT-Lösungen vor. Jeden Monat mit der Print- und E-Paper-Ausgabe, rund um die Uhr auf allen digitalen Kanälen sowie den LABO-Anwenderforen bleiben die Leser und User Fit for Lab.

**Praxisnah. Entscheidungsrelevant. Zukunftsorientiert.**

### Reichweite & Performance – Ihre Werbebotschaft auf allen Kanälen

- Monatliche Gesamtverbreitung **18.713** Exemplare (Quelle IVW, Durchschnittswerte Q2/2025)
- **45.891** Seitenaufrufe im Monatsdurchschnitt (Quelle: IVW-Online 10/2024-9/2025)
- Zwei Newsletter pro Woche an über 8.000 Newsletter-Abonnenten, (Verlagsangabe 9/2025)
- Über **7.000** Follower auf den relevanten Social-Media-Kanälen (Verlagsangabe 09/2025)

### Ihre Zielgruppe: Investitionsentscheider der Laborbranche

Wer LABO liest, gestaltet aktiv die Wertschöpfung:

- **90 % der Empfänger sind in leitender Funktion tätig** (Geschäftsführung, Inhaber, Geschäftsführer, Bereichs- oder Abteilungsleitung; Quelle: Verlagsauswertung)

**Hohe Zielgruppenaffinität – für eine starke Werbewirkung.**

### LABO – Ihre Medienmarke für erfolgreiche B2B-Kommunikation

Mit LABO kommunizieren Sie medienübergreifend und vernetzt in die Laborbranche – über:

- das **Printmagazin**
- die digitale **E-Paper-Ausgabe**
- eine reichweitenstarke **Website**
- regelmäßige **Newsletter**
- das **Anbieterverzeichnis Company Connectory**
- aktive **Social-Media-Kanäle**
- zielgerichtete **Live- und Online-Events**
- sowie maßgeschneiderte **Content-Creation-Lösungen**

**LABO – die Kommunikationsplattform für Ihre Botschaft in der Laborbranche.**

### Events – live & digital

Mit Formaten wie:

- Preisverleihung Produkte des Jahres
- Webinar-Thementage
- Inhouse-Workshops

... bietet LABO **zielgerichtete Kontaktpunkte zu Entscheidern** – digital wie vor Ort.

**Fazit:** Ihre Kommunikationsplattform für nachhaltigen Markterfolg

**LABO ist Ihre medienübergreifende Plattform für erfolgreiche B2B-Kommunikation in der Laborbranche.**

Jetzt Mediapartner werden –  
und Entscheider dort erreichen,  
wo sie sich informieren

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>1. Titel</b>              | <b>LABO – Fit for lab</b>   |
| <b>2. Kurzcharakteristik</b> | <p>Die LABO-Autoren und Redakteure berichten kompetent und anwenderorientiert. Sie unterstützen die im Labor Tätigen mit praktischen Tipps für den Umgang mit Labor- und Analysengeräten, mit Anregungen für die Qualitätssicherung und -kontrolle sowie mit der Vorstellung neuer Geräte, Methoden und Applikationen sowie IT-Lösungen.</p> <p>Die Fachartikel sind praxisbezogen und berücksichtigen neue Trends. Deutschsprachige Abstracts zu englischen Originalpublikationen geben Einblick in Forschung und Methodik internationaler Arbeitsgruppen. Ergänzt wird das redaktionelle Angebot durch Branchennews, Marktübersichten, Tipps, Unternehmensportraits, Interviews, Management-Themen sowie Messe- und Tagungsberichte. LABO wird in den Laboren der chemischen, biotechnologischen und pharmazeutischen Industrie, in staatlichen und privaten Prüflaboren sowie in Forschungseinrichtungen und Universitäten gelesen.</p> <p>LABO erreicht seine Zielgruppe medienübergreifend und vernetzt. Mit dem Fachmagazin, dem Webportal <a href="http://www.labo.de">www.labo.de</a>, den Newslettern, Social-Media-Kanälen und Events ist LABO immer mit Informationen und lösungsorientierten Entscheidungshilfen seiner Zielgruppe präsent.</p> |
| <b>3. Zielgruppe</b>         | Chemiker, Physiker, Pharmazeuten, Biologen, Bio- und Lebensmittelchemiker in der Wirtschaft und Forschung sowie Ingenieure, Führungskräfte und Investitionsentscheider.   |
| <b>4. Erscheinungsweise</b>  | 5 Ausgaben jährlich   |
| <b>5. Heftformat</b>         | DIN A4  |
| <b>6. Jahrgang</b>           | 58. Jahrgang 2026   |

|                                     |   |  |
|-------------------------------------|---|--|
| <b>7. Bezugspreis</b>               | <p>Jahresabonnement Print Inland<br/>60,- €</p> <p>Jahresabonnement Print Ausland<br/>70,- € inkl. Versand, inkl. der aktuellen MwSt.</p> <p>Einzelheft Print 12,- €<br/>inkl. der aktuellen MwSt., zzgl. 3,- € Versand</p> |  |
| <b>8. Auflage</b>                   | 18.713 Exemplare  |  |
| <b>9. Mitgliedschaft/ Teilnahme</b> | IVW, IVW-Online   |  |
| <b>10. Verlag</b>                   | <b>Pelemedia GmbH</b><br>Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar<br>Tel.: 089 2006573-00<br><a href="http://www.labo.de">www.labo.de</a> , <a href="http://www.pelemedia.de">www.pelemedia.de</a>                              |  |
| <b>11. Herausgeber</b>              | Pelemedia GmbH  |  |
| <b>12. Anzeigen</b>                 | <b>Marco Heuberger</b><br>Account Manager<br>Tel.: 089 2006573-26<br><a href="mailto:mheuberger@pelemedia.de">mheuberger@pelemedia.de</a>   |  |
| <b>13. Redaktion</b>                | <b>Dr. Barbara Schick</b><br>Chefredakteurin<br>Tel.: 089 2006573-37<br><a href="mailto:labo-redaktion@pelemedia.de">labo-redaktion@pelemedia.de</a>  | <b>Melanie Steinbeck</b><br>Online-Redakteurin<br>Tel.: 089 2006573-25<br><a href="mailto:msteinbeck@pelemedia.de">msteinbeck@pelemedia.de</a> |

# Auflagen / Verbreitung

Fachzeitschrift Auflagen- u. Verbreitungsanalyse

## 1. Auflagenkontrolle



## 2. Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt des 2. Quartals 2025\*

|  |                           |
|--|---------------------------|
| Druckauflage:                          | 10.600 / davon Ausland 69 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA): | 10.229 / davon Ausland 69 |
| Verkaufte Auflage                      | 8 / davon Ausland 1       |
| Abonnierte Auflage                     | 8 / davon Ausland 1       |
| Sonstiger Verkauf                      | 0                         |
| Freistücke                             | 10.221 / davon Ausland 68 |
| Rest-, Beleg-, und Archiv-exemplare    | 371                       |
| zzgl. Stand-alone-ePaper               | 8.484                     |

\*01.04.2025 - 30.06.2025

## 3. Geografische Verbreitungs-Analyse

| Wirtschaftsraum                 | Anteil an tatsächlicher Auflage |           |
|---------------------------------|---------------------------------|-----------|
|                                 | %                               | Exemplare |
| Inland                          | 99,3                            | 10.160    |
| Ausland                         | 0,7                             | 69        |
| Tatsächlich verbreitete Auflage | 100,0                           | 10.229    |

## Gesamtverbreitung LABO

10.229 + 8.484 = 18.713

Verbreitete Auflage Print      Verbreitete Auflage Digital (extended E-Paper)      Verbreitete Auflage Gesamt

Die aktuelle Digitalausgabe wird aktiv über den E-Paper-Newsletter und über die Website [www.labo.de](http://www.labo.de) verbreitet (Quelle: IVW, Q2/2025)

## 3.1. Verbreitung nach Postleitzahlgebieten

|                                     |  |                                     |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| Postleitbezirk 2<br>899 Exemplare   |  | Postleitbezirk 1<br>814 Exemplare   |
| Postleitbezirk 4<br>1.238 Exemplare |  |                                     |
| Postleitbezirk 3<br>1.078 Exemplare |  | Postleitbezirk 0<br>918 Exemplare   |
| Postleitbezirk 5<br>1.061 Exemplare |  |                                     |
| Postleitbezirk 6<br>1.119 Exemplare |  | Postleitbezirk 9<br>755 Exemplare   |
| Postleitbezirk 7<br>1.273 Exemplare |  | Postleitbezirk 8<br>1.005 Exemplare |

# Hochkarätige Zielgruppe

## Branchen/Wirtschaftszweige

|   | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |           |
|---|--|-----------|
|   | %  | Exemplare |
| Chemie- und Pharmaindustrie                                   | 23,4                                       |           |
| Medizin / Labordiagnostik / Life Sciences                     | 15,3                                       |           |
| Lebensmittel  | 19,7                                       |           |
| Wasser- und Energieversorgung                                 | 11,6                                       |           |
| Institute / Universitäten / Hochschulen / Verbände / Behörden | 16,6                                       |           |
| Prüf- und Labordienstleistungen                               | 9,2  |           |
| Verarbeitendes Gewerbe  | 2,2  |           |
| Großhandel  | 1,5  |           |
| Sonstige  | 0,5  |           |
| Tatsächlich verbreitete Print-Auflage (tvA)                   | 100,0                                      |           |

(Quelle: Verlagsangabe)

## Größe der Wirtschaftseinheit

|  | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |  |
|--|--|--|
|  | %  |  |
| 1–9 Beschäftigte                                 | 8,0  |  |
| 10–19 Beschäftigte                               | 11,7                                       |  |
| 20–49 Beschäftigte                               | 14,6                                       |  |
| 50–99 Beschäftigte                               | 11,4                                       |  |
| 100–199 Beschäftigte                             | 9,5  |  |
| 200–499 Beschäftigte                             | 7,8  |  |
| 500–999 Beschäftigte                             | 8,2  |  |
| Mehr als 1.000 Beschäftigte                      | 14,1                                       |  |
| Mitarbeiterzahl noch nicht erhoben/nicht bekannt | 10,8                                       |  |
| Sonstige   | 3,9  |  |
| Tatsächlich verbreitete Print-Auflage (tvA)      | 100,0                                      |  |

## Position im Betrieb

|   | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |  |
|---|--|--|
|   | %  |  |
| Inhaber/Mithaber                          | 6,7  |  |
| Geschäftsführung                          | 30,5                                       |  |
| Werks-/Betriebsleitung                    | 2,6  |  |
| Bereichsleitung                           | 8,6  |  |
| Abteilungsleitung                         | 14,4                                       |  |
| Gruppenleiter/Meister                     | 5,4  |  |
| Sachbearbeiter/Fachkraft                  | 9,3  |  |
| Wissenschaftlicher Mitarbeiter            | 11,8                                       |  |
| Position noch nicht erhoben/nicht bekannt | 7,1  |  |
| Sonstige                                  | 3,8  |  |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)     | 100,0                                      |  |

## Aufgabenbereich

|   | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |  |
|---|--|--|
|   | %  |  |
| Unternehmensführung                         | 17,2                                       |  |
| Technischer Betrieb                         | 9,1  |  |
| Forschung/Entwicklung                       | 18,9                                       |  |
| Konstruktion                                | 2,2  |  |
| Labor                                       | 29,3                                       |  |
| Produktion/Fertigung/Montage                | 2,3  |  |
| Materialwirtschaft/Einkauf/Logistik         | 3,8  |  |
| Marketing                                   | 1,8  |  |
| Organisation/Verwaltung/Personal            | 1,5  |  |
| Funktion noch nicht erhoben/nicht bekannt   | 11,3                                       |  |
| Sonstige                                    | 2,7  |  |
| Tatsächlich verbreitete Print-Auflage (tvA) | 100,0                                      |  |



## Analytik, Labortechnik und mehr:

### Labor 4.0

Automatisierung, Digitalisierung, IT im Labor, Kennzeichnung im Labor, Künstliche Intelligenz, Labor- und Gebäudemanagement, LIMS, Robotik, Smart Lab, Software, Vernetztes Labor

### Life Sciences

Wirkstoffforschung, Arzneimittelentwicklung, Labordiagnostik, Biochemie & Molekulargenetik, Bioanalytik, Biotechnologie, Genomics (NGS) / Metabolomics/ Proteomics / Systembiologie, Zellbiologie und Bildgebung

### Food

Lebensmittelanalytik, Trinkwasseranalytik, Rückstands-/Pestizidanalytik, Authentizitätsprüfung, Molekularbiologische Analytik/GVO-Analytik, Probennahme u. -vorbereitung, Lebensmittelchemie, Mikrobiologie, Futtermittelanalytik

### Umwelt

Wasseranalytik, Bodenanalytik, Luftanalytik, Elementanalytik, mobile Analytik, Mikroplastikanalyse, Probennahme und Probenvorbereitung

### Weitere etablierte Themen:

Arbeitsschutz und Sicherheit, Chromatographie (HPLC/GC), Liquid Handling, Labordiagnostik, Laborplanung und -einrichtung, Reinraumtechnik, Laborbau, Management: Qualität / Zertifizierung / Nachhaltigkeit, Mikroskopie, Partikelanalyse, Proben-vorbereitung, Spektroskopie

### Chemie

Syntheseverfahren und analytische Methoden, Strukturaufklärung, Elementanalyse, Polymeranalytik, Spurenanalytik, Nanomaterialien, Material- u. Werkstoffprüfung, Recycling

extended  
E-Paper

**Print-Ausgabe  
mit  
extended E-Paper**

Im Fokus:

Anbieterverzeichnis / Sonderteil

Messen / Events zu Fokusthemen

#### Analytica

Labor 4.0: Laborplanung, Laboreinrichtung, Nachhaltigkeit  
Labor 4.0: IT im Labor/ LIMS / Big data / KI / Smart LabLiquid Handling  
Labordiagnostik/medizinische Analytik/Life Sciences

Ausstellerporträts zur Analytica  
LIMS


Analytica  
24.–27.03.26

**ET: 18.03.26  
AS: 25.02.26**

Ausgabe 1

1

# Themen/Termine 2026

|            | Print-Ausgabe<br>mit<br>extended E-Paper | Im Fokus:   | Anbieterverzeichnis / Sonderteil                 | Messen / Events zu Fokusthemen  |
|------------|--|---|--|---|
| Ausgabe 2  | 2<br>ET: 20.05.26<br>AS: 29.04.26        | Partikelanalyse<br>Batterieforschung und -entwicklung / Qualitätskontrolle<br>Analytica Rückblick<br>Spektroskopie/Spektrometrie/ICP-MS/Massenspektrometrie<br>HPLC Anwenderwissen        | Partikelgrößenanalysatoren<br>Raman-Spektrometer | LABSOLUTIONS LIVE - Troisdorf<br>01.07.2026   |
| Ausgabe 3  | 3<br>ET: 16.09.26<br>AS: 26.08.26        | Labor 4.0: Automation / Robotik<br>Wasseranalytik<br>Mikroplastik/Umwelt/Mikroplastikanalytik<br>Mikroskopie  | Pipettierroboter<br>Imaging-Systeme              | ILMAC<br>23.-24.09.26<br>LABSOLUTIONS LIVE - Leipzig<br>07.10.2026                    |
| Ausgabe 4  | 4<br>ET: 14.10.26<br>AS: 23.09.26        | Das sichere Labor<br>Reinraum<br>Labor 4.0: Smart Infrastructure / Laborplanung<br>Labordiagnostik / biomedizinische Analytik / Life Sciences<br>Pharma: Forschung / Wirkstoffentwicklung | Sicherheitswerkbänke                             | Medica / Compamed<br>16. - 19.11.26   |
| Ausgabe 5  | 5<br>ET: 25.11.26<br>AS: 04.11.26        | Lebensmittelanalytik<br>Probenvorbereitung<br>Umweltanalytik<br>Umwelt / Nachhaltigkeit<br>Labormanagement/Qualitätssicherung   |  |   |
| Sonderheft | ET: 25.11.26<br>AS: 28.10.26             | Einkaufsführer 2027<br>Anbieterverzeichnisse / Marktübersichten   |  |  |



# Anzeigenpreise

## Anzeigenpreise und Formate

Anzeigenpreisliste Nr. 58, gültig ab 01.01.2026

| Format                        | Maße in mm                      | Preise<br>1c / 2c | Preise<br>3c / 4c |
|-------------------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1/1 Seite                     | 180 x 252                       | € 6.010           | € 7.280           |
| Juniorpage                    | 135 x 190                       | € 4.210           | € 5.180           |
| 1/2 Seite                     | 88 x 252 hoch<br>180 x 124 quer | € 3.150           | € 4.120           |
| 1/3 Seite                     | 56 x 252 hoch<br>180 x 80 quer  | € 2.000           | € 2.970           |
| 1/4 Seite                     | 180 x 60 quer<br>88 x 124 Ecke  | € 1.320           | € 1.980           |
| 1/8 Seite                     | 180 x 29 quer<br>88 x 60 Ecke   | € 770             | € 1.430           |
| Titelseite                    | 180 x 180                       |                   | € 8.780           |
| Umschlagseiten:<br>U2 + U4 je | 210 x 297                       |                   | € 8.280           |
| U3                            | 210 x 297                       |                   | € 8.060           |

### Sonderwerbeformen

Preise für Banderole, Gate Folder, Flappe, Zangenbänderole, Altarfalzanzeige (nur in Verbindung mit Titel), Cover Gate Folder, aufgeklebte Werbemittel etc.) auf Anfrage

| Extended E-Paper   |         |
|--|---------|
| In allen E-Paper-Ausgaben unserer Print-Ausgaben können optional multimediale Inhalte in Ihr Werbemedium eingebunden werden. |         |
| Videointegration   | € 500   |
| GIF-Animation  | € 500   |
| Umfrage  | € 1.900 |
| Bildergalerie  | € 1.500 |

### Rabatte

Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres.  
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

| Malstaffel      |     | Mengenstaffel |      |
|-----------------|-----|---------------|------|
| bei 3 Anzeigen  | 5%  | ab 2 Seiten   | 5 %  |
| bei 6 Anzeigen  | 10% | ab 4 Seiten   | 10 % |
| bei 9 Anzeigen  | 15% | ab 6 Seiten   | 15 % |
| bei 12 Anzeigen | 20% | ab 9 Seiten   | 20 % |
|                 |     | ab 12 Seiten  | 25 % |

Auf Ad Specials und Beilagen sowie technische Kosten kein Nachlass.  
Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.

| Zuschläge   |   |
|-------------|---|
| Platzierung | Bindende Platzierungsvorschriften ab 1/3 Seite möglich, Zuschlag 10 %       |
| Farbe       | Genannte Preise gelten für Euroskala, Zuschlag für Sonderfarben auf Anfrage |
| Format      | Zuschläge für Anschnitt und Bunddurchdruck werden nicht erhoben             |

| Rubriken        |  |
|-----------------|--|
| Stellenangebote | 25 % Rabatt auf den Anzeigengrundpreis |
| Stellengesuche  | 50 % Rabatt auf den Anzeigengrundpreis |



### Zahlungsbedingungen

Bankeinzug mit 2% Skonto, 10 Tage netto

**Bankverbindung:** HypoVereinsbank, München

**IBAN:** DE 54 700 20 27 0001 002 1500

**BIC:** HYVEDEMMXXX

# Anzeigenformate

Größenangaben Breite x Höhe in mm



**1/1-Seite**

S: 180 x 252 mm  
A: 210 x 297 mm



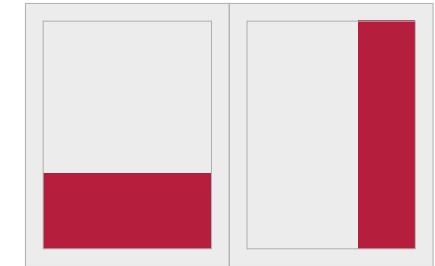
**Junior Page**

S: 135 x 190 mm  
A: 150 x 213 mm



**1/2 Seite quer    1/2 Seite hoch**

S: 180 x 124 mm    S: 88 x 252 mm  
A: 210 x 147 mm    A: 103 x 297 mm



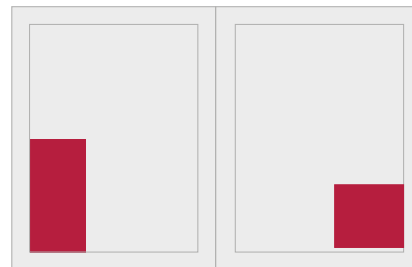
**1/3 Seite quer    1/3 Seite hoch**

S: 180 x 80 mm    S: 56 x 252 mm  
A: 210 x 103 mm    A: 71 x 297 mm



**1/4 Seite quer    1/4 Seite hoch**

S: 180 x 60 mm    S: 88 x 124 mm  
A: 210 x 83 mm    A: 103 x 147 mm



**1/6 Seite hoch    1/6 Seite**

S: 56 x 124 mm    S: 88 x 80 mm  
A: 71 x 147 mm    A: 103 x 103 mm



**1/8 Seite quer    1/8 Seite**

S: 180 x 29 mm    S: 88 x 60 mm  
A: 210 x 52 mm    A: 103 x 83 mm

Heftformat 210 x 297 mm

S: Satzspiegelformat

A: Anschnittformat ohne Beschnittzugaben

Beschnittzugabe: 3 mm an den offenen Seiten



**Print-Werbemittel  
bitte per E-Mail an:**

[druckunterlagen@pelemedia.de](mailto:druckunterlagen@pelemedia.de)

# Print – Technische Daten

## Technische Angaben / Abwicklung

| Druckverfahren      | Verarbeitung   |
|---------------------|--|
| Zeitschriftenformat | beschnittenes Format<br>210 mm breit x 297 mm hoch<br>zzgl. 3 mm Beschnitt an allen<br>offenen Seiten  |
| Satzspiegel         | 180 mm breit x 252 mm hoch<br>4 Spalten à 42 mm Breite   |
| Druckverfahren      | Umschlag: Bogenoffset<br>Inhalt: Rollenoffset  |
| Farben              | Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO).<br>Sonderfarben auf dem Umschlag sind in Absprache möglich. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet. Schwarzvolltonflächen sollten mit 40 % Raster im Cyan unterlegt werden. |
| Datenformate        | Druckfähige geschlossene PDF-Dateien.<br>Bitte eine PDF-Datei pro Einzelseite. Relevante Grafik- und Text-Elemente müssen mind. 5 mm vom Beschnitt entfernt stehen. Bildauflösung 300 dpi  |
| Proof               | Farbverbindliches Proof nach<br>„Medienstandard Druck“ (bvdn).<br>Digitalproofs ohne FOGRA Medienkeile<br>gelten als nicht farbverbindlich.  |
| ICC-Profil          | Umschlag: iso coated_v2_eci.icc (Fogra 39L)<br>Inhalt: PSO_INP_Paper_eci.icc (Fogra 48L)<br>Die entsprechenden Profile werden unter <a href="http://www.eci.org">www.eci.org</a> zum Download bereitgestellt.  |
| Datenübermittlung   | Senden Sie die Daten (bis 10 MB) bitte an:<br><a href="mailto:druckunterlagen@pelemedia.de">druckunterlagen@pelemedia.de</a>   |
| Datenarchivierung   | Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.   |
| Gewährleistung      | Für Verzögerungen und Fehlleistungen, die durch fehlerhafte Daten entstehen, können wir keine Haftung übernehmen.  |
| Kontakt             | Edith Vollhardt<br>Tel.: 089 2006573-13<br><a href="mailto:evollhardt@pelemedia.de">evollhardt@pelemedia.de</a>  |



## Beilagen / Einhefter / Einkleber / CDs

| Beilagen         |   |
|------------------|---|
| Minimales Format | 105 mm Breite x 148 mm Höhe                                       |
| Maximales Format | in Höhe und Breite jeweils 10 mm<br>kleiner als das Trägerprodukt |

Beilagen müssen beschnitten und gefalzt als fertige Endprodukte angeliefert werden.  
Gefaltzte Produkte müssen zum Bund hin geschlossen und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

| Beihefter        |  |
|------------------|--|
| Minimales Format | 115 mm Breite x 140 mm Höhe  |
| Maximales Format | Format des Trägerproduktes   |
| Beschnitt        | Heftformat: Kopfbeschnitt 6 mm,<br>Vorder- und Fußbeschnitt min. 3 mm,<br>zus. + 3 mm Fräsrund im Bund |

Beihefter müssen unbeschnitten und gefalzt angeliefert werden.  
Mehrblättrige Beihefter müssen zum Bund hin geschlossen und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.  
In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt.

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe vorzulegen.

Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.



### Versandanschrift

#### Liefervermerk:

Für Zeitschrift LABO, Ausgabe (Nr.)  
Vogel Druck, Leibnizstr. 5  
97204 Höchberg

Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen  
([www.industrial-production.de/AGB](http://www.industrial-production.de/AGB))



### Zahlungsbedingungen

Bankeinzug mit 2% Skonto, 10 Tage netto

**Bankverbindung:** HypoVereinsbank, München  
**IBAN:** DE 54 700 20 27 0001 002 1500  
**BIC:** HYVEDEMMXXX

# Sonderwerbformen



Titelseiten-Paket

**Format:** 180 mm x 180 mm  
Die inhaltliche Abstimmung zur Titelseite und Titelstory erfolgt zusammen mit der Redaktion. Erzielen Sie so maximale Präsenz für Ihre Produkte und Lösungen.

**Preis: € 8.780**



Content-Paket

**Content-Paket:**  
**1/1 Seite Advertorial**

**Preis: € 4.450**  
(nicht rabattfähig)

**Crossmedia-Paket:**  
1/1 Seite Advertorial plus 4 Wochen Präsenz Ihres Advertorials unter der entsprechenden Rubrik auf der Webseite sowie ein Social Media Posting.

**Preis: € 5.850**  
(nicht rabattfähig)



Beihefter


|                    |                           |
|--------------------|---------------------------|
|                    | 80 - 135 g/m <sup>2</sup> |
| 2 Blatt = 4 Seiten | € 11.270                  |
| 3 Blatt = 6 Seiten | € 14.990                  |

Benötigte Liefermenge: 10.500 Exemplare



Beilagen

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| Beilagen über 25 g/Stück                       | auf Anfrage                 |
| Vollauflage Preis (bis 25g, inkl. Portoanteil) | € 3.400 (nicht rabattfähig) |



Für Ihren individuellen Werbeauftritt bieten wir zahlreiche Sonderwerbformen – Sprechen Sie uns an.



**Versandanschrift Sonderwerbformen**  
**Liefervermerk:** Für Zeitschrift LABO, Ausgabe (Nr.), Vogel Druck, Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg

# Extended E-Paper mit interaktiven Elementen

Extended E-Paper – Mehr Aufmerksamkeit. Mehr Interaktion. Mehr Wirkung.

**Zusätzlich zu Ihrer in der Printausgabe gebuchten Anzeige:**  
**Nutzen Sie die interaktiven Möglichkeiten unserer extended E-Paper**

Steigern Sie die Reichweite und Wirkung Ihrer Printanzeige durch die interaktiven Möglichkeiten unseres extended E-Papers.  
 Ergänzen Sie Ihre gebuchte Anzeige um multimediale Inhalte – z. B.:

- Videos
- Bildergalerien
- GIFs
- Umfragen

So machen Sie Ihre **Produkte und Lösungen erlebbar**, schaffen ein **intensiveres Nutzungserlebnis** und bieten Ihrer Zielgruppe einen **echten Mehrwert**.

## Extended E-Paper

In allen E-Paper-Ausgaben unserer Print-Ausgaben können optional multimediale Inhalte in Ihr Werbemittel eingebunden werden.  
 (Die genannten Preise verstehen sich zuzüglich der Printanzeigen-Preise)

|                  |         |
|------------------|---------|
| Videointegration | € 500   |
| GIF-Animation    | € 500   |
| Umfrage          | € 1.900 |
| Bildergalerie    | € 1.500 |



# Bannerformate Webseite

## ALLE

Online-Werbeformen  
im Überblick

### (1) Superbanner

€ 230 / 1.000 Ad Impressions  
(728 x 90 Pixel)  
\* Mobile: 4:1 / 300 x 75 Pixel

### (2) Billboard Ad

€ 400 / 1.000 Ad Impressions, (800 x 250 Pixel oder 970 x 250 Pixel)  
\* Mobile: 4:1 / 300 x 75 Pixel

### (2) Billboard Video Ad

€ 550 / 1.000 Ad Impressions  
(800 x 250 Pixel oder 970 x 250 Pixel)

### (3) Skyscraper

€ 240 links / 1.000 Ad Impressions  
€ 270 rechts sticky / 1.000 Ad Impressions  
(120 x 600 Pixel oder 160 x 600 Pixel)  
\* Mobile: 4:1 / 300 x 75 Pixel

### (4) Halfpage Ad

€ 350 / 1.000 Ad Impressions  
(300 x 600 Pixel)  
\* Mobile: 2:1 / 300 x 150 Pixel

### (5) Medium Rectangle

€ 270 / 1.000 Ad Impressions, (300 x 250 Pixel)

### (5) Medium Rectangle Video Ad

€ 380 / 1.000 Ad Impressions, (300 x 250 Pixel)

### (6) Baseboard Ad

€ 380 / 1.000 Ad Impressions  
(728 x 90 Pixel oder 940 x 90 Pixel)  
\* Mobile: 6:1 / 300 x 50 Pixel

### (7) Fullsize

€ 200 / 1.000 Ad Impressions  
(468 x 60 Pixel)

### (8) Halfsize

€ 160 / 1.000 Ad Impressions  
(234 x 60 Pixel)

### (9) Landscape Video Ad

€ 560 / 1.000 Ad Impressions



Mögliche Dateiformate: GIF, JPEG, HTML5,  
Datei-Größe: max. 80 KB,  
Preise = Tausender-Kontakt-Preis  
Datenanlieferung: 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart





# Sonderformate & Bannerübersicht Mobile

**ALLE**  
Online-Werbeformen  
im Überblick

## Sonderformate



### (10) Wallpaper

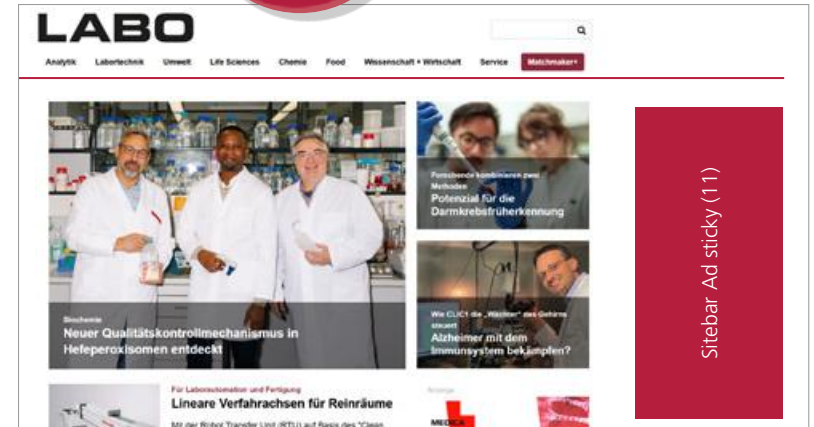
€ 360 / 1.000 Ad Impressions  
(728 x 90 Pixel / oben,  
120 x 600 Pixel / rechts, oder  
160 x 600 Pixel / rechts)  
\*Mobile: 2:1 / 300 x 150 Pixel

### (11) Sitebar Ad (sticky)

€ 360 / 1.000 Ad Impressions  
(300 x 600 Pixel)  
\* Mobile: 2:1 / 300 x 150 Pixel

### (12) Fireplace

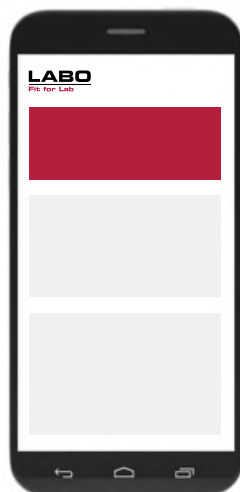
€ 540 / 1.000 Ad Impressions  
1.000 x 90 Pixel oben / rechts  
und links jeweils 120 x 600 Pixel  
oder 160 x 600 Pixel



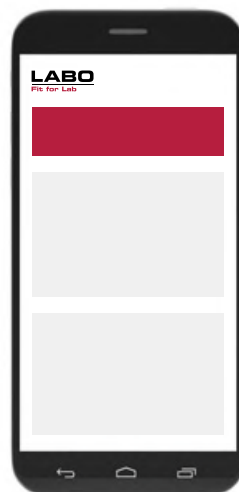
Mögliche Dateiformate: GIF, JPEG, HTML5 Datei-Größe: max. 80 KB  
Preise = Tausender-Kontakt-Preis, Datenanlieferung: 5 Arbeitstage  
vor Kampagnenstart

Damit Ihr Banner auch auf mobilen Endgeräten ausgeliefert werden kann, senden Sie uns bitte auch das entsprechende Bannerformat zu.

## Bannerübersicht Mobile



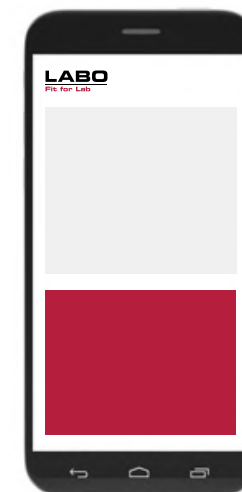
**Mobile Content**  
**Ad 4:1**  
300 x 75 Pixel  
max. 50 KB



**Mobile Content**  
**Ad 6:1**  
300 x 50 Pixel  
max. 50 KB



**Mobile Content**  
**Ad 6:1**  
300 x 50 Pixel  
max. 50 KB



**Mobile Content**  
**Ad 2:1**  
300 x 150 Pixel  
max. 50 KB



# Bannerformate Webseite Video Ads

## Video Ads

- Einbindung von Video-Anzeigen auf unseren Fachportalen

### Platzierungen:

- Billboard Video Ad
  - Medium Rectangle Video Ad
  - Landscape Video Ad (Großformat)
- (Einzel oder als Video-Rotation-Package buchbar.)

### Features:

- Video startet automatisch ohne Ton, Audio durch Nutzerinteraktion aktivierbar
- Full-Responsiveness: Auch auf mobil ausspielbar
- Video-Anzeige ist klickbar und kann mit einer Zielseite verlinkt werden
- Full-Tracking: Als, Clicks, CTR

### Ausspielung:

- Auf allen Home-, Rubriken- und Artikel-Sites

### Daten-Anlieferung:

- Bequeme Lieferung nur einer einzigen Video-Datei
- Formate: MPEG4, 3GPP, MOV, AVI, MPEGPS, WMV
- Max-Größe: 512 MB

### 3GPP / MPEG-4

| Auflösung | Zielbitrate für Videodateien | Zielbitrate für Audiodateien |
|-----------|------------------------------|------------------------------|
| 320 x 240 | 192 kBit/s                   | 32 kBit/s                    |
| 176 x 144 | 56 kBit/s                    | 24 kBit/s                    |

### MP4 / H.264 / AAC

| Auflösung   | Zielbitrate für Videodateien | Zielbitrate für Audiodateien |
|-------------|------------------------------|------------------------------|
| 1920 x 1080 | 4.000 kBit/s                 | 128 kBit/s                   |
| 1280 x 720  | 3.000 kBit/s                 | 128 kBit/s                   |
| 1280 x 720  | 2.000 kBit/s                 | 128 kBit/s                   |
| 854 x 480   | 1.500 kBit/s                 | 128 kBit/s                   |
| 854 x 480   | 1.000 kBit/s                 | 128 kBit/s                   |
| 640 x 360   | 400 kBit/s                   | 96 kBit/s                    |



Mögliche Dateiformate: GIF, JPEG, HTML5,  
Datei-Größe: max. 80 KB,  
Preise = Tausender-Kontakt-Preis  
Datenanlieferung: 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart

# Company Connector



## Company Connector – Das Netzwerk für Unternehmen

Company Connector bietet alles auf einen Blick: Produkte und Dienstleistungen, Webinare, Whitepaper, Veranstaltungstipps, Videos, Webshop, E-Paper und vieles mehr.

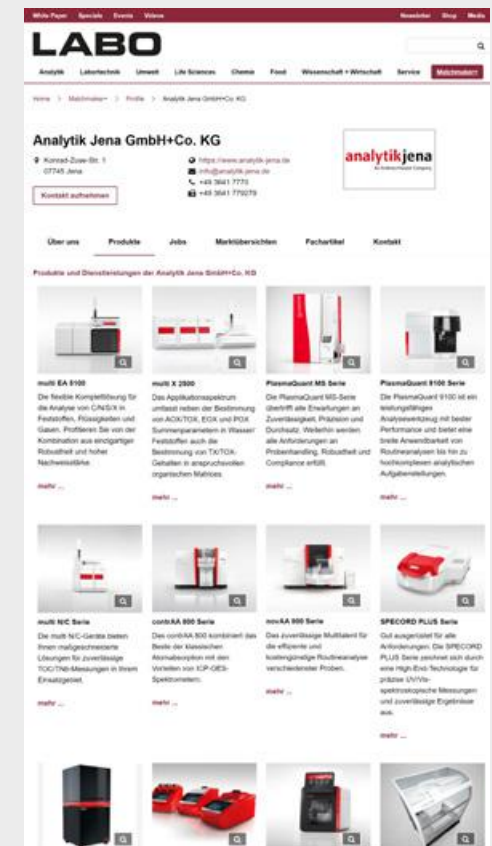
### Ihre Vorteile:

- Premiumprofil: Ihre Visitenkarte
- Multimediale Inhalte
- Listing der Fachartikel
- Jobangebote
- Leads von Kunden
- Hervorhebung in der Anbietersuche
- Einblendung in redaktionellen Fachartikeln
- Keyword Advertising
- Einbindung im Newsletter
- Social Media Postings

|   | Starter        | Premium        | Professional   |
|---|----------------|----------------|----------------|
| • Individuelle Firmen-Darstellung mit Logo, Freitext, Bild und Verlinkungen zur Website   | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Branchen-/Produkt-Einordnung  | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Produktpräsentationen mit Bildern, Beschreibungen und Verlinkungen                      | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Listing der Fachartikel im Firmenprofil   | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Jobangebote   | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Individuelle Kontaktinformationen inkl. Google-Maps-Einbindung                          | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Top-Listung in Suchergebnissen  | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Logo-Einblendung inkl. Verlinkung in allen redaktionellen Artikelseiten                 | ✓              | ✓              | ✓              |
| • Multimediale Inhalte wie Videos, Interactive E-Papers, blätterbare Kataloge, etc        |                | ✓              | ✓              |
| • White Papers, Broschüren, Kataloge, sonstige Dokumente (PDFs)                           |                | ✓              | ✓              |
| • Logo-Einblendung inkl. Verlinkung zum Firmenprofil in Newslettern (6x bzw. 12x im Jahr) |                | ✓ (6x/Jahr)    | ✓ (12x/Jahr)   |
| • Social Media Postings: auf LinkedIn, Xing, Instagram, Facebook und Twitter (6x/Jahr)    |                |                | ✓              |
| <b>Preis</b>  | <b>2.990 €</b> | <b>4.990 €</b> | <b>6.190 €</b> |

12 Monate, jährliche Abrechnung - Starttermin frei wählbar.

Nach Ablauf von 12 Monaten, verlängert sich das Abonnement auf unbestimmte Zeit mit einer Kündigungsfrist von einem Monat. Wir kümmern uns gerne um Setup und Pflege Ihres Profils (Setup € 499 einmalig, Pflege € 99 monatlich)



Muster

# Lead-Generierung

## Whitepaper



- Ihr Whitepaper wird auf labo.de publiziert und mit flankierenden Online-Werbemitteln beworben.
  - Banner zur Bewerbung in mindestens zwei LABO Newslettern
  - Mindestens zwei Posts auf den Social-Media-Kanälen von LABO
  - Präsentation Ihres Whitepapers im Teaserbereich von labo.de für zwei Monate
- Die Verlinkung erfolgt auf eine von uns erstellte Landingpage mit Eingabefeldern zur Download-Anforderung (DSGVO-konform).
- Sie generieren so eine hohe Sichtbarkeit auf unseren Kanälen und erhalten nach Abschluss der Kampagne wertvolle Leads.
- Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot und unterstützen Sie bei der Erstellung des Whitepapers sowie der Werbemittel.



### Lead-Kampagne mit Whitepaper

Zeitraum: 2 Monate

**Preis: € 4.080** zuzüglich **€ 70** je Lead

Optional auch mit einem Customized Newsletter buchbar.

**Preis: € 5.890** zuzüglich **€ 70** je Lead

## Webinar

Wenn Sie nach einem effizienten Tool für Wissens-Transfer suchen, dann sind Webinare das ideale Werbeformat. Bei einem Webinar vermitteln Sie Ihre Neuheiten und Innovationen und beziehen die Kunden aktiv und live via Chat-Fragen in das Geschehen ein. Unterstreichen Sie mit einem Webinar den Nutzen Ihrer Produkte und zugleich Ihre Themenkompetenz und Unternehmensbekanntheit.

### Leistungen:

- Vorankündigung des Webinars in mindesten drei LABO Newslettern sowie mindestens zwei Posts auf den Social-Media-Kanälen von LABO
- Display Ad zur Bewerbung Ihres Webinars auf labo.de für einen Monat
- Ankündigung in einer Rubrik für insgesamt einen Monat
- Teilnehmer-Registrierung
- Einweisung Ihres Referenten und technische Durchführung
- Eine Live-Ausstrahlung inkl. Moderation
- Im Anschluss ist das Webinar für vier Wochen als registrierungspflichtiges On-Demand-Webinar zum Download verfügbar



Bild: fizkes /stock.adobe.com



### Webinar:

**Preis: € 5.320** (nicht rabattfähig)

Optional auch mit einer ganzseitigen Ankündigung des Webinars in LABO buchbar.

(Gestaltung erfolgt über den Verlag)

**Preis: € 7.810**



Mögliche Dateiformate: GIF, JPEG, HTML, PNG, Iframe, Redirect Angaben entsprechen empfohlener Dateigröße, max. 1 MB möglich

# Native Advertising

## Native Advertising – Ihre Inhalte im Look & Feel der redaktionellen Beiträge

Das Online-Advertorial ist die ideale Lösung, um komplexe Themen langfristig und zielgruppengerecht zu präsentieren.

Gestaltet im Stil eines redaktionellen Beitrags, wird das Advertorial von Nutzer als hochwertiger Fachinhalt wahrgenommen – und erzielt dadurch eine besonders hohe Glaubwürdigkeit und Relevanz.

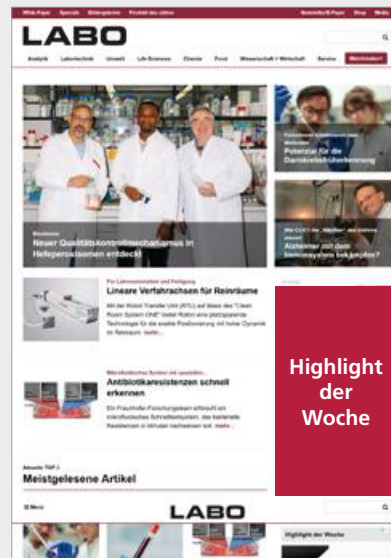


### Native Kommunikation mit nachhaltiger Wirkung.

Tipp: Kombinieren Sie das Online-Advertorial mit unserem Social Media Plus Paket, um Ihre Inhalte zusätzlich über unsere reichweitenstarken Kanäle zu verbreiten – und Ihre Sichtbarkeit in den sozialen Medien gezielt zu steigern.

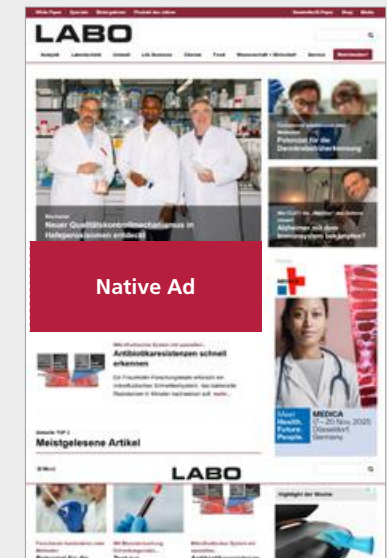
## Highlight der Woche auch inklusive Newsletter

- Präsentieren Sie Ihr Produkt, Webinar oder Ihre Veranstaltung eine Woche auf unserem Fachportal
- Headline: 40 Zeichen inkl. Leerzeichen, Text: 250 Zeichen inkl. Leerzeichen, Bild: 300 x 250 Pixel
- Verlinkung auf Ihre Website oder eine von uns gestaltete Microsite mit Ihren Beiträgen



## Native Ad der Woche auch inklusive Newsletter und Social Media Plus

- Native Ad im Look & Feel unseres Fachportals
- Headline: 40 Zeichen inkl. Leerzeichen, Text: 300 Zeichen inkl. Leerzeichen, Bild: 180 x 150 Pixel
- Verlinkung auf Ihre Website oder eine von uns gestaltete Microsite mit Ihren Beiträgen



Native Ad der Woche

**Preis: € 930**

Native Ad-Kombi

**Preis: € 1.980**

(inklusive einer Textanzeige/Native Ad im Newsletter, Spezifikationen siehe Newsletter Seite)

Native Ad-Kombi Social Plus

**Preis: € 2.660**

(zusätzliche Veröffentlichung auf unseren Social-Media-Kanälen)



Highlight der Woche

**Preis: € 680**

Highlight der Woche Kombi

**Preis: € 1.670**

(inklusive einer Textanzeige/Native Ad im Newsletter, Spezifikationen siehe Newsletter Seite)

# Social Media Posting

## Social Media Posting – Ihren Content erfolgreich über unsere Kanäle teilen

Ergänzen Sie Ihre Marktkommunikation gezielt mit einem Social Media Posting über die reichweitenstarken Kanäle von PolyFormNEXT. Ob Produktneuheit, Lösung, Video, Webinar oder Dienstleistung – erzielen Sie Aufmerksamkeit dort, wo Ihre Zielgruppe aktiv ist.

**Mehr Sichtbarkeit. Mehr Aufmerksamkeit. Mehr Wirkung.**



**LABO - Fit for Lab**  
1860 Follower ansehen  
1 Std. · 9

Roche nutzt einen mobilen #Showroom, um potentiellen Anwendern seine entwickelten Systeme für die #Diagnostik zu zeigen... mehr anzeigen

Roche-Truck tour mit Diagnostiksystemen durch Deutschland  
labo.de · Livestream: 1 Min.

71.997 Follower ansehen  
Anzeige

**LABO** @laboOnline  
Anzeige · #Whitepaper:  
Coronaviren im #Abwasser - Automatisierte massenbasierte Analyse von SARS-CoV-2

unseren LABOr Sommergesprächen:  
n Sie alles, was in Ihrer Probe ist?  
gerged Aerosol Detektortechnologie und  
ppiele

tionen und kostenfreie Anmeldung  
gYMet

reier Download unter:  
white-paper-th...

sVirus #SARSCov2 #Labor #laboratory

**Vom Kennzeichnen, Lagern und Dokumentieren: Labor-Inventar verwalten und Proben verfolgen**  
Labore müssen eine Vielzahl von Proben, Reagenzien und Lösungen verwalten, die ordnungsgemäß – kurz- oder langfristig – gelagert werden müssen. Dies erfordert Verfahren und Arbeitsabläufe, die sicherstellen...

labo.de

Marken · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Mehr



**Preis: € 750**  
(nicht rabattfähig)

**Follower: über 7.000**  
(Verlagsangabe, Stand August 2025)



### Ihre Vorteile

- Platzierung im unabhängigen Themenumfeld von LABO
- Individuell wählbarer Veröffentlichungstermin
- Zugang zu einer interaktiven, branchenspezifischen Community



# Customized Newsletter

## Customized Newsletter – Exklusiver Newsletter direkt in das Postfach Ihrer Zielgruppe

Versenden Sie Ihre **individuelle Botschaft exklusiv** an den **qualifizierten Newsletter-Verteiler von LABO**.  
Ihre Inhalte erreichen eine Zielgruppe direkt – ideal für Produktneuheiten, Eventeinladungen oder Unternehmensnews.

**Maximale Sichtbarkeit – punktgenau, exklusiv, wirkungsvoll.**

### Eine Meldung pro Customized Newsletter

**Umfang:** 1 Bild + 1 Meldung + 1 Logo

**Text:** max. 1.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

**Bildbreite:** 630 Pixel, maximale Bildhöhe: 300 Pixel

**Betreffzeile:** max. 100 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

**Verlinkungen:** max. 5

**Absender:** LABO und Werbetreibender

*Termine auf Anfrage*

#### Vorteile:

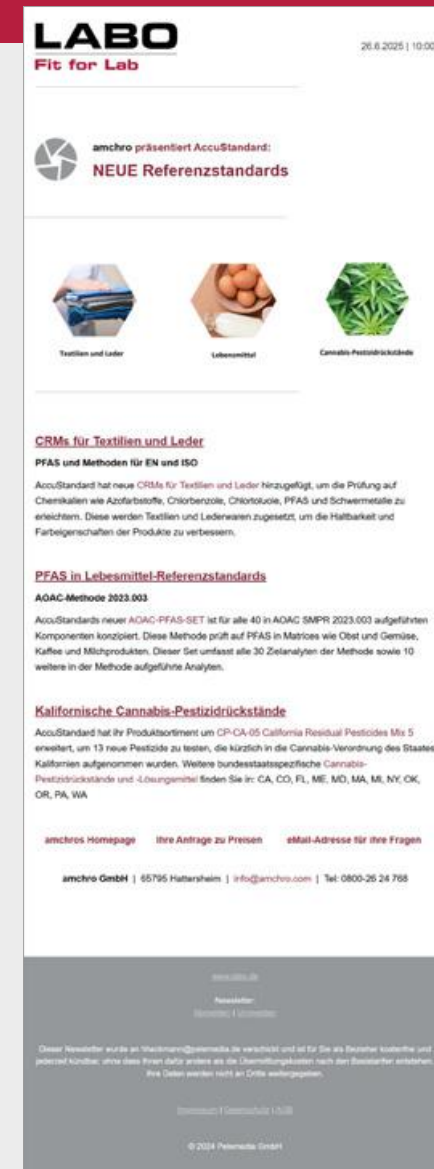
- Exklusiver Newsletter für Ihre Informationen
- Hohe Aufmerksamkeit für Ihr Unternehmen und Ihr Angebot
- Individuelle Terminabstimmung
- Maximal 1 Customized Newsletter pro Woche je Unternehmen



**Preis: € 4.300**

(nicht rabattfähig)

**Sonderkonfigurationen auf Anfrage**



Muster

## LABO ANWENDERTAGE

Auf unserem LABO Anwendertag bieten wir Expertinnen und Experten die Möglichkeit Ihr Fachwissen mit unseren Zuhörern zu teilen. Die ideale Präsentation sollte 30 bis 40 Minuten dauern und anwenderbezogene Lösungen für das Labor darstellen.

### Ihre Vorteile:

- Optimale Zielgruppenansprache
- Wertvolle Leadgenerierung durch Fachpublikum
- Unterstreichen Sie mit einer dynamischen und interaktiven Präsentation den Nutzen Ihrer Produkte und zugleich die Kompetenz Ihres Unternehmens
- Bewerbung Ihrer Vorträge: Profitieren Sie von der Reichweite von LABO über Print-Ausgabe, Newsletter, Webseite und sozialen Medien
- Vortrag auch nach dem Anwendertag noch On-Demand auf [www.labo.de](http://www.labo.de) abrufbar

Es sind verschiedene Angebotspakete buchbar – sprechen Sie uns an.



Preis: ab € 2.990

LABO ANWENDERTAG

Fit for Lab - Virtueller LABO Anwendertag

Umwelt- und Wasseranalytik am 23. November 2021

Partner dieser Veranstaltung sind u.a.:

Waters™ INTEGRIS OLS

Partner werden

Ansprechpartnerin Redaktion: Dr. Barbara Schick, Chefredakteurin LABO

Ansprechpartner Events: Marco Heuberger, Mediaberater

Home | Analytik | Labortechnik | Umwelt | Life Sciences | Chemie | Food | Wirtschaft + Forschung | Service

Media: Webinare, Podcasts, Digital Events, Shop

Service: Newsletter, RSS, Kurztel, Blog, Katalog

Webinare Angebote: Spezial, Klassiker, Bioanalytik, Webinare, Produkt der Woche, LABO App

Über uns: Unternehmens, Fit for LABO, MEDIA BUSINESS MEDIEN, Kontakt, Unternehmens, eigene, MEDIA BUSINESS MEDIEN

Freigeige Sie von: Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube

Kontakt | AGB | Datenschutz | Impressum

Copyright © 2021 WDKA BUSINESS MEDIEN GmbH. Alle Rechte vorbehalten.



# Bannerformate Newsletter

The image shows a vertical layout of a newsletter with several designated areas for advertisements:

- Premium-Platzierung Leaderboard (1)**: A red header bar at the top.
- Position 1 Unterhalb des Editorials (2)**: A red bar below the editorial content.
- Position 2 Innerhalb der redaktionellen Meldungen (2)**: A red bar within the editorial section.
- Position 3 Am Ende der redaktionellen Meldungen (2)**: A red bar at the end of the editorial section.
- Position 4 Am Ende des Newsletters (2)**: A red bar at the very bottom of the newsletter.
- Exklusiv-Newsletter**: A red bar at the bottom of the newsletter.

Sample content includes an article about 'Algen als Rohstoffquelle?' by Dr. Barbara Schick and an advertisement for '5G in Industrie und Logistik'.

Zweimal pro Woche versendet LABO seinen Newsletter an einen qualifizierten Empfängerkreis.

Die Newsletter-Abonnenten erhalten darin aktuelle Nachrichten, Produktberichte und Fachbeiträge – kompakt, relevant und direkt ins Postfach.

über **8.000\***  
Empfänger

Der LABO -Newsletter ist der ideale Werbeträger für:

- Produktvorstellungen
- Unternehmensmeldungen
- Seminar- und Veranstaltungsankündigungen

**Nutzen Sie dieses Umfeld für Ihre gezielte B2B-Kommunikation!**

\*Stand September 2025 (Verlagsangabe)

## (1) Leaderboard

**€ 1.380**

(630 x 90 Pixel, max. 200 KB),

## (2) Textanzeige / Native Ad / Video Ad / Billboard

**€ 1.090**

**Mögliche Werbeformen**

Textanzeige / Native Ad / Video Ad /  
Billboard (630 x 200 Pixel, max. 200 KB)

## Spezifikationen Textanzeige / Native Ad

Visualisierung wie Artikel

Überschrift + Text + Bild und Ziel-URL (max. 1 Link), Bild: 225 x 127 Pixel,  
max. 200 KB, Überschrift: max. 40 Zeichen, Text: max. 300 Zeichen  
jeweils inkl. Leerzeichen

## Video Ad

Das Video öffnet sich per Klick in einem separaten Fenster.  
Verlinkung zu Videos auf YouTube oder Vimeo möglich.

## Exklusiv-Newsletter

**€ 4.630**

4 Insertationsformen (Leaderboard und 3 Textanzeigen/Billboard)

- + 2 Produkt-Meldungen
- + Erwähnung in der Betreffzeile (nicht rabattfähig)

Die labo.de-Redaktion behält sich das Recht vor, die Beiträge nach Absprache mit dem Kunden zu überarbeiten.



Alle Newsletter-Werbeformen sind optimiert für  
mobile Endgeräte



**Dateiformat:** PNG, JPEG, GIF\* (\*nur ohne Animation)  
**Datenanlieferung:** 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart

# Themenplan Newsletter

|         | KW | Datum                 | Thema                               |
|---------|----|-----------------------|-------------------------------------|
| Januar  | 2  | Mittwoch, 7. Januar   | <b>Top 10 des Jahres 2025</b>       |
|         | 3  | Montag, 12. Januar    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 3  | Mittwoch, 14. Januar  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 4  | Montag, 19. Januar    | <b>SNL: Umwelt   Umweltanalytik</b> |
|         | 4  | Mittwoch, 21. Januar  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 5  | Montag, 26. Januar    | <b>SNL: Nachhaltigkeit</b>          |
| Februar | 5  | Mittwoch, 28. Januar  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 6  | Montag, 2. Februar    | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>    |
|         | 6  | Mittwoch, 4. Februar  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 7  | Montag, 9. Februar    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 7  | Mittwoch, 11. Februar | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 8  | Mittwoch, 18. Februar | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
| März    | 9  | Montag, 23. Februar   | <b>SNL: Analytica Vorschau</b>      |
|         | 9  | Mittwoch, 25. Februar | <b>SNL: Laborsoftware/LIMS</b>      |
|         | 10 | Montag, 2. März       | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>    |
|         | 10 | Mittwoch, 4. März     | <b>SNL: Liquid Handling</b>         |
|         | 11 | Montag, 9. März       | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 11 | Mittwoch, 11. März    | <b>SNL: Analytica</b>               |
|         | 12 | Montag, 16. März      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 12 | Mittwoch, 18. März    | <b>E-Paper 1/26</b>                 |
|         | 13 | Montag, 23. März      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |
|         | 13 | Mittwoch, 25. März    | <b>SNL: Probenvorbereitung</b>      |
|         | 14 | Montag, 30. März      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte  |

|       | KW | Datum               | Thema  |
|-------|----|---------------------|--|
| April | 14 | Mittwoch, 1. April  | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                             |
|       | 15 | Mittwoch, 8. April  | <b>SNL: Basics fürs Labor - Laborzubehör/Consumables</b>     |
|       | 16 | Montag, 13. April   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 16 | Mittwoch, 15. April | <b>SNL: Laborplanung / Laboreinrichtung</b>                  |
|       | 17 | Montag, 20. April   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 17 | Mittwoch, 22. April | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
| Mai   | 18 | Montag, 27. April   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 18 | Mittwoch, 29. April | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                             |
|       | 19 | Montag, 4. Mai      | <b>SNL: Analytica Rückschau</b>                              |
|       | 19 | Mittwoch, 6. Mai    | <b>SNL: IT im Labor / Künstliche Intelligenz</b>             |
|       | 20 | Montag, 11. Mai     | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 20 | Mittwoch, 13. Mai   | <b>SNL: Labordiagnostik / biomedizinische Analytik</b>       |
| Juni  | 21 | Montag, 18. Mai     | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 21 | Mittwoch, 20. Mai   | <b>E-Paper 2/26</b>  |
|       | 22 | Mittwoch, 27. Mai   | <b>SNL: Probenmanagement/Probenlogistik</b>                  |
|       | 23 | Montag, 1. Juni     | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                             |
|       | 23 | Mittwoch, 3. Juni   | <b>SNL: Arbeitswelt Labor / Fokus Fachkräfte</b>             |
|       | 24 | Montag, 8. Juni     | <b>SNL: HPLC-Anwenderwissen / LC/MS</b>                      |
|       | 24 | Mittwoch, 10. Juni  | <b>SNL: Batterieforschung und -entwicklung</b>               |
|       | 25 | Montag, 15. Juni    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 25 | Mittwoch, 17. Juni  | <b>SNL: Qualitätskontrolle in Produktion und Entwicklung</b> |
|       | 26 | Montag, 22. Juni    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 26 | Mittwoch, 24. Juni  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|       | 27 | Montag, 29. Juni    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |

# Themenplan Newsletter

|           | KW | Datum                   | Thema   |
|-----------|----|-------------------------|---|
| Juli      | 27 | Mittwoch, 1. Juli       | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                                |
|           | 28 | Montag, 6. Juli         | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 28 | Mittwoch, 8. Juli       | <b>SNL: Partikelanalyse</b>                                     |
|           | 29 | Montag, 13. Juli        | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 29 | Mittwoch, 15. Juli      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 30 | Montag, 20. Juli        | <b>SNL: Mikrobielle Biotechnologie</b>                          |
|           | 30 | Mittwoch, 22. Juli      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 31 | Montag, 27. Juli        | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 31 | Mittwoch, 29. Juli      | <b>SNL: Elementanalytik / Spektroskopie/Massenspektrometrie</b> |
| August    | 32 | Montag, 3. August       | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                                |
|           | 32 | Mittwoch, 5. August     | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 33 | Montag, 10. August      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 33 | Mittwoch, 12. August    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 34 | Montag, 17. August      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 34 | Mittwoch, 19. August    | <b>SNL: Wasseranalytik</b>                                      |
|           | 35 | Montag, 24. August      | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 35 | Mittwoch, 26. August    | <b>SNL: Mikroplastik / Umweltanalytik</b>                       |
|           | 36 | Montag, 31. August      | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                                |
| September | 36 | Mittwoch, 2. September  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 37 | Montag, 7. September    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 37 | Mittwoch, 9. September  | <b>SNL: Nachhaltigkeit</b>                                      |
|           | 38 | Montag, 14. September   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 38 | Mittwoch, 16. September | <b>E-Paper 3/26</b>   |
|           | 39 | Montag, 21. September   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                              |
|           | 39 | Mittwoch, 23. September | <b>SNL: Labor 4.0: Automation / Robotik</b>                     |
|           | 40 | Montag, 28. September   | <b>SNL: Zellkultivierung</b>                                    |
|           | 40 | Mittwoch, 30. September | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                                |

|          | KW | Datum                  | Thema  |
|----------|----|------------------------|--|
| Oktober  | 41 | Montag, 5. Oktober     | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 41 | Mittwoch, 7. Oktober   | <b>SNL: Mikroskopie</b>                                      |
|          | 42 | Montag, 12. Oktober    | <b>SNL: Materialforschung und -entwicklung</b>               |
|          | 42 | Mittwoch, 14. Oktober  | <b>E-Paper 4/26</b>  |
|          | 43 | Montag, 19. Oktober    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 43 | Mittwoch, 21. Oktober  | <b>SNL: Das sichere Labor - Sicherheit und Arbeitsschutz</b> |
|          | 44 | Montag, 26. Oktober    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 44 | Mittwoch, 28. Oktober  | <b>SNL: Labordiagnostik / biomedizinische Analytik</b>       |
|          | 45 | Montag, 2. November    | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                             |
| November | 45 | Mittwoch, 4. November  | <b>SNL: Reinraum</b>   |
|          | 46 | Montag, 9. November    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 46 | Mittwoch, 11. November | <b>SNL: Laborplanung Labor 4.0 / Smart Infrastructure</b>    |
|          | 47 | Montag, 16. November   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 47 | Mittwoch, 18. November | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 48 | Montag, 23. November   | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 48 | Mittwoch, 25. November | <b>E-Paper 5/26</b>  |
|          | 49 | Montag, 30. November   | <b>Top 10 Artikel des Monats</b>                             |
|          | 49 | Mittwoch, 2. Dezember  | <b>SNL: Lebensmittelanalytik</b>                             |
| Dezember | 50 | Montag, 7. Dezember    | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 50 | Mittwoch, 9. Dezember  | Wissenschaft, Wirtschaft, Produkte                           |
|          | 51 | Montag, 14. Dezember   | <b>SNL: Labormanagement/Qualitätssicherung</b>               |
|          | 51 | Mittwoch, 16. Dezember | <b>Jahresrückblick 2026/Ausblick 2027</b>                    |

SNL=Sondernewsletter

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Werbung der Pelemedia GmbH (Stand 2025)

Hier finden Sie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) der Pelemedia GmbH, die für die Nutzung der Dienste von Pelemedia gilt.

Für einen registrierungspflichtigen Dienst bei Pelemedia müssen Sie Ihr Einverständnis zu den für die Nutzung dieses Dienstes jeweils anwendbaren Nutzungsbedingungen geben. Hierzu klicken Sie bitte auf das Feld „Einverstanden“, oder setzen zur Erteilung Ihres Einverständnisses einen Haken im Rahmen des Opt-In-Verfahrens. Durch das Anklicken des Feldes „Einverstanden“ bzw. das Setzen des Hakens erklären Sie, dass Sie die AGB gelesen haben und mit ihnen einverstanden sind. Sie können die AGB auch ausdrucken oder herunterladen.

**1. Geltungsbereich:** Die AGB gelten für alle auf den Seiten von Pelemedia dem Nutzer angebotenen Leistungen insbesondere für die kostenpflichtigen Inhalte & Services, für die Gewinnspiele sowie den Marktplatz- und Community-Bereich. Abweichungen von diesen AGB oder speziellen Nutzungsbedingungen zu einzelnen Diensten gelten nur dann als vereinbart, wenn sie von Pelemedia ausdrücklich schriftlich bestätigt wurden. Insbesondere die bloße Unterlassung eines Widerspruchs seitens Pelemedia gegen andere AGB führt nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Pelemedia ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Pelemedia wird den Nutzer rechtzeitig über die Änderung der für ihn geltenden AGB unterrichten. Die Änderung gilt als vom Nutzer genehmigt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Zugang der Änderungsankündigung der Änderung widerspricht oder den Vertrag kündigt. Pelemedia ist im Falle des Widerspruchs zur fristgerechten Kündigung berechtigt. Pelemedia wird in der Unterrichtung über die Änderungen auf die Möglichkeiten des Widerspruchs und der Kündigung, die Frist und die Rechtsfolgen, insbesondere hinsichtlich eines unterbliebenen Widerspruchs, besonders hinweisen.

Pelemedia ist im Rahmen der Änderung der AGB insbesondere berechtigt, im Falle der Unwirksamkeit einer Bedingung diese mit Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen, bei Änderung einer gesetzlichen Vorschrift oder höchstgerichtlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtslage entspricht, sofern der Nutzer durch die neue bzw. geänderte Bedingungen nicht schlechter steht als nach der ursprünglichen Bedingung. Jede Änderung einschließlich der aktualisierten Version der AGB wird dem Nutzer per E-Mail zugestellt. Pelemedia ist nicht verantwortlich für die von Dritten bereitgehaltenen Internet-Dienste, auf die Pelemedia von seinen Seiten verlinkt oder die Pelemedia vermittelt. Für diese Angebote gelten jeweils die Nutzungsbedingungen der jeweiligen Anbieter. Dies gilt insbesondere für Kooperations-Partner auf Pelemedia. Die Angebote der Kooperationspartner auf Pelemedia stellen lediglich eine Vertriebsplattform für den jeweiligen Partner von Pelemedia dar. Bei Inanspruchnahme der durch Kooperationspartner angebotenen Angebote entsteht zwischen dem Nutzer und dem Kooperations-Partner eine eigenständige Rechtsbeziehung, die unabhängig ist von einer etwaigen Rechtsbeziehung zwischen Pelemedia und dem Nutzer. Die Rechtsbeziehung zwischen Partner und Nutzer richtet sich ausschließlich nach den Geschäftsbedingungen und Betriebsprozessen des Kooperations-Partners. Pelemedia übernimmt hierfür keinerlei Haftung oder Gewährleistung.

**2. Zugangs- und Teilnahmeberechtigung:** Grundsätzlich sind alle Nutzer zugangs- und teilnahmeberechtigt. Für Gewinnspiele gibt es folgende Mindestangaben. Teilnahmeberechtigt sind alle Personen, die das 18. Lebensjahr vollendet haben oder eine Einverständniserklärung eines Erziehungsberechtigten nachweisen können. Jeder Gewinnspiel-Teilnehmer erklärt sich durch seine Teilnahme am Spiel damit einverstanden, in der Printausgabe, auf der Webseite mit Namen und Foto veröffentlicht zu werden, sowie in weitere Nutzungsrechte zu Werbe- und Vertriebszwecken einzuvilligen. Die Teilnahme an Gewinnspielen ist für Mitarbeiter der Pelemedia GmbH, sowie für Personen, die an der Veranstaltung des Spiels beteiligt waren, ausgeschlossen. Das gilt auch für deren Angehörige. Pelemedia behält sich das Weiteren das Recht vor, jederzeit das Reglement von Gewinnspielen zu ändern bzw. zu korrigieren. Pelemedia schließt Verträge über kostenpflichtige Inhalte und über die Vermittlung von Internetzugängen nur mit Personen über 18 Jahre oder nach ausdrücklicher Zustimmung des gesetzlichen Vertreters. Im Übrigen sind die Internetseiten nicht an Personen in Ländern gerichtet, die das Vorhalten bzw. den Aufruf der darin eingestellten Inhalte untersagen. Jeder Nutzer ist selbst verantwortlich, sich über etwaige Beschränkungen vor Aufruf dieser Webseiten zu informieren und diese einzuhalten.

**3. Verfügbarkeit:** Die Leistungen von Pelemedia werden unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit dem Nutzer angeboten. Pelemedia bemüht sich abzusichern, dass dem Nutzer die Leistungen von Pelemedia ohne Störungen zur Verfügung stehen. Durch Wartungsarbeiten und/oder Weiterentwicklung und/oder andere Störungen können die Nutzungsmöglichkeiten eingeschränkt und/oder zeitweise unterbrochen werden. Dadurch kann es unter Umständen auch zu Datenverlusten kommen. Daraus entstehen keine Entschädigungsansprüche der betroffenen Nutzer. Pelemedia ist ferner berechtigt, die angebotenen Dienste und Leistungen jederzeit nach eigenem Ermessen ohne Ankündigung zu ändern oder einzustellen.

**4. Vertragsverhältnis:** Das Vertragsverhältnis über die Nutzung kostenpflichtiger Inhalte von Pelemedia kommt durch die Anmeldung bei dem gewünschten und gewählten Zahlungssystemanbieter, der Zustimmung zu den allgemeinen Nutzungsbedingungen und der jeweiligen Annahme durch Pelemedia zustande. Die Annahme durch Pelemedia erfolgt spätestens mit Eröffnung des Zugriffs auf den kostenpflichtigen Inhalt. Über die Nutzung von Diensten Dritter, die Pelemedia auf ihren Seiten bewirbt, bzw. zu denen Pelemedia über ihre Seiten den Zugang vermittelt, kommen Vertragsverhältnisse ausschließlich zwischen dem Nutzer und dem anbietenden Dritten zustande. Pelemedia übernimmt hierfür keinerlei Haftung oder Gewährleistung.

**5. Eröffnung eines Nutzer-Accounts:** Für bestimmte Leistungen auf den Seiten von Pelemedia muss sich der Nutzer registrieren oder kann einen Nutzer-Account eröffnen. Der Nutzer versichert, dass die von ihm im Rahmen

einer Registrierung oder im Rahmen einer Eröffnung eines Nutzer-Accounts auf den Seiten von Pelemedia gemachten Angaben zu seiner Person, insbesondere sein Vor-, Nachname und seine Postanschrift sowie das Geburtsdatum und die E-Mail Adresse wahrheitsgemäß und richtig sind, und dass er, sofern sich die dort gemachten Angaben verändern, die Änderung der Daten unverzüglich Pelemedia anzeigt.

**6. Zahlungsvorgänge:** Die Entgelte für kostenpflichtige Inhalte werden vor Erbringung der Leistung mit einem vom Nutzer zu wählenden Zahlungssystemanbieter abgerechnet. Es gelten hierbei ausschließlich die Nutzungsbedingungen des jeweils vom Nutzer ausgewählten Zahlungssystemanbieters, auf die an gegebener Stelle hingewiesen und entsprechende Hilfestellungen gegeben werden. Die Entgeltforderungen sind entsprechend den jeweiligen Nutzungsbedingungen mit dem jeweils gewählten Zahlungssystemanbieter zu begleichen.

Wenn der Nutzer seinen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommt bzw. Zahlungssaktionen nicht durchgeführt oder solche rückbelastet werden, ist Pelemedia, vorbehaltlich weitergehender Ansprüche, berechtigt, den Zugang des Nutzers zu sperren. Erfolgt die Sperrung wegen offen stehender Forderungen und gleicht der Nutzer diese aus, wird der Zugang wieder entserrt. Pelemedia behält sich das Recht vor, Dritte mit der Durchführung des Inkassos zu beauftragen.

**7. Pflichten des Nutzers:** Der Nutzer verpflichtet sich, im Rahmen der Nutzung der Dienste von Pelemedia nicht gegen geltende Rechtsvorschriften und etwaige vertragliche Bestimmungen zu verstoßen. Er verpflichtet sich insbesondere dazu, dass etwaige von ihm verbreiteten Inhalte keine Rechte Dritter (z. B. Urheberrechte, Patent- und Markenrechte) verletzen, dass die geltenden Strafgesetze und Jugendschutzbestimmungen beachtet werden und dass keine rassistischen, den Holocaust leugnenden, grob anstößigen, pornografischen oder sexuellen, jugendgefährdenden, extremistischen, Gewalt verherrlichenden oder verharmlosenden, den Krieg verherrlichenden, für eine terroristische oder extremistische politische Vereinigung werbenden, zu einer Straftat auffordernden, ehrverletzende Äußerung enthaltenden, beleidigenden oder für Minderjährige ungeeigneten oder sonstige strafbaren Inhalte verbreitet werden. Der Nutzer verpflichtet sich weiter, zum Schutz der Daten den anerkannten Grundsätzen der Datensicherheit Rechnung zu tragen und die Verpflichtungen der Datenschutzbestimmungen zu beachten, ggf. an Pelemedia ausgehende E-Mails und Abfragen mit größtmöglicher Sorgfalt auf Viren zu überprüfen, gesetzliche, behördliche und technische Vorschriften einzuhalten, seinen eventuellen Nutzernamen und das Kenn- sowie das Passwort geheim zu halten, nicht weiterzugeben, keine Kenntnisnahme zu dulden oder zu ermöglichen und die erforderlichen Maßnahmen zur Gewährleistung der Vertraulichkeit zu ergreifen und bei einem Missbrauch oder Verlust dieser Angaben oder einem entsprechenden Verdacht diese Pelemedia unverzüglich anzuzeigen. Hinweise auf eine missbräuchliche Nutzung der Inhalte von Pelemedia oder des Zahlungssystems sind Pelemedia ebenfalls unverzüglich anzuzeigen. Der Nutzer stellt Pelemedia von etwaigen Ansprüchen Dritter, die diese gegen Pelemedia aufgrund von Verletzung ihrer Rechte durch diesen Nutzer geltend machen, frei. Dazu gehören auch die Kosten einer angemessenen Rechtsverfolgung und -verteidigung. Pelemedia behält sich das Recht vor, bei begründetem Verdacht missbräuchlicher Nutzung der Leistungen von Pelemedia oder der Zahlungssysteme diesem Nutzer den Zugang zu ihren Inhalten und den eventuell bestehenden Nutzer-Account zu sperren, sowie die Ermittlungsbehörden einzuschalten. Gegen Ansprüche von Pelemedia kann der Nutzer nur mit unbestrittenen oder rechtskräftigen Ansprüchen aufrechnen. Zurückbehaltungsrechte stehen dem Nutzer nur wegen Ansprüchen aus dem einzelnen, konkreten Vertragsverhältnis zu, dessen Bestandteil diese AGB sind.

**8. Haftung:** Eine Haftung von Pelemedia sowie ihrer Vertreter oder Erfüllungsgehilfen auf Schadensersatz, insbesondere wegen Verzugs, Nichterfüllung, Schlechterfüllung oder unerlaubter Handlung besteht nur bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, auf deren Erfüllung in besonderem Maße vertraut werden durfte. Der Haftungsausschluss gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Im Übrigen ist eine Haftung von Pelemedia ausgeschlossen, es sei denn, es bestehen zwingende gesetzliche Regelungen. Pelemedia haftet nur für vorhersehbare Schäden. Die Haftung für mittelbare Schäden, insbesondere Mangelfolgeschäden, unvorhersehbare Schäden oder untypische Schäden sowie entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen. Gleiches gilt für die Folgen von Arbeitskämpfen, zufälligen Schäden und höherer Gewalt. Pelemedia stellt eigene Informationen und Daten sowie Informationen anderer Anbieter mittels Hyperlinks (Internetverknüpfung) im Internet und auf mobilen Endgeräten zur Verfügung. Diese Informationen und Daten dienen allein Informationszwecken, ohne dass sich der Nutzer auf die Aktualität, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen berufen oder verlassen kann. Pelemedia übernimmt insofern keine Gewährleistung oder Haftung, insbesondere nicht für direkte oder indirekte Schäden, die durch die Nutzung der Informationen oder Daten, die auf den Pelemedia Websites zu finden sind, entstehen. Pelemedia übernimmt insbesondere keine Verantwortung für Inhalte oder die Funktionsfähigkeit, Fehlerfreiheit oder Rechtmäßigkeit von Webseiten Dritter, auf die durch Verlinkung von den Pelemedia Websites verwiesen wird. Pelemedia bietet Diskussionsforen und Chats an. Die von den Nutzern in diesen Foren ausgetauschten Inhalte und Informationen unterliegen keiner Kontrolle durch Pelemedia. Aus diesem Grund übernimmt Pelemedia keine Haftung für die in die Foren eingestellten Inhalte und Informationen. Die Verantwortung für die Inhalte, die der Nutzer auf den Seiten von Pelemedia veröffentlicht, liegt ausschließlich bei dem Nutzer. Pelemedia schließt jegliche Haftung wegen technischer oder sonstiger Störungen aus. Pelemedia übernimmt keine Haftung für jegliche Schäden oder Verluste, insbesondere beim Versand der im Rahmen eines Gewinnspiels zu übergebenden Gewinne. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten für sämtliche vertragliche und nichtvertragliche Ansprüche.

**9. Mängelhaftung:** Werden kostenpflichtige Inhalte wegen unvollständiger oder mangelhafter Leistungen von Pelemedia durch den Nutzer beanstandet, so muss der Nutzer entsprechend der Nutzungsbedingungen des vom Nutzer gewählten Zahlungssystemanbieters die Beanstandungen entweder Pelemedia oder dem Zahlungsanbieter unverzüglich nach Kenntnisnahme anzeigen. Haftet Pelemedia wegen berechtigter und rechtzeitiger Be-

anstandungen, so hat Pelemedia im Fall unvollständiger Leistung nachzuliefern und im Fall mangelhafter Leistung nach ihrer Wahl nachzubessern oder Ersatz zu liefern. Der Nutzer kann Herabsetzung der Entgelte verlangen, wenn Nachbesserungsversuche oder Ersatzlieferung von Pelemedia verweigert werden, unmöglich sind oder in sonstiger Weise fehlschlagen. Es besteht kein Rücktrittsrecht zu Gunsten des Nutzers.

**10. Urheberrecht:** Sämtliche auf den Seiten von Pelemedia veröffentlichte Inhalte, Informationen, Bilder, Videos und Datenbanken und Computerprogramme (z.B. Widgets) sind urheberrechtlich geschützt. Die Nutzung ist nur für den privaten persönlichen Gebrauch gestattet. Jede darüber hinausgehende Nutzung, insbesondere die private und gewerbliche Vervielfältigung, Änderung, Verbreitung oder Speicherung von Informationen oder Daten, insbesondere von Texten, Textteilen, von Bild- und Filmmaterial, bedarf der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung von Pelemedia. Dies gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigung auf CD-ROM, DVD etc. Nicht gestattet ist eine private und/oder gewerbliche Vervielfältigung, Änderung, Verbreitung oder sonstiger Missbrauch von Computerprogrammen. Der Nutzer erwirbt durch das Herunterladen oder die Zusendung des Quellcodes eines Computerprogrammes keine Eigentumsrechte. Es werden keinerlei Urheberrechte oder sonstige Leistungsschutzrechte übertragen. Wird der Dienst und/oder die Leistungen eingestellt, ist der Nutzer verpflichtet, den zur Verfügung gestellten Quellcode unverzüglich zu löschen. Im Übrigen gelten die rechtlichen Grenzen, die sich aus dem Urheberrecht und den sonstigen anwendbaren gesetzlichen Vorschriften ergeben.

**11. Vom Nutzer eingesandte Inhalte:** Der Nutzer, der (z. B. im Rahmen von Gewinnspielen, Leser-Aktionen, Internetwettbewerben) eigene Inhalte (z. B. Videos, Fotos, Fotoserien, Texte etc.) an Pelemedia einsendet, erklärt sich durch die Einsendung damit einverstanden, dass die eingesandten Inhalte honorarfrei im Internet und im Printbereich vervielfältigt, verbreitet und öffentlich wiedergegeben werden. Der Nutzer erklärt weiterhin, sämtliche Urheber- sowie sonstige Rechte an den eingesandten Inhalten zu besitzen und dass auf eingesandten grafischen Inhalten (z. B. Videos, Fotos, Fotoserien) abgebildete Personen, die nicht nur Beiwerk zu einer Örtlichkeit oder Teil von abgebildeten Versammlungen, Aufzügen oder ähnlichen Vorgängen sind, mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Bei Personen unter 18 Jahren gilt das Einverständnis des Erziehungsberechtigten. Auf dem Postweg eingesandte Beiträge können nicht an den Teilnehmer zurückgeschickt werden. Die Nutzer verpflichten sich, keine Inhalte mit rechtswidrigen, grob anstößigen, pornografischen oder sexuellen, jugendgefährdenden, extremistischen, Gewalt verherrlichenden oder verharmlosenden, den Krieg verherrlichenden, für eine terroristische oder extremistische politische Vereinigung werbenden, zu einer Straftat auffordernden, ehrverletzende Äußerung enthaltenden, oder sonstigen strafbaren Inhalten an Pelemedia zu senden. Ebenso verpflichtet sich der Nutzer keine Inhalte zu versenden, die Werbung oder gewerbliche Inhalte enthalten. Pelemedia behält sich das Recht vor, eingesandte Inhalte nicht zu veröffentlichen. Der Nutzer stellt Pelemedia von allen Ansprüchen Dritter vollumfänglich frei, die dadurch entstehen, dass der Nutzer gegen seine Pflichten nach diesen Bedingungen verstößt oder - entgegen dieser Erklärung - der Nutzer nicht alle Rechte an den eingesandten Inhalten besitzt oder abgebildete Personen nicht mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Die eingesendeten Inhalte sind persönliche Äußerungen der Nutzer und stellen nicht die Meinung von Pelemedia dar. Der Nutzer hat keinen Rechtsanspruch auf Veröffentlichung der eingesandten Inhalte.

**12. Widerrufsrecht:** Der Nutzer ist berechtigt, seine auf den Vertragsabschluss gerichtete Willenserklärung binnen zwei Wochen zu widerrufen. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung der Widerrufserklärung. Sie ist ohne Angabe von Gründen schriftlich abzugeben und zu richten an: Pelemedia GmbH, Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar. Im Falle eines wirksamen Widerrufs sind die beiderseits empfangenen Leistungen zurückzugewähren und gegebenenfalls gezogene Nutzungen herauszugeben. Kann der Nutzer die empfangenen Leistungen ganz oder teilweise nicht oder nur in verschlechtertem Zustand zurückgewähren, muss insoweit Wertsatz geleistet werden. Das Widerrufsrecht entfällt jedoch, wenn Pelemedia mit der Ausführung der Dienstleistung mit der ausdrücklichen Zustimmung des Nutzers vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder der Nutzer diese Ausführung selbst veranlasst hat (z. B. durch Download etc.).

**13. Kündigung:** Die Kündigung aus wichtigem Grund bleibt jeder Partei vorbehalten. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn der Nutzer trotz Mahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt und/oder der Nutzer ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von Pelemedia zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigend wirkenden Zwecken einsetzt. Sämtliche Kündigungen nach diesen AGB haben durch eine schriftliche Mitteilung an die in Punkt 12 genannte Adresse zu erfolgen. Mit Wirksamwerden der Kündigung wird der Zugang zu den Leistungen von Pelemedia gesperrt.

**14. Erfüllungsort/Gerichtsstand:** Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

**15. Schlussbestimmungen:** Im Zusammenhang mit der Teilnahme an Gewinnspielen ist der Rechtsweg ausgeschlossen. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen oder fehlenden Bestimmungen treten die jeweiligen gesetzlichen Regelungen.

# Ihre Ansprechpartner

## Mediaberatung



**Marco Heuberger**  
Account Manager  
Tel.: 089 2006573-26  
mheuberger@pelemedia.de



**Edith Vollhardt**  
Disposition Print/Online  
Tel.: 089 2006573-13  
evollhardt@pelemedia.de

## Redaktion



**Dr. Barbara Schick**  
Chefredakteurin  
Tel.: 089 2006573-37  
bschick@pelemedia.de



**Melanie Steinbeck**  
Online-Redakteurin  
Tel.: 089 2006573-25  
msteinbeck@pelemedia.de



**Mara Hofacker**  
Lektorin  
Tel.: 089 2006573-10  
mhofacker@pelemedia.de



**Karin Hartnagel**  
Assistenz  
Tel.: 089 2006573-00  
khartnagel@pelemedia.de

## Online / Marktforschung



**Christoph Dück**  
Leitung Online  
Tel.: 089 2006573-14  
cdueck@pelemedia.de



**Christian Dressler**  
Stellvertretende Leitung Online  
Tel.: 089 2006573-15  
cdressler@pelemedia.de



**Nike Menrath**  
Leitung Service /  
Disposition | Events  
Tel.: 089 2006573-11  
nmenrath@pelemedia.de



**Marc Schneider**  
Head of Data | Distribution |  
Production | Prokurist  
Tel.: 089 2006573-05  
mschneider@pelemedia.de

## Verlag



**Heike Heckmann**  
Verlagsleiterin | Prokuristin  
Tel.: 089 2006573-02  
hheckmann@pelemedia.de



**Peter Eberhard**  
Geschäftsführer  
Tel.: 089 2006573-01  
peberhard@pelemedia.de

# LABO

Fit for Lab



[www.labo.de](http://www.labo.de)



Pelemedia GmbH  
Richard-Reitzner-Allee 2  
85540 Haar  
Tel.: 089 2006573-00  
[info@pelemedia.de](mailto:info@pelemedia.de)