

media information 2018



LABORJOURNAL online



» Am 1. Januar 2018: Relaunch!

d

Der Verlag

» Der gute „alte“ Journalismus

Was als kleines, mutiges Regioprojekt in Freiburg und Basel begann, ist heute groß, stark und im gesamten deutschsprachigen Raum verbreitet. Inzwischen schreiben und recherchieren mehr als 30 Freie Mitarbeiter für *Laborjournal*. Dagegen dürfte sich die Zahl der Forscher, die *Laborjournal* nicht kennen, langsam der Null nähern.

Wie ist dieser Erfolg zu erklären?

Dieser Erfolg hat sicher viele Väter, aber was *Laborjournal* von anderen Zeitschriften im Dunstkreis der Bioforschung am meisten unterscheidet, ist, dass hier wirklich Journalismus betrieben wird. Und zwar Magazinjournalismus. Also: gut recherchierte Artikel zu aktuellen Themen, Hintergrundberichte, Interviews, Portraits, kurz alles, was zu einem guten Nachrichtenmagazin gehört. Und das alles geschrieben in einer klaren und unverquasteten Sprache.

Johannes Doehmer, ehemaliger Professor für Toxikologie und Gründer der Biotech-Firma GenPharmTox: „Sich aber trotz solider redaktioneller Arbeit das Image eines *Simplicissimus* für Wissenschaft und Forschung bewahrt zu haben und sich weiterhin *Frisch, Frech, Frei und Fröhlich (4F)* zu präsentieren, mit enormer Hilfe für die *Underdogs* und mit dämpfender Wirkung auf die *Platzhirsche*, macht den Erfolg von *Laborjournal* aus.“

Die forschenden Leser und Leserinnen danken es der Redaktion. Wo immer Laborjournalisten anrufen oder vorbeikommen, stoßen sie auf große Zustimmung und Ermutigung, auch in den vielen E-Mails und Briefen, die in der Redaktion eingehen. Die Forscher und Forscherinnen vor Ort wissen, dass *Laborjournal* auf ihrer Seite steht. Das belegt auch die große Anzahl an Informationen über Missstände oder Fehlverhalten, die der Redaktion vertrauensvoll übergeben werden.

„Heiße Eisen in der Forschung anzufassen und auch kritische Neuigkeiten in die Öffentlichkeit zu vermitteln – das hat sich das *Laborjournal* in den letzten 10 Jahren zur Aufgabe gemacht.“
(Peter Gruss, Präsident der Max-Planck-Gesellschaft)

Heiße Eisen und kritische Neuigkeiten gibt's auch auf *Laborjournal online* zu lesen. Hier kann man sich die Zeit zwischen zwei *Laborjournal*-Ausgaben mit aktuellen Artikeln und Kommentaren etwas verkürzen. Aber auch das Archiv mit den vielen nützlichen Rubriken sei empfohlen.

Dass auch dieses Angebot gerne wahrgenommen wird, zeigt die ständig steigende Anzahl an Seitenklicks.

Hätten Sie etwas anderes erwartet?

d

Erscheinungsplan 2018

HEFT	ERSCHEINUNGSTAG	ANZEIGENSCHLUSS	PRODUKTÜBERSICHTEN / SPECIALS	MESSEN / KONGRESSE
1-2	05.02.	15.01.	<p>» Methoden: High Content Screening und Analyse</p> <p>Produktübersicht Zellkulturgefäße, -platten und -schalen</p>	<p>DGPT-Jahrestagung Göttingen, 26.2.-1.3.</p> <p>Bonusdistribution</p>
3	05.03.	09.02.	<p>» Methoden: Neueste Trends bei PCR und qPCR</p> <p>Produktübersicht Genomamplifizierungs (WGA)-Kits</p> <p>■ Messevorbericht analytica</p>	
4	03.04.	08.03.	<p>» Methoden: Neue Nanoskopie-Techniken (DNA-PAINT, Minflux, etc.)</p> <p>Produktübersicht Wasserbäder und Schüttelwasserbäder</p> <p>■ Messeausgabe analytica</p>	<p>■ analytica München, 10.4.-13.4.</p> <p>Bonusdistribution VAAM-Jahrestagung Wolfsburg, 15.4.-18.4.</p>
5	09.05.	20.04.	<p>» Special: Bioaktive (Nano-) Materialien (Tissue Engineering, Gen- und Wirkstofftransport, Zell-Imaging, Stammzellkultur, Spektroskopie)</p> <p>Produktübersicht Enzyme, Kits & Reagenzien fürs Genom-Editing</p>	
6	05.06.	14.05.	<p>» Methoden: Neue Klonierungsstrategien</p> <p>Produktübersicht Molekularbiologische Dienstleistungen</p> <p>■ Messeausgabe Achema</p>	<p>■ Achema Frankfurt/M., 11.6.-15.6.</p> <p>Bonusdistribution</p>
7-8	10.07.	18.06.	<p>» Essayheft: Akteure aus Forschung und Bio-Industrie präsentieren ihre eigenen „heißen“ Themen</p> <p>Produktübersicht Live-Cell-Imaging-Systeme</p>	<p>Basel Life Basel, 12.9.-14.9.</p>
9	13.09.	22.08.	<p>» Special: Einzelzell-Genomik und -Proteomik (DNA-Sequenzierung, Zellisolierung, PCR, Massenspektroskopie, Durchflusszytometrie)</p> <p>Produktübersicht Probenkühlung (Kühlboxen, Tischkühlbehälter, Kühlracks etc.)</p>	
10	12.10.	19.09.	<p>» Methoden: Software-Tools für das Genom Editing</p> <p>Produktübersicht Geräte für Western Blots</p>	
11	12.11.	18.10.	<p>» Special: Mikroorganismen – von der Sequenz zur Kultur (Mikrobiomik, Sequenzanalyse, Isolierung, Kultivierung, Typisierung)</p> <p>Produktübersicht Inkubatoren</p>	<p>Medica Düsseldorf, 12.-15.11.</p>
12	10.12.	16.11	<p>» Methoden: Probenvorbereitung für die Proteinanalyse</p> <p>Produktübersicht Affinitätsreinigungs-Kits</p>	

Anzeigenpreisliste Nr. 24 gültig ab 1. Oktober 2017

1 » Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

2 » Satzspiegel:

180 mm x 260 mm

3 » Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Rollenoffsetdruck, Klebebindung, 3 mm Beschnitt. Wir benötigen PDF-Dateien mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi.

4 » Termine:

Erscheinungsweise 10 x jährlich. Erscheinungstermin und Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 » Anzeigenabteilung:

Produkt-/Imageanzeigen Telefon: +49(0)6201/290 92-0
E-Mail: info@top-ad-online.de Telefax: +49(0)6201/290 92-20
www.top-ad-online.de

Stellenanzeigen Telefon: +49(0)761/292 5885
E-Mail: stellen@laborjournal.de Telefax: +49(0)761/357 38

6 » Zahlungsbedingungen:

Zahlung sofort ohne Abzug. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

7 » Anzeigenformate und Preise in Euro:

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w
1/1 Seite	180 x 260	€ 4.160,-
Junior Page	135 x 190	€ 2.430,-
1/2 Seite	90 x 260 oder 180 x 130	€ 2.280,-
1/3 Seite	60 x 260 oder 180 x 85	€ 1.600,-
1/4 Seite	90 x 130 oder 180 x 65	€ 1.200,-
1/6 Seite	60 x 130 oder 180 x 40	€ 830,-
1/8 Seite	90 x 65 oder 180 x 33	€ 680,-

8 » Vorzugsplatzierungen:

2., 3., 4. Umschlagseite € 4.600,-

Anzeigenstrecken, max. 2 pro Ausgabe (nicht rabattierfähig)

4 x 1/1 Seite, 4-farbig fortlaufend € 12.000,-

6 x 1/1 Seite, 4-farbig fortlaufend € 16.000,-

Aufklappbare Titelseite, 2/1 Seite, 4-farbig
rechts aufklappbar (nicht rabattierfähig) € 10.800,-

zuzüglich technische Kosten
(nicht rabattierfähig und AE-fähig) € 2.400,-

Andere Platzierungsvorschriften, soweit erfüllbar:

10% Zuschlag auf den Grundpreis s/w

9 » Farbzuschläge (nicht rabattierfähig):

Zuschlag pro (sichtbarer) Farbe nach Euro-Skala € 390,-

Zuschlag für 4-Farbanzeige € 1.100,-

Zuschlag für 4-Farbanzeige Format ¼ Seite und kleiner € 780,-

Sonderfarbe € 700,-

(Eine Sonderfarbe, die aus einem 4-Farbdruck gedruckt werden kann,

wird mit dem Zuschlag nach Euro-Skala von € 390,- berechnet)

10 » Zuschlag für Sonderformate:

Für angeschnittene Anzeigen (nicht rabattierfähig) € 150,-
Sichtbares Format ist das Zeitschriftenformat DIN A4. 3 mm werden an allen Seiten maschinell abgeschnitten, damit kein weißer Rand entsteht. Bitte legen Sie die Daten mit den unten aufgeführten Maßen an.

Druckformat (Breite x Höhe)	3 mm Beschnitt	Datenformat
1/1 Seite: 210 x 297	oben, unten, rechts u. links	216 x 303
1/2 Seite hoch: 102 x 297	oben, unten u. rechts	105 x 303
1/2 Seite quer: 210 x 148	unten, rechts u. links	216 x 151
1/3 Seite hoch: 70 x 297	oben, unten u. rechts	73 x 303
1/3 Seite quer: 210 x 99	unten, rechts u. links	216 x 102

11 » Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten jeweils auf den s/w-Grundpreis:

ab 3 Anzeigen = 5 % ab 6 Anzeigen = 10 %

ab 9 Anzeigen = 15 % ab 12 Anzeigen = 20 %

12 » Einhefter:

2-seitig € 5.760,-

4-seitig € 6.990,-

2-seitige Einhefter sind unbeschnitten, 4-seitige Einhefter gefalzt und unbeschnitten anzuliefern. Die Papiergrammatur darf 135 g nicht überschreiten.

Technische Daten bei Auftragserteilung. Beihefter werden nach der Mengestaffel rabattiert. Unabhängig vom Umfang gilt 1 Beihefter als 1 Anzeige.

13 » Beilagen (nicht rabattierfähig):

max. 6 Beilagen pro Ausgabe, max. Format: 202 mm breit, 290 mm hoch

Beilagen bis 25 g € 6.190,-

Beilagen bis 50 g € 7.600,-

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

14 » Versandanschrift für Einhefter und Beilagen:

Beilagen und Einhefter senden Sie bitte an unsere Druckerei.

Die Versandanschrift und den Anlieferungstermin erhalten Sie nach Auftragserteilung.

15 » Stellen- und Kongressanzeigen:

Anzeigen mit Logo und Rahmen

Format	Breite x Höhe in mm	s/w	farbig
1/1 Seite	185 x 260	€ 1.950,-	€ 2.950,-
1/2 Seite	90 x 260 oder 185 x 130	€ 1.040,-	€ 1.750,-
1/3 Seite	90 x 195	€ 830,-	€ 1.390,-
1/4 Seite	90 x 130	€ 590,-	€ 990,-
1/6 Seite	90 x 100	€ 480,-	€ 780,-
1/8 Seite	90 x 65	€ 380,-	€ 630,-
Millimeterpreise* 90 mm breit		€ 4,80	€ 7,80
	185 mm breit	€ 9,60	€ 15,60

Fließtextanzeigen (ohne Rahmen und Logo): € 12,-/Zeile (ca. 65 Zeichen)

Bei Stellenanzeigen mit Logo und Rahmen ist eine 4-wöchige

Veröffentlichung auf unserem Online-Stellenmarkt inklusive.

Die Gestaltung ist im Preis inbegriffen.

Weitere Informationen unter der E-Mail-Adresse stellen@laborjournal.de

* Gilt für Stellen- und Kongressanzeigen; buchbar ab 100 mm Höhe.

Redaktion / Verlag

1 » Kurzcharakteristik:

Laborjournal informiert erfrischend und zupackend über Aktuelles aus der Life-Science-Branche. Hintergrundberichte, Forschungsergebnisse, Firmenportraits, Glossen und Kommentare, regionale Informationen, Comics, Cartoons und Zitationsvergleiche sind die Basis für den durchschlagenden Erfolg von *Laborjournal* bei seinen Lesern. Geschätzt werden auch die Service-Angebote: Stellenmarkt, Veranstaltungskalender, Produktübersichten, Neues aus der Industrie, Buchbesprechungen.

2 » Herausgeber:

LJ-Verlag GmbH & Co. KG

3 » Redaktion:

Dipl. Biol. Kai Herfort, Dipl. Biol. Winfried Köppelle,
Dr. Ralf Neumann, Dr. Harald Zähringer
LJ-Verlag GmbH & Co. KG
Merzhauser Straße 177
D-79100 Freiburg
Tel. +49(0)761/286 89
Fax +49(0)761/357 38
E-Mail: redaktion@laborjournal.de
Internet: www.laborjournal.de

4 » Anzeigen:

Produkt-/Imageanzeigen

top-ad Bernd Beutel, Schlossergäßchen 10, D-69469 Weinheim
Tel. +49(0)6201/290 92-0, Fax +49(0)6201/290 92-20,
E-Mail: info@top-ad-online.de, Web: www.top-ad-online.de

Stellen- und Kongressanzeigen

LJ-Verlag GmbH & Co. KG, Merzhauser Str. 177, 79100 Freiburg, Tel. +49 (0)761/292 5885, Fax +49(0)761/357 38, E-Mail: stellen@laborjournal.de

5 » Jahrgang:

24. Jahrgang 2018, Erscheinungsweise: 10 Ausgaben

6 » Verlag:

LJ-Verlag GmbH & Co. KG, Merzhauser Straße 177, D-79100 Freiburg
Tel. +49(0)761/286 869, Fax +49(0)761/357 38

7 » Bezugspreise:

Kostenlos für deutsche Non-Profit-Institute. Private Abonnements:
€ 29/Jahr (Inland), € 35/Jahr (Europa) bzw. € 39/Jahr (Übersee)

8 » Zahlungsbedingungen:

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des LJ-Verlages GmbH & Co. KG (www.laborjournal.de/ljagb.html).
Zahlbar sofort nach Rechnungslegung ohne Abzug.

6

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

1 » Auflagenanalyse:

Druckauflage (Zeitraum 2. Quartal 2017):	26.700
Tatsächlich verbreitete Auflage:	26.546
Abonnements:	2.469
Freistücke:	24.077
Rest-, Archivexemplare:	154

2 » E-Paper:

Auflage (Zeitraum 2. Quartal 2017): 1.518 pro Monat

Seit Dezember 2013 hat der Leser die Möglichkeit, sämtliche Inhalte der Printausgabe in einer E-Paper-Version on- und offline digital zu nutzen. Mit nur einem Klick auf Ihre Anzeige kann der Nutzer interaktiv auf Ihre Website zugreifen. Die Verlinkung Ihrer Anzeige bietet Ihnen einen Mehrwert in Form einer vergrößerten Reichweite und erhöhter Aufmerksamkeit.

3 » Geografische Verbreitungsanalyse:

Bundesrepublik Deutschland	23.872
Schweiz	1.443
Österreich	1.231

4 » Branchen, Wirtschaftszweige:

Universitäts-Institute	29,8 %
Nicht-universitäre Institute (Max-Planck-Institut, Leibniz-Gesellschaft, Forschungszentren, Bundesanstalten,...)	15,3 %
Universitätskliniken (Forschungslabors, Vorklinik,...)	16,6 %
Angrenzende Gebiete (Pharmakologie, Pharmazie, Chemie, ...)	7,8 %
Industrie (Pharma, Biotech, Lebensmittel...)	29,5 %
Sonstige (Bibliotheken, TA-Schulen, Presse,...)	1,0 %

5 » Zielgruppe:

Unsere Leser sind:

- » Diplomanden » Doktoranden » Postdoktoranden » Laborleiter
- » Institutsleiter » Mitarbeiter klinischer Forschungslaboratorien
- » Oberärzte » Wissenschaftliche Mitarbeiter der Industrie
- » Firmengründer » Technische Angestellte
- Biowissenschaftler und Mediziner in:*
 - » Universitäten » Freien Instituten (MPI, FMI, DKFZ,...)
 - » Universitätskliniken » Forschungslaboratorien der Industrie
 - » Biotechnik-Firmen » Routinelaboratorien

7

Laborjournal online

The screenshot shows the Laborjournal website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and search options. Below it, several article teasers are visible:

- Nuklease-Skalpell statt Axt:** (15.3.17) Die Chromatin-Immunopräzipitation (ChIP) ist noch immer der Klassiker für die Untersuchung von Protein-DNA-Interaktionen. Mit der neu entwickelten CUT&RUN-Methode erhält sie jedoch ernsthafte Konkurrenz...
- Syndrome des Scheiterns:** Nur selten liest man etwas darüber, nach welchem Muster Doktoranden und Postdocs mit ihren Forschungsprojekten scheitern können. Wie weit oah der Text? mehr
- Gregor Mendel - Wissenschaftsgeschichte?** Kann man aus der Wissenschaftsgeschichte überhaupt etwas Brauchbares lernen? Sicher, werden viele sagen. Und hier kommt noch mehr Text, der unten rausläuft. mehr
- Stellenmarkt:**
 - Klagenfurt am Wörthersee (Österreich):** Hochschullehrer/in Biomedizinisch/ Analytikerin...
 - Hamburg:** Wissenschaftlicher Mitarbeiter / Biotechniker / BTA (m/w)...
 - Zug (Schweiz):** Redaktor/in für Chemixtra (Fachzeitschrift und Internetportal)...
- Methoden & mehr:**
 - LowCross-Buffer® - Der Probenpuffer zur Reduktion von Matrix-, Streurefekten und Interferenzen in Immunoassays**
 - Argonaut Protein NgAgo: Zweifelhafte RNA-Schere**
 - Viele Farbstoffe auf einem Antikörper**
 - Wie Pflanzen auf Klimaerwärmung reagieren**
 - Transposons springen in fremde Genome**
 - Fluorescent Multiplex Immunohistochemistry with Tyramide Signal Amplification**
 - Antikörperexpressionsysteme**
- Aktuell im LJ-Blog:**
 - Spitzenmediziner schaffen ein Paper pro Woche !!
 - Teste Deine Fußball-Gen! Oder auch nicht!
 - Das Recht am Peer Review
 - Stellen-Schnappen mit Mauschel-Publikationen
- Neu in Methode & mehr:**
 - Bildgebende Durchflusszytometrie**
- Neu in Stichwort des Monats:**
 - Lebende Antibiotika**

At the bottom, there's a section for "Lighting the way" and a "Meinung" button.

This screenshot shows a grid of featured articles on the Laborjournal website:

- +++ Methoden & mehr +++ Methoden & mehr +++**
- reichte**
- Neueste Beiträge**
- LowCross-Buffer® - Der Probenpuffer zur Reduktion von Matrix-, Streurefekten und Interferenzen in Immunoassays**
- Automation Hardware, ...**
- Viele Farbstoffe auf einem Antikörper**
- Chromatographie Affinität, HPLC, Säulen, ...**
- FITC-markierte Antikörper**

- 1 » Kurzzusammenfassung:**
Laborjournal online liefert direkt aus der Laborjournal-Redaktion ständig neue Berichte und Kommentare zu aktuellen Geschehnissen in den Life Sciences. Darüber hinaus bietet es einen großen Fundus an Laborjournal-Inhalten: Methoden, Tipps und Tricks, Rankings, Produktübersichten und viele andere beliebte Serien. Dazu kommt ein großer Servicebereich: der Stellenmarkt, der Vortragskalender, der Kongress- und Schulungskalender, das Laborjournal-Bestellmodul, der LJ-Shop und vieles mehr.
- 2 » Verantwortlicher Webmaster:**
 Dr. Carsten T. Rees, F & R Internet-Agentur, Zikadenweg 4, D-79110 Freiburg, Tel. +49(0)761/1563 461, E-Mail: webmaster@laborjournal.de
- 3 » Internet:**
 www.laborjournal.de
- 4 » Zahlungsbedingungen:**
 Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des LJ-Verlages GmbH & Co. KG (www.laborjournal.de/ljagb.html). Zahlbar sofort nach Rechnungslegung. Rechnungslegung in der Mitte des Buchungsmonats.

Anzeigenpreisliste Nr. 15 gültig ab 1. Januar 2018

1 » **Komplett-Paket:**

Platzierung auf allen Seiten
zu erwartende monatliche Impression: ca. 45.000

Formate	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 6.000.-
Wallpaper	€ 10.000.-
Skyscraper	€ 4.000.-
Billboard	€ 3.800.-
Content Ad	€ 3.800.-
Promotion Ad	€ 3.400.-

2 » **Premium-Paket:**

Platzierung auf Startseite, Editorials und Lj-Blog
zu erwartende monatliche Impression: ca. 20.000

Formate	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 3.000.-
Wallpaper	€ 5.000.-
Skyscraper	€ 2.000.-
Billboard	€ 1.900.-
Content Ad	€ 1.900.-
Promotion Ad	€ 1.700.-

3 » **Special-Paket:**

Platzierung auf allen Seiten der Rubriken Wissen, Methoden & mehr, Karriere, Meinung, Veranstaltungen und Spaß
Zu beachten: unter Methoden & mehr auf den Seiten White Paper, Produkte, Fortbildungen/Kurse und Kataloge nur Leaderboard, Wallpaper oder Skyscraper möglich, auf den Seiten der Laborjournal-Redaktion alle Ad-Formate möglich.
zu erwartende monatliche Impression: ca. 25.000

Format	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 3.500.-
Wallpaper	€ 5.500.-
Skyscraper	€ 2.500.-
Billboard	€ 1.900.-
Content Ad	€ 1.900.-
Promotion Ad	€ 1.700.-

4 » **Rabatte:**

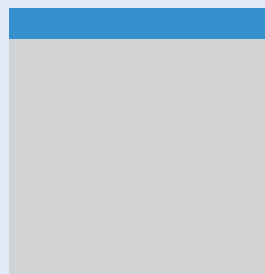
ab 3 Monate = 5 %	ab 6 Monate = 10 %
ab 9 Monate = 15 %	ab 12 Monate = 20 %

Allen Preisen wird die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzugefügt.

5 » **Dateiformate/Tracking:**

jpg- oder gif-Formate, max. Datengröße 150 KB
Externe Trackings können eingebaut werden.
Wir erstellen monatlich eine Statistik basierend auf Google Analytics.

6 » **Werbeformen online:**



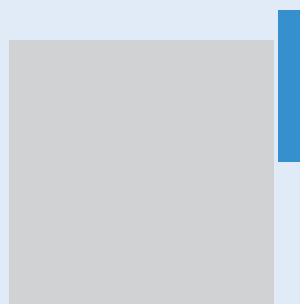
» **Leaderboard**

Formate: 960 x 110 Pixel
und für Lj-Blog 280 x 280 Pixel.
Das Leaderboard ist fixiert
und damit immer sichtbar.



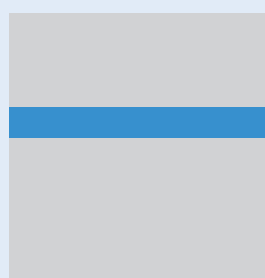
» **Wallpaper**

Formate: oben 1.080 x 110 Pixel
und seitlich 120 x 490 Pixel,
für Lj-Blog 280 x 280 Pixel.
Das Wallpaper ist fixiert
und damit immer sichtbar.



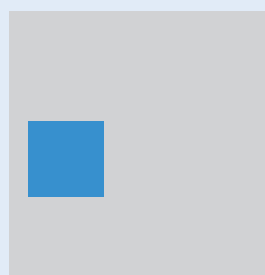
» **Skyscraper**

Formate: 120 x 600 Pixel
seitlich,
für Lj-Blog 280 x 280 Pixel.
Der Skyscraper ist fixiert
und damit immer sichtbar.



» **Billboard**

Formate: 960 x 110 Pixel,
für Lj-Blog 280 x 280 Pixel.



» **Content Ad**

Format: 280 x 280 Pixel,
bestehend aus:
1 Bild (280 x 158 Pixel),
Headline max. 70 Zeichen,
Anreißer max. 110 Zeichen

» **Promotion Ad**

Format: 280 x 280 Pixel

Methoden und mehr

1 » Kurzcharakteristik:

Seit 1. Februar 2017 bündeln wir auf *laborjournal online* alles, was wir an methodischem Content zu bieten haben, in der neuen Plattform „Methoden & mehr“. Und Sie werden sehen, wir haben ganz schön viel zu bündeln: Methoden-Reviews, Tipps und Tricks, Problemlösungen, Produktübersichten, usw.

Gleichzeitig haben wir diese Plattform für alle Anbieter geöffnet. Präsentieren Sie auf „Methoden & mehr“:

- » Produkte
- » White Papers
- » Kataloge und Broschüren
- » Fortbildungen und Kurse

Das ganze themenorientiert und somit fokussiert auf das Suchinteresse des Visitors. Gemeinsam mit Ihnen werden wir diese Plattform zum „must visit“ für den Laborforscher machen.

2 » Verbesserung der Performance:

Was nützen die tollsten Inhalte, wenn man sie nicht findet? Wir haben den gesamten Methoden-Content für alle Suchmaschinen optimiert.

3 » Preise „Produkte“

bis zu 2 Produkte	€ 400,-
bis zu 4 Produkte	€ 760,-
bis zu 6 Produkte	€ 1.080,-
bis zu 8 Produkte	€ 1.360,-
bis zu 10 Produkte	€ 1.600,-
bis zu 12 Produkte	€ 1.800,-

Weitere auf Anfrage

4 » Preise „White Papers“

1 White Paper	€ 400,-
2 White Paper	€ 760,-
3 White Paper	€ 1.080,-
4 White Paper	€ 1.360,-
5 White Paper	€ 1.600,-
6 White Paper	€ 1.800,-

Weitere auf Anfrage

5 » Preise „Fortbildungen / Kurse“

pro Fortbildung / Kurs	€ 200,-
------------------------	---------

6 » Preise „Kataloge / Broschüren“

pro Katalog	€ 200,-
-------------	---------

7 » Alle Preise gelten für die Laufzeit von 12 Monaten. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird hinzugefügt.

Stellenanzeigen

1 » Stellenanzeigen:

PDF-Format oder HTML-Format:	€ 370,-/Monat
Textformat pro Zeile (à 80 Zeichen):	€ 9,-/Monat

2 » Premium-Job:

LJ-Premium-Jobs (max. 4 Plätze) werden speziell gekennzeichnet und stehen hervorgehoben immer zu Beginn des Jobmarktes.
PDF-, HTML-Format oder Textformat: € 490,-/Monat

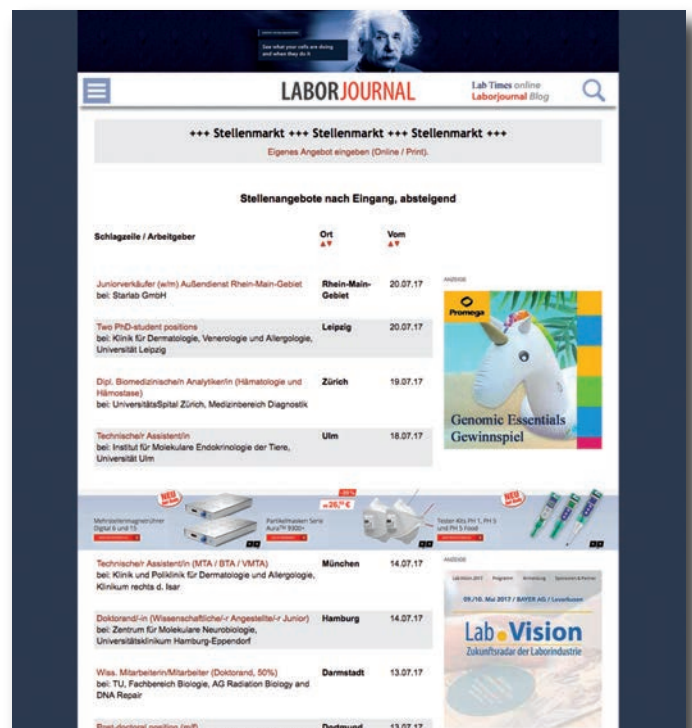
3 » Stellenanzeigen im PDF-Format:

Eine PDF-Anzeige darf eine Seite enthalten, maximales Format ist DIN A4. Die Datei sollte nicht größer als 160 kB sein.

4 » Stellenanzeigen im Textformat:

Stellenanzeigen im Textformat können Sie direkt auf unserer Homepage unter dem Link „Stellenmarkt“ eingeben. Maximal 4000 Zeichen, Mindestpreis € 80,-, Höchstpreis € 250,-.

5 » Senden Sie die Dateien bitte per E-Mail an stellen@laborjournal.de oder rufen Sie uns an (+49(0)761-2925885). Geben Sie die gewünschte Laufzeit (Mindestlaufzeit 1 Monat) an und Ihre Rechnungsadresse. Die Gestaltung ist im Preis inbegriffen, d.h. es genügt, wenn Sie uns eine Textdatei zuschicken. Bei gestalteten Printanzeigen ist eine 4-wöchige Online-Veröffentlichung inklusive (siehe auch Seite 5).



Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 1 » „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung-treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- 2 » Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3 » Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 4 » Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5 » Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 6 » Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 7 » 1. Absatz betr. Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 8 » Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei
- 12 » Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 13 » 1. Absatz betr. Rechnungsregelung bei Zeitungen. Für Zeitschriften nicht zutreffend. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an, laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 14 » Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen lt. Preisliste sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15 » Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 16 » Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 17 » Ziffer 17 entfällt bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen, siehe Ziffer 21.
- 18 » Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.
- 19 » Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
- 20 » Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Freiburg. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
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 Freiburg vereinbart.
- 21 » Auflagenminderung bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen.
Abweichend von Ziffer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite.
Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verteilte Auflage. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengengruppe und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

- 9 » Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 10 » Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 11 » Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres.

Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,- Euro beträgt.

» Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- e) Anzeigen, die das Layout der Zeitschrift imitieren, in der sie erscheinen sollen, lehnt der Verlag ab. Anzeigen, die wie redaktionelle Beiträge aussehen, müssen mit einem schwarzen Rahmen umrandet sein und rechts oben den Vermerk „Anzeige“ in einer mindestens 12 Punkt großen Schrift enthalten.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der garantierten Auflage zu bezahlen.
- g) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- h) Vor Drucklegung werden keine Maschinenandrucke versandt.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- j) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Gutscheinen auch Rücken an Rücken zu platzieren.
- k) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.