



De Telegraaf De krant van wakker Nederland
33.319

16's Daily Newspaper
Soviet Veteran
De Telegraaf
Hoofredactie: mr J. Olde Kalter - E. Bos

For
Donnerstag, 27. April 1995, Nr. 98/17 D

VAN VOSSEN IN DE AANVAL
Van onze Teleport-redactie
PRAAG, woensdag
strijd van het Nederlands elf-
tal tegen Tsjechie (to) veel te
de vleugelspelers, wordt er
kerkant een aanpassing van
richt.
Bondscoach Guus H
wil een 'toze ruimte'
die zal worden bespe-
Arthur Numan in
Bryan Roy. Verder
ter van Vossen in
bracht in de pur-
val.
Hiddink



Rusland will KSE-Vertrag brechen
MOSKAU, 26. April (dpa). Russland
will angeblich alle Warnungen des We-
stens den Vertrag über konventionelle Ab-
rüstung in Europa (KSE) brechen. Zum
1. Juni soll ein Nordatlantischer Vertrag
zwischen der Sowjetunion und den USA
gezeichnet werden. Dies
sollte der Oberkommandeur des Heeres,
Generaloberst Semjnow, am Mittwoch
der Nachrichtenagentur Interfax mit-
teilen. In
wolle zudem eine Panzer-
stationiert wer-
den.
dahl
K...

20p
THE TIMES
SIMON JENKINS
Why it should be easier
to divorce, and harder
to marry, page 16

PAIS
MERCLES 26 DE ABRIL DE 1995
Madrid / 12 (91) 337 82 00 / Precio: 110 pesetas / Año XX, Número 6 968
Envoys to face the business test for a pay rise
By ANITA LAMMAS
A leading ambas-
sador is to undergo a
test to determine
if he is worth a 30
per cent pay rise.

La flota española que faena en Marruecos da por perdido el mes de mayo
Antes de que se haya in-
tercena fonda de la ca-
estre Ma...

Wemcard Medien • 31079 Sibbesse • Telefon (0 50 65) 90 89 -0 • Fax -66 • Internet: www.wemcard.de • IS

Milchwoche

Marken & ...

H 04745

Marktdienst für die Milch- und Nahrungsmittelindustrie sowie den

Media-Daten 2012
Jahrgang 64

Jahre
its
CHTEN

THE WALL STREET JOURNAL
VOL. XIII NO. 58
Listing to Left
Jospin Grabs the Lead
In French Poll, Cuts
Balladur out of Race
Socialist's Strong Run, Gains
For Protest Candidate
Struggle for C...

Milchwoche

Leseranalyse: 75 % Mopro-Einkauf des Lebensmittel Einzelhandels, Lebensmittel-Filialbetriebe, Einkaufsgenossenschaften, freiwillige Handelsketten, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, SB-Märkte, Discounter, Frischdienst-Zentralen, Großhandelsabteilungen der Molkereien, Fachgroßhandel und Außenhandel mit Molkereiprodukten und Nahrungsfetten, Agenten und Vertreter

24 % Molkereien, Käsereien und Milchindustrialbetriebe, Eiskremindustrie

0,5 % Ölmühlen, Margarinefabriken, Schmalz- und Talsiedereien

0,5 % Verbände und Behörden

Auflage: 2.250 Expl.
Abo: 1.978 Expl.

Verbreitung: Inland 91 %
Ausland 9 %

Nielsen 1

Schleswig-Holstein und Hamburg	9,0 %	
Niedersachsen	15,0 %	
Bremen	2,5 %	26,5 %

Nielsen 2

Nordrhein-Westfalen	20,0 %	20,0 %
---------------------	--------	--------

Nielsen 3 a

Hessen	7,5 %	
Rheinland-Pfalz und Saarland	3,1 %	
	2,5 %	13,1 %

Nielsen 3 b

Baden-Württemberg	8,0 %	8,0 %
-------------------	-------	-------

Nielsen 4

Bayern	19,0 %	19,0 %
--------	--------	--------

Nielsen 5

Berlin	3,5 %	3,5 %
--------	-------	-------

Nielsen 6

Mecklenburg-Vorpommern	1,0 %	
Sachsen-Anhalt	6,0 %	
Brandenburg	0,7 %	7,7 %

Nielsen 7

Thüringen	1,7 %	
Sachsen	0,5 %	2,2 %

Themen und Erscheinungsdaten für das Jahr 2012

Milchwoche **Marken & Märkte**, die aktuelle informative Fachpublikation, erscheint 1x wöchentlich, donnerstags, ca. 1.260 Seiten im Jahr. Nachstehend finden Sie Termine für Schwerpunkt-/Spezialausgaben im Jahr 2012, die wir für eine Insertion besonders empfehlen. Gern unterbreiten wir Ihnen unverbindlich ein günstiges Angebot.

Ausgabe Nr.	Ersch.-Termin	Anz.-Schluss mit Druckunterlagen	Redaktionelle Schwerpunkte	
Änderungen und Ergänzungen vorbehalten	6	09.02.2012	01.02.2012	Grüne Woche , Berlin (20. - 29.01.2012) / Gelbe- u. Weiße- Linie
	9	01.03.2012	22.02.2012	Bio-Fach , Nürnberg (15. - 18.02.2012) / Gelbe- u. Weiße- Linie
	17	26.04.2012	18.04.2012	Saisonprodukte Gelbe- u. Weiße- Linie
	37	13.09.2012	05.09.2012	Vorberichte InterMessen , Düsseldorf (23. - 26.09.2012)
	41	11.10.2012	02.10.2012	Saisonprodukte Gelbe- u. Weiße- Linie / InterMessen , Düsseldorf (23. - 26.09.2012)
	45	08.11.2012	31.10.2012	Theken Produkte / Gelbe- u. Weiße- Linie
51 / 52	20.12.2012	12.12.2012	Weihnachts- und Jahresschlussausgabe 2012	

Preisliste Nr. 46 gültig ab 1. Januar 2009

Zeitschriftenformat: 215 mm breit, 280 mm hoch

Satzspiegel: 190 mm breit, 260 mm hoch

3 Spalten je 60 mm

Grundpreis für besondere Platzierung (Titelseite)

mm/Spalte 3,25 Euro

Preis für Titelanzeigen

60 mm breit x 95 mm hoch s/w 410,00 Euro

Grundpreis für alle Formate im übrigen Textteil

mm/Spalte 2,85 Euro

Ermäßigte Preise für Seiten und Seitenanteile im Textteil s/w

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis
1/1 Seite	190 x 260	2.531,00 Euro
1/2 Seite	190 x 130	1.514,00 Euro
	92 x 260	1.514,00 Euro
1/3 Seite	190 x 85	1.060,00 Euro
	60 x 260	1.060,00 Euro
1/4 Seite	190 x 60	921,00 Euro
	92 x 130	921,00 Euro

Bei Anschnitt 5 mm Zugabe je Anschnittkante

Dies sind nur Größen-Beispiele, jede andere Größe ist möglich.

Ermäßigter Grundpreis für

An- und Verkäufe, mm/Spalte 1,50 Euro

Stellenangebote, mm/Spalte 1,50 Euro

Stellengesuche, mm/Spalte 1,20 Euro

Familienanzeigen, mm/Spalte 0,95 Euro

Chiffregebühr: 5,00 Euro

Aufnahmemöglichkeiten von Anzeigen auf der Titelseite und im Textteil vorbehalten. Platzierungs- und Terminwünsche nur nach vorheriger Vereinbarung. Konkurrenz-ausschluss ist in keinem Fall möglich.

Farbzuschläge: Euro-Skala 241,00 Euro je Buntfarbe (rabattierbar) (unabhängig vom Format bis 1/1 S.)

Satzspiegel-überschreitung: 10 % Zuschlag auf den Grundpreis s/w Anschnitt auf Anfrage

Nachlässe bei mehrmaligen Veröffentlichungen

Malstaffel:	3-mal	6-mal	12-mal	24-mal	50-mal
	3 %	5 %	10 %	15 %	20 %

Beilagen: Größe bis DIN A 4 oder auf DIN A 4 gefalzt

je tausend 118,00 Euro

zuzüglich Postgebühr (bis 25 g) 90,00 Euro bei frachtfreier Anlieferung

Versand Anschrift:

**Wemcard Medien
Am Flugplatz 7
31137 HILDESHEIM**

Telefon: (0 51 21) 91 87 0- 30

Telefax: (0 51 21) 91 87 0- 59

E-Mail Verlag info@wemcard.de

E-Mail Anzeigen: werbung@wemcard.de

Druckverfahren: Digital, nach Euroskala

Druckunterlagen: Daten auf CD, oder per ISDN. QuarkXpress 6.5, Freehand MX, Photoshop 9.0 oder PDF/X, EPS-Dateien, TIFF-Dateien, JPG-Dateien.

Datenübertragung: Per CD, E-Mail, Upload. Folgendes sollte unbedingt mitgeliefert werden: alle verwendeten Schriften sowie alle verwendeten Bilder und Logos.

Erscheinung: 1 x wöchentlich, donnerstags

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen: Dienstag vormittag

Anzeigenschluss mit Druckunterlagen: Farblich 7 Tage vor Erscheinen

Zahlungsmöglichkeiten: HypoVereinsbank, Hildesheim (BLZ 200 300 00) Kto.: 247 873 35

Zahlungsbedingungen: Bei einem Auftragsvolumen von mehr als 500 Euro behalten wir uns vor, Vorauskasse zu verlangen.

Vorauszahlung 2 Prozent Skonto, oder Zahlung sofort netto Kasse nach Rechnungserhalt.

Anschrift:
Wemcard Medien • Am Flugplatz 7 • 31137 Hildesheim

Telefon-Zentrale: (0 51 21) 91 87 0-30
Telefon-Chef-Sekretariat: (0 51 21) 91 87 0-35
Telefon-Chef-Redaktion: (0 51 21) 91 87 0-40
Telefon-Abo/Vertrieb: (0 51 21) 91 87 0-31
Telefon-Buchhaltung: (0 51 21) 91 87 0-32
Telefon-Anzeigen: (0 51 21) 91 87 0-51
Telefax: (0 51 21) 91 87 0-59

Unsere E-Mail Adressen finden Sie unter
www.wemcard.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Anzeigenaufträge werden spätestens innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abgewickelt.

2. Für die Annahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder bestimmten Nummern oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet — Platzvorschriften werden nicht als Auftragsbestandteil angesehen. Sie gelten für den Auftragnehmer lediglich als Platzwünsche und werden nach Möglichkeit erfüllt. Spätere Reklamationen wegen Nichteinhaltung solcher Vorschriften können daher nicht als Vertragsbestandteil geltend gemacht werden. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Auftragnehmer mit „Anzeige“ kenntlich gemacht.

3. Der Auftragnehmer behält sich das Recht vor, Anzeigen- oder Beilagenaufträge nach seinem Ermessen anzunehmen oder abzulehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Einzelne Inserate und Beilagen können auch nach Vertragsabschluss zurückgewiesen werden, wenn ein berechtigtes Interesse des Verlages vorliegt. Ein berechtigtes Interesse ist unter anderem gegeben bei Gesetzesverstoß, Verstoß gegen die guten Sitten oder kaufmännische Gepflogenheiten, Branchenunsancen oder Unzumutbarkeiten.

4. Der Auftragnehmer sorgt für die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige. Ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen werden dem Auftraggeber unverzüglich zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übersandten Probeabzug nicht bis zu dem angegebenen Termin zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

5. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

6. Die Haftung des Auftragnehmers aus der Verletzung von Pflichten, die sich im Zusammenhang mit der Vertragserfüllung ergeben sowie aus Delikt, ist begrenzt auf vorsätzliches und grob fahrlässiges Verhalten seiner Organe und der Personen, für deren Verhalten er einzustehen hat. Unbeschadet eines Anspruchs wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften wird der aus Delikt oder sonstiger Anspruchsgrundlage vom Auftragnehmer zu ersetzende Schaden auf 5% des Nettoanzeigenwertes begrenzt. Der Nach-

weis eines geringeren Schadens bleibt vorbehalten. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die hierfür benötigten Unterlagen zur Verfügung zu stellen.

7. Der Auftragnehmer kann die Ausführung eines Auftrages bis zur Bezahlung offener Rechnungen zurückstellen. Eine evtl. vereinbarte Stundung kann vom Auftragnehmer widerrufen werden, wenn wesentliche Veränderungen der Geschäftsgrundlage eintreten.

8. Der Auftragnehmer liefert mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Auftragnehmers.

9. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftragnehmer 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 zurück zu geben.

10. Kosten für Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen (Autorenkorrekturen) und für Lieferung bestellter Entwürfe, Zeichnungen und Lithos hat der Auftraggeber zu tragen.

11. Eine Änderung der Auflagenhöhe wirkt sich nicht auf das Vertragsverhältnis aus.

12. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft.

13. Der Auftragnehmer behält die volle Entscheidungsfreiheit über die innere Einteilung, Ausstattung und den Umfang der Hefte.

14. Wird es infolge höherer Gewalt oder aus anderen, vom Auftraggeber nicht zu vertretenden Gründen unmöglich, den Auftrag auszuführen, so ist der Auftragnehmer berechtigt, den Auftrag zurückzusenden oder von dem Recht zurückzutreten Gebrauch zu machen. Aus den gleichen Gründen eintretende Unterbrechungen im Erscheinen der Zeitschrift oder einzelner ihrer Ausgaben beeinträchtigen das Bestehen des Auftrages nicht, solange der Auftraggeber durch die Unterbrechung nicht unbillig belastet wird.

15. Für rechtzeitige Lieferung der Unterlagen hat der Auftraggeber zu sorgen.

16. Als Erfüllungsort und Gerichtsstand werden, soweit gesetzlich zulässig, die für den Auftragnehmer zuständigen Gerichte vereinbart.

Allen angegebenen Preisen ist die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzuzurechnen.
Mit der Veröffentlichung der Media-Daten 2012 verlieren alle Anderen ihre Gültigkeit.
Maßgebend für die Auftragsabwicklung sind unsere „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“.