

CATO

MAGAZIN FÜR NEUE SACHLICHKEIT



No. 1 | 2024

Die Zeit ist aus den Fugen

Chaim Noll entschlüsselt Deutschlands Pakt mit dem Terror

Seite 8

Carsten Peters enttarnt die antisemitischen Erben von Malcolm X

Seite 13

Gudula Walterskirchen entzaubert den Transhumanismus

Seite 41



No. 1 | 2025

Realisten braucht das Land

Der mit den Grünen tanzt: Interview mit Boris Palmer

Seite 8

Thomas Fasbender seziert die Generation Merkel

Seite 16

Dietmar Mehrens analysiert den Kulturkampf à la Hollywood

Seite 54

Mediadaten

gültig ab 1. Januar 2025

CATO
MAGAZIN FÜR NEUE SACHLICHKEIT

CATO ist das konservative Magazin in Deutschland. Im engeren publizistischen Umfeld aus Cicero, Tichys Einblick, Weltwoche und Tumult nimmt CATO eine Sonderstellung ein. Das Zweimonatsmagazin steht für Seriosität und gesellschaftliche Relevanz, indem es ästhetisch ansprechender und inhaltlich breiter aufgestellt ist. Dabei schlägt es einen großen Bogen von internationaler und nationaler Politik über Wirtschaft, Kultur, Kunst und Geschichte zu bewährten Lebensformen und Warenwelten.

Unsere Premium-Zielgruppe investiert überdurchschnittlich viel Zeit auf die Lektüre von CATO, denn hier findet sie, was sie sucht: kompetenten Autorenjournalismus zu relevanten Themen sowie eine opulente und ästhetische Bildsprache. Als Magazin für neue Sachlichkeit bietet CATO mehr denn je herausragende Chancen, Marken zu inszenieren und seine Leser zu aktivieren. CATO ist die

neue Lektüre für Top-Entscheider aus Wirtschaft und Politik. Bei Kampagnen, in denen es um wichtige Weichenstellungen unserer Zeit geht, ist CATO ein unverzichtbares Kommunikationsmedium.

Mit viel Platz für außergewöhnliche Markeninszenierungen und mit innovativen Sonderwerbformen verspricht CATO seinen Werbekunden ein hohes Maß an Exklusivität und Vertrauen. Besonders bei der individuellen Ansprache der Zielgruppe stellt sich CATO seiner Konkurrenz und bietet einen exklusiven Zugang zu Verteilern mit den Spitzen von Politik, Wirtschaft und Kultur.

Durch die Kombination von Innovation, Premium-Qualität und First-Class-Leserschaft positioniert sich CATO als relevantes Medium für kreative und markenindividuelle Kommunikation in High-Class-Zielgruppen.



Heftformat: 230 mm breit, 300 mm hoch
Satzspiegel: 193 mm breit, 268 mm hoch
Druckverfahren: Rollenoffset
Umschlag: Bogenoffset; Euroskala
Umfang: 100 Seiten im Durchschnitt
Copy-Preis: 17,50 Euro
Druckauflage: 10 000 Exemplare



Porträt CATO	Leserschaft Leseranalyse	Formate Preise Termine	Sonder- werbformen	Beilagen	Technische Angaben	Geschäfts- bedingungen
-----------------	-----------------------------	------------------------------	-----------------------	----------	-----------------------	---------------------------

CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025

CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025



Illustrationen: FM, Lang

QUALITÄT MIT ERFOLG

Er arbeitet als Arzt oder Rechtsanwalt und gehört zur selbstbewussten Elite mit Lebensstil auf höchstem Niveau. Beruflich erfolgreich, hat er das Wohl seiner Familie genau im Blick. Seine Ansprüche zielen bei Ernährung und Einrichtung nur auf Hochwertiges. CATO liest er, um sich mit seinen Freunden und Kollegen auf Augenhöhe unterhalten zu können.

QUALITÄT MIT ELEGANZ

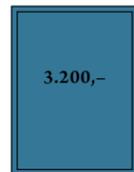
Sie arbeitet in einer Kommunikationsagentur oder als leitende Angestellte in einem großen Unternehmen. Genuss auf hohem Niveau und politisches Engagement schätzt sie zu gleichen Teilen. Sie kommt aus gutem Hause, und Ihre Familie betrachtet sie als heilige Instanz. Ihren Horizont will sie immerfort erweitern, um mitreden zu können. Sie liebt Eleganz und hochwertige Dinge; dabei ist es egal ob es Mode, Nahrung oder eine gute Reise ist. CATO schätzt sie wegen seiner optischen Gestaltung und weil sie einen profunden Überblick darüber haben möchte, was in der Welt geschieht.

QUALITÄT MIT VERANTWORTUNG

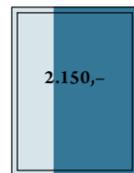
Als Firmeninhaber eines mittelständischen Unternehmens ist er sich der Verantwortung für seine Mitarbeiter bewusst. Sein Handeln orientiert er an traditionellen gesellschaftlichen Werten. Beruflich und privat reist er viel, nicht nur von Berufs wegen liebt er intelligente Technik, die neusten Digital- und Mobile-Produkte genauso wie Fahrzeuge mit alternativen Antriebstechnologien. CATO liebt er, um Zeit für sich zu haben und sich politisch weiterzubilden.

CATO beweist, daß es möglich ist, konservative Übersetzungen mit liberalen Haltungen zu verbinden. Wer CATO liest, möchte in allen relevanten Lebensbereichen auf dem laufenden sein und erfahren, was abseits des Mainstreams gerade »in« ist. Er möchte sein geistiges Fundament erweitern und verlässlich über internationale politische und kulturelle Entwicklungen informiert werden, weshalb auch die Übersetzung von Artikeln und Essays aus internationalen Medien einen festen Platz bekommt.

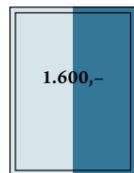
Porträt CATO	Leserschaft Leseranalyse	Formate Preise Termine	Sonder- werbformen	Beilagen	Technische Angaben	Geschäfts- bedingungen
-----------------	-----------------------------	------------------------------	-----------------------	----------	-----------------------	---------------------------



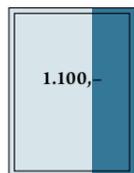
1/1 Seite
230 x 300 mm



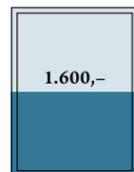
2/3 Seite, hoch
146 x 300 mm



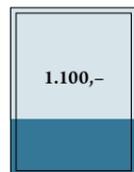
1/2 Seite, hoch
111 x 300 mm



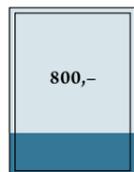
1/3 Seite, hoch
75 x 300 mm



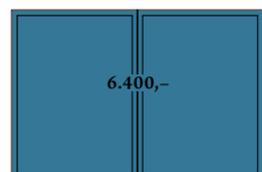
1/2 Seite, quer
230 x 150 mm



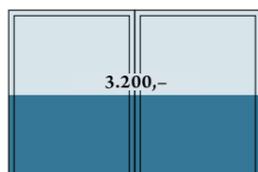
1/3 Seite, quer
230 x 100 mm



1/4 Seite, quer
230 x 75 mm



2/1 Seite
460 x 300 mm



2x 1/2 Seite, quer
460 x 150 mm

Alle Preise in Euro zzgl. ges. MwSt., Maße ohne Anschnitt. Anschnitt 3 mm.
Alle Formatangaben in Breite x Höhe. Optischer Bundeffect: Durch die Klebebindung werden ca. 2 mm am Bund optisch verdeckt. Druck über Bund: Motivdoppelung je Seite 2 mm

PREMIUMPLATZIERUNGEN (auf Anfrage)

Opening Spread (2. Umschlagseite & Seite 3)
1. Doppelseite nach Editorial (Heftinnenteil)
2. / 3. / 4. Umschlagseite
Gegenüber Inhalt I (links)
Erste rechte Seite

Premium- und Festplatzierungen

Vorab getätigte Reservierungen müssen innerhalb eines jeweils schriftlich fixierten Zeitraums fest gebucht werden. Wird dieser vorgegebene Zeitraum nicht eingehalten, verfällt die Reservierung automatisch. Festplatzierungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung des Verlags.

Umschlagseiten

Bitte beachten Sie, dass auf den Umschlagseiten ausschließlich Imagewerbung ohne Preisangaben gebucht werden kann.

RABATTE

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3	3 %	ab 3 Seiten	5 %
ab 9	5 %	ab 6 Seiten	10 %
ab 18	10 %	ab 9 Seiten	12 %
ab 24	15 %	ab 12 Seiten	15 %

10 Prozent Kombirabatt bei gleichzeitiger Schaltung in der Jungen Freiheit.

Bei weiteren Fragen können Sie uns gerne kontaktieren unter:
Berliner Medienvertrieb
Carsten Beck
Telefon: +49 (0)1 57. 86 32 05 45
E-Mail: beck@berliner-medienvertrieb.de

Ausgabe	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1 25	Samstag, 7. Dezember 24	Montag, 20. November 24	Donnerstag, 24. November 24
2 25	Samstag, 8. Februar 25	Montag, 20. Januar 25	Donnerstag, 23. Januar 25
3 25	Samstag, 12. April 25	Montag, 24. März 25	Donnerstag, 27. März 25
4 25	Samstag, 14. Juni 25	Freitag, 23. Mai 25	Dienstag, 27. Mai 25
5 25	Samstag, 9. August 25	Montag, 21. Juli 25	Donnerstag, 24. Juli 25
6 25	Samstag, 11. Oktober 25	Freitag, 19. September 25	Mittwoch, 24. September 25
1 25	Samstag, 13. Dezember 25	Montag, 24. November 25	Donnerstag, 27. November 25

* Kurzfristige Änderungen behält sich die Redaktion vor.

** Für Sonderinsertionen sowie Premium- und Festplatzierungen gilt ein um ca. 2 Wochen vorgezogener Anzeigenschluss.



SONDERWERBEFORMEN

CATO ist ein starker Partner, wenn es darum geht, innovative Sonderwerbformen und Personalisierungskonzepte zu platzieren. Wer in CATO wirbt, erreicht eine gebildete leistungsstarke und kommunikationsfreudige Zielgruppe mit einem hohen Multiplikatoreffekt.

Die Fülle an Möglichkeiten, Ihre Kampagne auf außergewöhnliche Art für die Zielgruppe erlebbar zu machen, ist mit uns nahezu unerschöpflich: von individuellen Banderolen über Oversize-Lösungen in Form von Altaranzeigen oder großformatigen Beilagen bis hin zu innovativen Anzeigenplatzierungen oder Corporate-Publishing-Produkten. Wir bieten Ihrer Kommunikation die passende Form.



Beispiel: Titelflappe



Beispiel: Oversize-Banderole



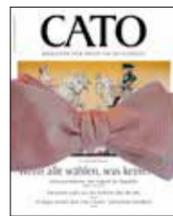
Beispiel: Altarfalzanzeige

VEREDELUNG

Wir bieten Ihnen eine große Auswahl an Veredelungstechniken, mit denen Sie der Hochwertigkeit und Einzigartigkeit Ihrer Marke besonderen Ausdruck verleihen können. Ob mit Prägung oder Stanzung, Leuchtfarbe, Lackveredelung oder Metallfolie – setzen Sie Ihre Marke gekonnt in Szene und begeistern Sie mit einem exklusiven Design.



Beispiel: Partielle Veredelung mit Glanzlackfolie

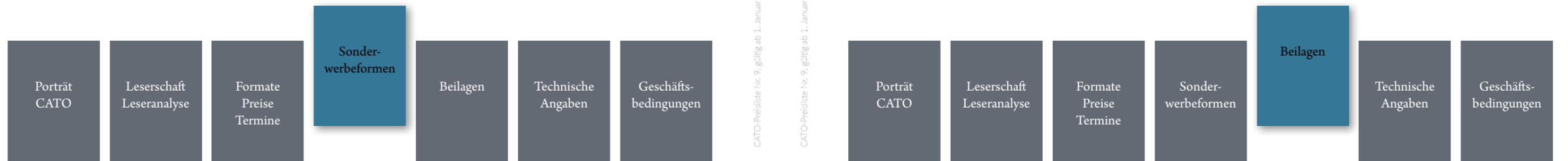


Beispiel: Figürlich gestanzte Banderole

	Beilagen*	Beikleber*	Beihefter*
Definition	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt werden.	Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können.	Beihefter sind fest in eine Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.
Preise je 0/00 Warenproben, Überformate und weitere besondere Formen auf Anfrage	Gesamt bis 30 g 150,- bis 50 g 180,- darüber hinaus auf Anfrage	a) Postkarten oder andere rechteckige ungefaltete Drucksachen 80,- b) Booklets oder andere rechteckige gefaltete Drucksachen bis 25 g 90,- darüber hinaus auf Anfrage c) Kosten für Warenproben, CD auf Anfrage	bis 4 Seiten 190,- bis 8 Seiten 200,- bis 12 Seiten 220,- bis 16 Seiten 230,- darüber hinaus auf Anfrage
Belegung	Gesamtauflage	Gesamtauflage Trägeranzeige: mind. 1/1 Seite in der Gesamtauflage (Berechnung laut Preisliste)	Gesamtauflage
Verarbeitungszuschuss	25 Euro pro Tausend	Auf Anfrage	24 Euro pro Tausend
Auflagenabstimmung	Geringfügige Abweichungen von den vereinbarten Streugebieten sind aus vertriebstechnischen Gründen möglich. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Menge bei Auftragserteilung abgestimmt werden. Unterschiedliche Versionen in einer Ausgabe nur auf Anfrage.		
Stand/Platzierung	Platzierung: an unbestimmter Stelle	Platzierung der Trägeranzeige: nach technischen Möglichkeiten. Stand des Beiklebers: Innerhalb der technischen Grenzen ist der Stand des Beiklebers auf dem Anzeigenmotiv beliebig. Die Beiklebertoleranz kann bis zu 10 mm nach allen Seiten betragen. Bundabstand des Beiklebers: mind. 25 mm Abstand obere Seitenkante: mind. 20 mm Abstand äußere Seitenkante: mind. 20 mm Abstand untere Seitenkante: mind. 20 mm Das Produkt muss parallel zum Heftrand geschlossen sein.	Platzierung: nach technischen Möglichkeiten
Formate (Breite x Höhe)	Mindestformat: 95 mm x 145 mm (DIN A6) Höchstformat: 210 mm x 280 mm max. Dicke 2 mm, darüber hinaus nach Absprache	Mindestformat: 70 mm x 90 mm Höchstformat: 190 mm x 190 mm max. Dicke 1 mm, darüber hinaus nach Absprache Abweichende Formate: auf Anfrage	Unbeschnittenes Anlieferungsformat: 236 mm x 306 mm Beschnittenes Endformat: 230 mm x 300 mm
Papiergewicht	Mindestgewichte: 2-seitige Beilagen: 115 g/qm (DIN A6 min 150 g/qm) 4/6-seitige Beilagen: 80 g/qm 8-seitige Beilagen: 60 g/qm Umfangreichere Beilagen: 50 g/qm Maximalgewicht: 50 g/Beilage	Papiergewicht für Postkarten: 150 g/qm übrige Einzelblätter: mindestens 135 g/qm Für andere Drucksachen: nach Absprache	Mindestgewichte: 2-seitige Beihefter: 135 g/qm 4/6-seitige Beihefter: 100 g/qm 8/10-seitige Beihefter: 70 g/qm 12- und mehrseitige Beihefter: 50 g/qm
	Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials. Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie zum Beispiel die Verarbeitung erschwert wird. Der Verlag muss von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Verarbeitung ergeben könnten, freigestellt werden. Ebenso sind Schäden, die aus der Nichtbeachtung der technischen Anforderungen entstehen, zu ersetzen. Entstehen durch Ad Specials Entsorgungskosten, trägt diese der Auftraggeber. Auf eine Kennzeichnungspflicht gemäß § 14 JSchG ist bei Auftragserteilung hinzuweisen.		
Auftrags- und Rücktrittstermin	Für Ad Specials gilt ein um ca. 2 Wochen vorgezogener Anzeigenschluss. Disposition so früh wie möglich erbeten. Reservierungen sind für 4 Wochen möglich, danach bzw. zum Auftragschlussstermin hat ein Auftrag Vorrang. Der Auftrag wird für den Verlag nach Vorlage eines Musters (5-fach) bei Auftragserteilung und dessen Billigung verbindlich, spätestens aber muss das Muster dem Verlag zum Buchungsschluss bzw. rechtzeitig vor Druck des Ad Specials vorliegen. Ad Specials, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort »ANZEIGE« gekennzeichnet werden (mindestens in 8-Punkt-Versalien). Zur Überprüfung benötigt der Verlag vor Druckbeginn der Insertion ein PDF zur Gutgabe. Bei einem Beikleber wird zusätzlich ein Standmuster benötigt. Bei Warenproben und Prospekten ist die Annahme eines Auftrags gegebenenfalls von der Durchführung eines Probelaufs abhängig.		
Anlieferung	Ad Specials müssen einwandfrei verarbeitet und in unverschränkten Lagen zu 10 cm abgesetzt, auf Europaletten transportsicher verpackt sein. Die Begleitpapiere müssen Angaben über Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel, Heftnummer, Inserent und Streuung enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Eine Wareneingangskontrolle findet in der Druckerei nicht statt. Abweichungen von der Packnorm führen zu Mehrkosten. Anlieferung laut Terminplan frei Druckerei.		
Anlieferungsanschrift	Dierichs Druck+Media GmbH, Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel Telefon 05 61/60 28 00-0, info@ddm.de		
Druckservice	Auf Wunsch übernimmt der Verlag auch die Produktion des Ad Specials. Preise auf Anfrage.		

CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025

CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025



DRUCKVERFAHREN

Inhalt: Rotations-Offsetdruck
Umschlag: Bogen-Offsetdruck
Bindung: Klebebindung

DRUCKDATEN

Auflösung

Bei Fotos und Illustrationen mindestens 300 dpi bei Originalgröße, bei Strichgrafiken 1200 dpi

Gesamtfarbtauftrag

Inhalt: max. 300 %, Umschlag: max. 330 %, keine Sonderfarbe

Beschnittzugaben

Beschnittzugabe 3 mm an allen vier Seiten, Schnittmarken mindestens 3 mm vom Motiv entfernt anlegen. Anschnittgefährdete Text- und Bildelemente müssen mindestens 5 mm vom beschnittenen Endformat entfernt liegen (Beschnitttoleranzen).

Optischer Bundeffect, Bundeopplung

Durch die Klebebindung werden ca. 2 mm am Bund optisch verdeckt, bei zweiter und dritter Umschlagseite 5 mm. Bei Druck über Bund 2 mm Motivdopplung je Seite. Bitte liefern Sie bei Druck über Bund und Anzeigenstrecken Einzelseiten-Dateien.

Colormangement, Digital-Proofs

Bitte verwenden Sie das Profil ISOcoated_v2 300 % (ECI). Die Profile stehen unter www.eci.org > Download als »ECI-OFFSET-2009«-Paket zur Verfügung. Sonderfarben werden aus der Vier-

farbskala aufgebaut. Geringe Farb-/Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt und kein Reklamationsgrund.

Dateiformate, Anzeigensatz

Die Motive werden grundsätzlich gedruckt wie geliefert. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Druckunterlagen können in der Regel vom Verlag nicht anerkannt werden. Alle im Dokument verwendeten Schriften (Fonts) und Symbole (z.B. €-Zeichen) sind einzubinden. Bevorzugt wird die Anlieferung von PDF-Dateien.

Offene Datenformate können aus Adobe InDesign oder Adobe Illustrator bis Version CC verarbeitet werden. Alle im Dokument verwendeten Bilder, Logos, Schriften mit Sonderzeichen etc. sind im benutzten Format mitzuliefern, Schriften bitte komprimieren (.zip/.sit). Andere Dateiformate können nur als Vorlage akzeptiert werden, die entstehenden Kosten für das Setzen der Anzeige werden in Rechnung gestellt.

Datenanlieferung, Dateibezeichnung

- per E-Mail mit eindeutiger Betreffzeile (Titel der Anzeige und Erscheinungsdatum): werbung@cato-verlag.de
- Dokumentname: Magazintitel, Ausgabe Nr., Titel der Anzeige

Bitte berücksichtigen Sie bei der Erstellung und Anlieferung der Druckunterlage auch:

- keine Sonderfarben oder RGB-Farben verwenden
- schwarze Schrift und schwarze Logos müssen überdrucken
- weiße Elemente (Schrift/Logos) müssen ausgespart werden

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an info@cato-verlag.de
Telefon: +49 30. 81 09 67 80

VERLAGSANSCHRIFT

CATO Verlag GmbH
Fasanenstraße 4
10623 Berlin

Telefon: +49 30. 81 09 67 80
Fax: +49 30. 138 82 37 76

E-Mail: info@cato-verlag.de
www.cato-magazin.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Antje Stein

BANKVERBINDUNG

Berliner Volksbank
IBAN: DE38 1009 0000 2665 5350 05
BIC: BEVODEBB

PREISE UND MEHRWERTSTEUER

Alle Preise sind in Euro angegeben und gelten jeweils zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Rechnungen sind am Erstverkaufstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird. Bankeinzugsverfahren ist vereinbar.

ANZEIGEN

Berliner Medienvertrieb
Carsten Beck

Telefon: +49 157. 86 32 05 45
E-Mail: beck@berliner-medienvertrieb.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1 Die CATO Verlag GmbH ist daran interessiert, den Anzeigenauftrag des Kunden bestmöglich durchzuführen, muss sich jedoch - im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten - von Risiken freizeichnen, die typischerweise in der Abwicklung entstehen können. Fehler unsererseits kompensieren wir durch Gewährung von Anzeigenplatz, sofern unserem Verlag wenigstens ein grober Fahrlässigkeitsvorwurf gemacht werden kann. Schadenersatzansprüche, egal aus welchem Rechtsgrund, sind ansonsten ausgeschlossen. Mängelrügen des Kunden sind spätestens binnen drei Wochen nach Erscheinen der Ausgabe, in der die betreffende Anzeige enthalten ist, geltend zu machen.

2 Die in der Preisliste enthaltenen technischen Angaben und Verlagsangaben sind integrierter Bestandteil des Anzeigenauftrages des Kunden. Das Gleiche gilt für Preisangaben und Zahlungsbedingungen, soweit schriftlich keine Sonderkonditionen gewährt wurden. Neukunden werden grundsätzlich nach Vorkasse bedient. Ein Stornorecht des Kunden bedarf einer gesonderten Vereinbarung. Anderenfalls ist der erteilte Anzeigenauftrag rechtsverbindlich. Widerspricht der Kunde der Veröffentlichung, so ist der volle Anzeigenpreis zu vergüten.

3 Anzeigenaufträge sind üblicherweise mittels elektronischer Kommunikation vorzubereiten. Der Kunde, wird in diesem Kontext besonders darauf achten, dem Verlag keine E-Mails oder Dateien zu übersenden, die mit Computerviren behaftet sind. Beide Parteien werden sich in ihrer gesamten Kommunikation darüber hinaus um Klarheit und Offenheit bemühen. Auf Anforderung wird der Verlag dem Kunden eine Auftragsbestätigung übersenden, in der die vertragswesentlichen Punkte festgehalten werden. Dies gilt insbesondere für Preis-, Zahlungs- und Rabattvereinbarungen. Bei Unklarheiten gelten die Konditionen der Anzeigenpreisliste. Agenturrabatte werden nur Anzeigenagenturen gewährt.

4 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen und/oder bestätigte Anzeigenaufträge zu stornieren, sofern bei der Veröffentlichung der Anzeige bei ver-

ständiger Würdigung rechtliche Weiterungen zu erwarten sind. Unserer Kundschaft obliegt im letzteren Fall deshalb die Prüfung, ob urheberrechtliche, wettbewerbsrechtliche oder sonstige rechtliche Problemstellungen zu erwarten sind. Sollte der Verlag wegen der Veröffentlichung eines Anzeigenauftrages von Dritten in Anspruch genommen werden, setzen wir uns mit dem Kunden hinsichtlich einer Reaktion ins Benehmen oder gehen nach eigenem Ermessen vor, wenn der Kunde nicht mitwirkt. Das Magazin CATO ist ein Medium für gehobene Zielgruppen. Wir bitten deswegen um Verständnis dafür, dass wir uns das Recht vorbehalten, Anzeigenaufträge auch aus Stilgründen oder Zweckmäßigkeit abzulehnen, umzuplatzieren oder in eine andere Ausgabe zu verschieben.

5 Gern fertigen wir – gegen gesonderte Vergütung nach Aufwand – Druckunterlagen für den Kunden an und beraten ihn hinsichtlich Gestaltung und Platzierung seiner Werbung. Anderenfalls sind wir dankbar dafür, wenn der Kunde seinen Anzeigenauftrag rechtzeitig erteilt, mängelfreie Druckunterlagen einreicht und Probeabzüge schnellstmöglich und sorgfältig kontrolliert. Beilagen und Beikleber können nur verarbeitet werden, wenn sie rechtzeitig und einwandfrei produziert beim Verlag vorliegen. Nacharbeiten und Korrekturen, die das Übliche überschreiten, werden kostenmäßig an den Kunden weiterbelastet. Das Gleiche gilt für Kosten, die aus Verzögerungen entstehen. Der Kunde wird auch die veröffentlichte Anzeige nochmals sorgfältig kontrollieren (z.B. auf Zahlendreher oder Schreibfehler), damit bei Folgeanzeigen Fehler nicht wiederholt werden. Für die Aufbewahrung von Druckunterlagen wird keine Haftung übernommen.

6 Sofern nicht anders vereinbart, erhält der Kunde nach Veröffentlichung der Anzeige eine den gesetzlichen Anforderungen entsprechende Rechnung, die binnen 14 Tagen nach Rechnungsdatum zur Zahlung fällig ist. Leistet der Kunde keine vereinbarungsgemäße Zahlung, gerät er durch die erste Mahnung (auch »Erinnerung«) in Verzug, sofern der fällige Betrag nicht innerhalb von sieben Bankarbeitstagen ab dem Datum der Mahnung beim Verlag eingängig ist. Die zweite Mahnung ist kostenpflichtig und wird mit 25,00 EUR dem Kunden belastet. Bleibt auch die zweite Mahnung ohne

Resonanz, entstehen dem Kunden ggf. Anwaltskosten oder die Kosten eines Inkassounternehmens. Zahlungsüberschreitungen und Mahnverfahren begründen beim Verlag keinen Zweifel an der Bonität des Kunden. Das Gleiche gilt für Stundungsvereinbarungen oder sonstige im Nachhinein gewährte Zahlungserleichterungen (z.B. Ratenzahlung). Sollte der Kunde insolvent werden, ist demnach eine Anfechtung bereits geleisteter Zahlungen durch den Insolvenzverwalter ausgeschlossen.

7 Der Verlag ist - jederzeit widerruflich - berechtigt, den Kunden zur Eigenwerbung als »Referenzkunden« zu benennen und die veröffentlichte Anzeige als Werbebeispiel in der Akquisition zu nutzen. Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche Ansprüche und Streitigkeiten aus dem Anzeigenauftrag ist Berlin. Der Kunde hatte Gelegenheit, der Geltung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen in der Anbahnung des Anzeigenauftrages zu widersprechen. Entgegenstehende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden in keinem Fall Bestandteil des Anzeigenauftrages.

8 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch – und nur s/w – 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.

9 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

10 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

11 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Vertrages 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch ein Belegexemplar. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitt, 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.

13 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

14 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

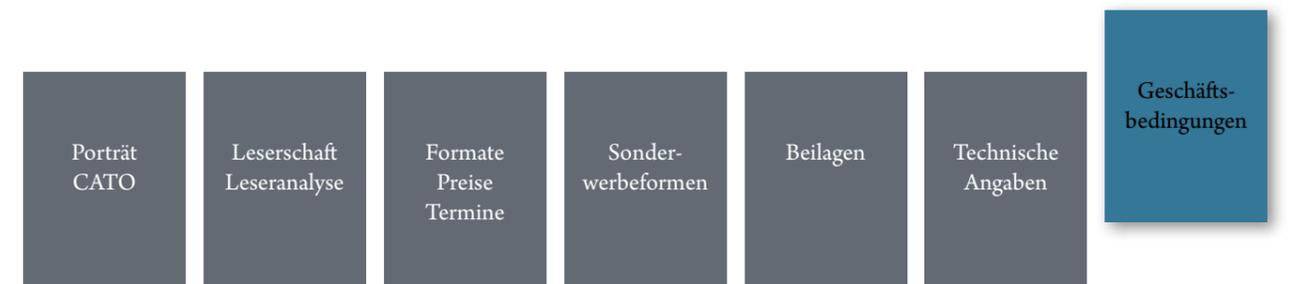
15 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.

16 Für Kollektive, Sonderausgaben, Beilagen und Veröffentlichungen mit erkennbarer besonderer Gestaltung können besondere Preise, Schluß- und Rücktrittstermine festgelegt werden



CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025

CATO-Preisliste Nr. 9, gültig ab 1. Januar 2025



IHRE ARCHE FÜR DIE STÜRME VON HEUTE.

CATO Verlag GmbH

Fasanenstraße 4, 10623 Berlin

Telefon 030.81 09 67 80 | Fax 030.138 82 37 76

info@cato-verlag.de

www.cato-verlag.de