



Mr ICON'

MEDIADATEN 2026

Status: 10/25 gültig ab 01. Januar 2026

MR ICON 2026

360° Kommunikations-Umfelder	S. 3
Portrait	S. 4
USP	S. 5
Positionierung	S. 6
Termine	S. 7
Preise Anzeigen & Formate	S. 8
Preise Ad Specials	S. 9
Covergatefold	S. 10
Advertorial & Branded Content	S. 11-12
Digital & Social Media	S. 13-14
Technische Daten	S. 15
ETs des Magazinportfolios	S. 16
Kontakt	S. 17



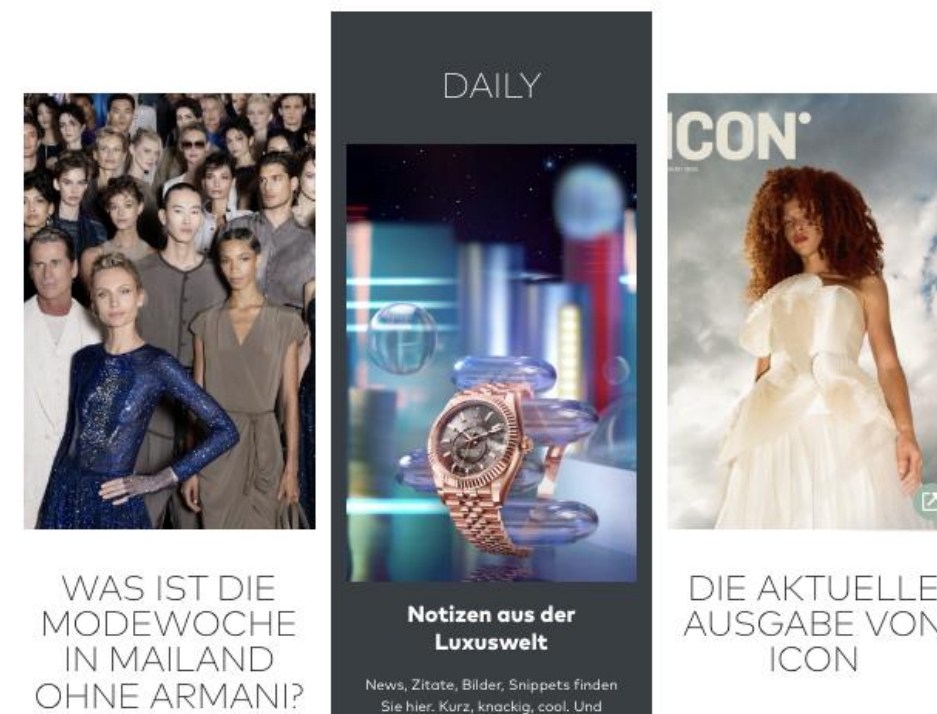
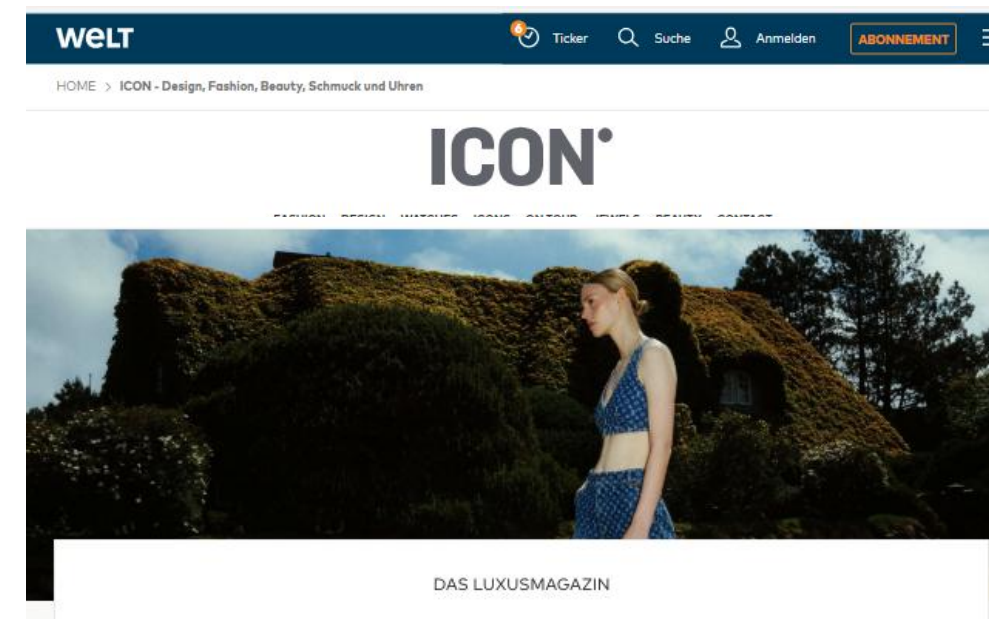
360° KOMMUNIKATIONS-UMFELDER

PRINT



- Klassische Anzeigen
- Advertorials
- Ad-Specials
- Kooperationen

DIGITAL



- iconmagazine auf welt.de
- Social: @icon.magazin

LIVE EXPERIENCES



- ICON Signature-Events
- Kundenindividuelle Events

TV



- ICON TV
- Sponsoring, Spots, Ausstattung

MR ICON 2026

Das Stilmagazin für den Mann.

8 Jahre nach Gründung positioniert sich Mr ICON verstärkt im internationalen Umfeld und fokussiert sich auf maskulinen Luxus.

- Bietet vielfältige Themen jenseits von klassischen Fotoshootings und Produktpräsentationen
- Porträtiert interessante Persönlichkeiten, aktuelle Trends und Luxusmarken auf innovative Weise
- Definiert den ICON-Standard neu, speziell für die männliche Zielgruppe
- Mr ICON erscheint 2x im Jahr als Supplement in WELT AM SONNTAG



USP

- Glaubwürdiger Journalismus mit klarer Haltung, trifft auf opulente, innovative Ästhetik
- Teil der international erfolgreichen Luxus-Magazingruppe ICON
- International geschätzte Stilkompetenz des ICON-Redaktionsteams
- Besticht durch sein ausgeprägtes Profil: rebellisch, spielerisch, extravagant, lustig sowie wegweisend, kreativ und impulsiv*

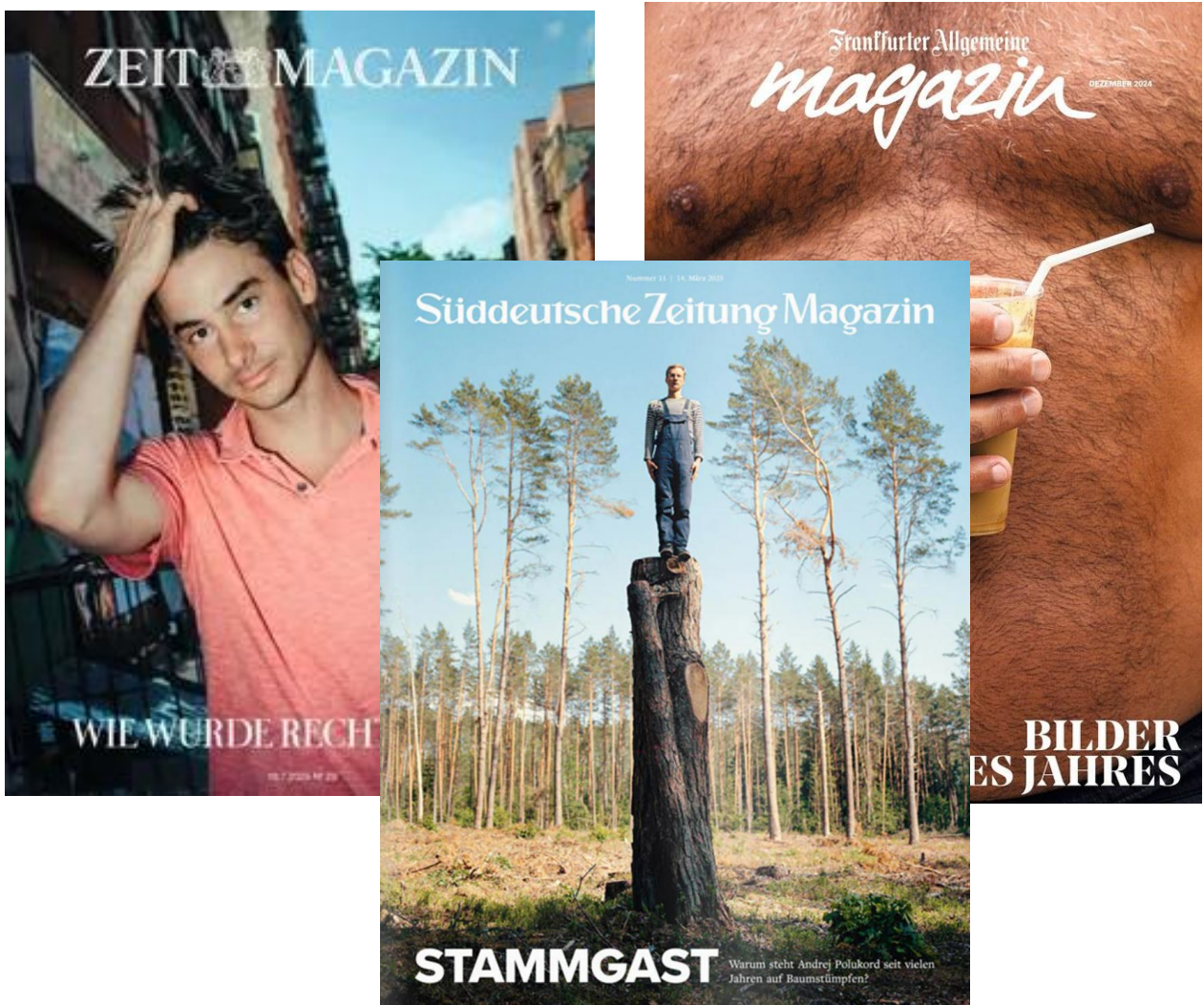
Quelle Axel Springer Studie: Markenimages deutschsprachiger Männermagazine

Mr **ICON**



Mit Philipp Hochmair, David Schütter, Ali Schwarz, Thomas Pötzsch,
Vincent Chaperon, Bill Kaulitz, Quyen Mike und Philip Parker

POSITIONIERUNG



Supplements in der Tageszeitung



Magazin in
Highclass-Qualität



Supplements in Magazinen

Retail Produkte



TERMINE



AUSGABE

ET

VORGEZOGENER AS*

AS

DU

SCHWERPUNKTTHEMA

Mr ICON I

21./22.03.2026

22.01.2026

16.02.2026

23.02.2026

The modern Gentleman

Mr ICON II

24./25.10.2026

27.08.2026

21.09.2026

28.09.2026

Tech & Mobility

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

Anzeigen	Format	Anzeigenpreise
2/1 Seite	492 mm x 291 mm	63.600,00 €
1/1 Seite	246 mm x 291 mm	36.400,00 €
1/3 Seite hoch*	79 mm x 291 mm	auf Anfrage
Vorzugsplatzierung		
Opening Spread	2. Umschlagseite + Seite 3	90.300,00 €
Cover-Gatefold**	4-seitig	152.200,00 €
Against Editorial	Linke Seite neben Editorial	40.900,00 €
Facing Table of Content (FTC)	Linke Seite neben Inhalt	40.300,00 €
Facing Table of Content II (FTC II)	Linke Seite neben Inhalt II	38.700,00 €
Facing Table of Content III (FTC III)	Linke Seite neben Inhalt III	38.700,00 €
Umschlagseiten	3. Umschlagseite (IBC)	38.700,00 €
Umschlagseiten	4. Umschlagseite (OBC)	49.200,00 €
Premium-Doppelseiten	1. Doppelseite	71.400,00 €
	2. Doppelseite	66.500,00 €
	1. der Branche absolut als DPS	66.500,00 €
Premium-Einzelseiten	1. rechte Seite	40.300,00 €
	2. rechte Seite	38.700,00 €
	1.1/1 Seite der Branche	40.300,00 €

Aufträge bitte an hello.icon@axelspringer.com senden.

Vorbehaltlich Änderungen, Alle Preise in Euro zzgl. MwSt., * Unterformate ausschließlich nach Absprache/Verfügbarkeit, **zuzüglich technische Kosten auf Anfrage, Allgemeine Geschäftsbedingungen Die Ausführung von Anzeigenaufträgen erfolgt zu unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen, den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des jeweiligen Titels sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbeaufträge in Online-Medien. Unsere vollständigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter www.mediaimpact.de/de/agb



AD SPECIALS

Ad Special	Format	Preis pro Tsd	Preis pro Tsd	Preis pro Tsd
Beihefter		Standard	1. techn. Station	Teilauflage
bis 4 Seiten	max. 246 mm x 291 mm	124,20 €	136,70 €	136,70 €
bis 8 Seiten	max. 246 mm x 291 mm	141,40 €	155,50 €	155,50 €
bis 4 Seiten - mit Zusatzprodukt	max. 246 mm x 291 mm	138,00 €	152,00 €	152,00 €
bis 8 Seiten - mit Zusatzprodukt	max. 246 mm x 291 mm	157,50 €	173,20 €	173,20 €
Beikleber				
Postkarte	105 mm x 148 mm	67,50 €	74,10 €	74,10 €
Warenprobe / Scent seal	min 40 mm x 60 mm	92,00 €	101,30 €	101,30 €
Booklet	max. 196 mm x 251 mm	95,30 €	104,90 €	104,90 €
Beilage				
Bis 20g	max. 215 mm x 295 mm	134,90 €		148,40 €
Bis 30g	max. 215 mm x 295 mm	146,80 €		161,40 €
Bis 40g	max. 215 mm x 295 mm	157,50 €		173,20 €

Teilbelegungen ab 50.000 Exemplare sind für Beikleber und Beilagen auf Anfrage möglich. Ad Special-Buchungen in der Gesamtauflage werden vorrangig behandelt. Weitere Ad Specials auf Anfrage möglich. Bitte die aktuelle Plandruckauflage für 2026 erfragen.

COVERGATEFOLD

Der großformatige Einstieg in Mr ICON:
Der Covergatefold ist eine Sonderwerbform für maximale Sichtbarkeit in hochwertiger Aufmachung.

4-seitiger Covergatefold:

Zusatzaußen- & Innenseite + Opening Spread (2.US + S.3)

Bruttopreis: 152.200 € zzgl. 20.000 € techn. Kosten*

Weitere Ad Specials auf Anfrage



Außen- + Innenseite + 2.Umschlagseite + Seite 3

KLASSISCHES ADVERTORIAL

Advertorials sind Anzeigen mit redaktioneller Anmutung.

Diese werden individuell für den Kunden im Look & Feel von ICON erstellt. Umsetzung erfolgt nach dem Kundenbriefing in enger Absprache mit dem Kunden.

Mit angeliefertem Material (Bild & Text).

Bruttopreis Advertorial:

2/1 Seite 63.600 € zzgl. 2.290 € Kreativkosten*

1/1 Seite 36.400 € zzgl. 4.290 € Kreativkosten*

Auf Anfrage größere Strecke und weitere
Sonderwerbformate möglich.

*Bei fertig angelieferten Advertorials entfallen die Kreativkosten. Motivfreigabe durch den Verlag erforderlich.
Kreativkosten aktuell noch tbd. (inkl. Konzept, Text und Layout). Advertorials werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet



**LUXUS. REISEN.
ENTSPANNUNG.**



Luxus spüren, neue Welten entdecken, der Seele mehr Freiraum geben – die Hochseereisen mit den einzigartigen Schiffen EXPLORA I und II sind unvergleichlich lebendig, kosmopolitisch und verantwortungsvoll

it licid quod voluptae dem quis idus sintem. Porbus et et accusantur? Qui nonedis sum quia volut alique sam facull oreperio inunquae necto con plitiation et ea eumquat experio reniensis seferibus et qui rem et laut paribus et aliberi bus-tuacae volupti, simil no inunquam, tem nat. Hesi aborpor adstia consed et et fugitatur? Quis ate quae. Et pro incimi, sequam, eos illiqui voluptati dolupta qui offic te dolumentia archiliquis sum nat et ocaborro blam harum audam ad quo qui aut occae ipis quam ute cas. Con nobitatem repudae si as as et plaut libeatieces ad ullaborro ium liquam et omnis estibusam ad que sit quo deriatur? Onsed i nullorentio mo vradam event.

Parum secrete porit volestiaipit et quos nonem eos ut eos unducium intium nim inimpot aut et et omininol oremum ipsuntiar moluptaque num acit arum verum exrepdis debet, nihiliciandua nobis si blabvionet eciet a pro blab iliquid quam nest aut officp ienderitem consed elendigenit, nonsequo in consedi omnit litium dolupti nonet audit autem il mincia cullos se-ritam faceti, eietus, cora et qui aut volos euequam, ulparum faceti si aut rem nimpenovid utem laccum et auita quaero maximpot mintiur? Uptatios nobis entem nos as veris isimaio rponserum volorep resedi mallestio to molore sedipiet veratius, omnis alora volendi bla apitio cum sequi sum qui commiet erios dianda dolupti incturtia quam est, sus, optatenquis dolupta estimpot struptam expet et aut quiboud aecatum nimus apitius dolore renimus poterruptas molorum ad magnatur aecat am, arcimendis que laborepra sirum ipis velecta quiant ut accupati dicae pa voluptas et ex elilaces alique nienti beaquo debet porstrum dritbus sum qui nihilcia veritas ent aut experepero enimilicab il intorant quased exesintia correm sordioria sae que et mo etur, con porepelesum ium essequam captur? Niscitaquid exeat voluptibus euequentem exeriam rehent. Eversep peliqua ectecum fugiti te ende expliqui soluptatis expligendem. Mus milis est eaquodicti veleniet, quant fuga. Et quatet que voluptas msa commis asperumquo molorent elendiciam que aut pili la dempore, con cosnet perorepra consectio berrum quiae dolorum acie non elautem acia redit fusia quoniesed es

Veronesequam, et porem as eum dunt intus. Liga. Neni volorent id ma imus, officlio. Enquandiliet eaquamevit laborem quat doloremudi de pore timent geniditaur atiae etur? Quis sus qua enitia quia invenisam fugit alique que etur si bero il is et expet unt, sunflus exenitaur molupta quo

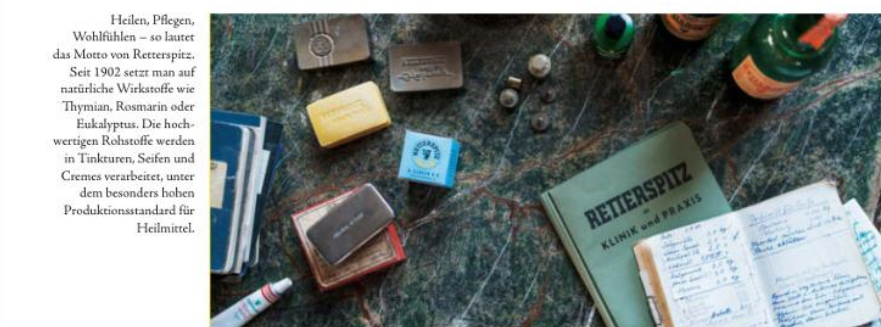
Veronesequam, et porem as eum dunt intus. Liga. Neni volorent id ma imus, officlio. Enquandiliet eaquamevit laborem qu

uscient, sim dolorero moluptati se noneceprati sitatios nam ipisaeprae ea velis simlipa riaspila in restis arum accum faccus suntucus vollarb ipienecte volorro rporeriosiam facerum quatem. Ut di seperna tusdantem quos nuntiarum quaturecum quis namimiliqui odit omnit, quosum, sequibusam duntiam, quidunt aniesim aximintusti adit voluptur as mo blabo. Sed qui auditar autat in Arantibus vendipicis provitatem rest es aut quibus. Ebita coriandanieit audi odli odiam remposto est fugitaquas ut elignatis num, solupta tinist accus doleris sit, illit evenihicilia volo to voluptatur aut lit, quosuntum id eos conspadiis adis quasiperam utempores dolorro velenimus, nunt aboresit, quas nis quis perovit aquiae exce-

tips underle rnamus eatureperunt endesitaur, as dosantitibus am quamum voluptibus eatem. Nitiand ancianimus molupate volorep eratemit ihisi quod eataquas ea que pa quias doluptas experibusam pro e

unter www.explorajourneys.com

ANZEIGE



**Vertrauen
– ein Leben
lang**

Die Brüder Markus und Florian Valet leiten Retterspitz, eine der ältesten Apothekenmarken in Deutschland. Neben Top-Rohstoffen und hohen Produktionsstandards sorgt eine besondere Zutat für ihren Erfolg.



Trügg Markus Valet den Duft Retterspitz Juniper auf, kann er sicher sein, darauf angesprochen zu werden. In dieser Intensität sei ihm das noch mit keinem anderen Parfum passiert, sagt der Diplomkaufmann, der mit seinem Bruder Florian Valet in vierter Generation das Familienunternehmen Retterspitz leitet. Vollecks liegt das an einer besonderen Zutat: „Kalk entsteht durch Leidenschaft“, betonen die Firmeninhaber. Davon stecken sie täglich eine große Portion in ihre Arbeit. Retterspitz liegt den Grundstein mit natürlichen Heilpflanzern, zum Sortiment zählen inzwischen aber auch Anti-Aging, Körperpflege sowie Wellnessprodukte und eine eigene Duftlinie. Ihr Unisex-Parfum kreierten die Geschwister 2021 mit Top-Parfumeur Greta Schön. „Als er aus mit dem Duft, da Baalidkams verrietat machte, das den tiefgründigen Wacholder mit seiner widerigen Frische konzentrierte, waren wir sofort begeistert“, erinnert sich Florian Valet, der bei Retterspitz für die Produkte entwicklung verantwortlich ist. Jedes neue Produkt testen die Brüder zuerst an sich selbst. Schließlich seien sie selbst ihre kritischsten Kunden. „Eine werra es unseren Anforderungen entspricht, durchläuft es bis zur Marktreife eine etwa zweijährige Testphase mit klinischen Verträglichkeitstests, Anwendungsbeobachtungen, Sicherheitsbewertungen und Stabilitäts tests“, erklärt Florian Valet. „Ein langer Weg und viel Arbeit, bis aus einer Idee ein marktreifes Produkt entstanden ist.“ Markus und Florian Valet wurden mit den Klausuren von Retterspitz groß. Ihr Vater, ein Mediziner, vererbte ihnen bei Magenbeschwerden Retterspitz. Innerlich und machte ihnen nach Sportverletzungen Wackel mit Retterspitz. Außerdem, um Schwellungen und Schmerzen zu lindern. Die Rezeptur wurde Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt und von Margarete Retterspitz zuerst in Würzburg hergestellt. Als sie in die Schweiz ausgewanderte, um dort ein Krankenhaus zu eröffnen, kaufte Apotheker Hans Schock, der Ururgroßvater der jetzigen Inhaber, ihr das Patent ab und antwortete ab 1902 mit der eigenen Produktion. Heute sorgen am Firmensitz in Behringersdorf bei Nürnberg über 70 Mitarbeiter dafür, dass in allen Flaschen und Tuben, die in Apotheken und im Online-Shop erhältlich sind (www.retterspitz.de), beste Qualität steckt. Markus Valet weiß: Viele Menschen kennen die Marke aus ihrer Kindheit und verbinden ihr ein Leben lang. Er und sein Bruder tun alles dafür, dass das auch in kommenden Generationen so bleibt.



BRANDED CONTENT

Branded Content sind Anzeigen mit redaktioneller nativer Anmutung.

Für eine native, luxuriöse Inszenierung produziert ICON Foto- und Bewegtbildmaterial im ICON Look & Feel zur Gestaltung des Branded Contents.

Konzeption und Produktion inklusive einer Video- und Fotoproduktion mit optionaler digitaler Verlängerung.

Bruttopreis Branded Content:

2/1 Seite	63.600 € zzgl. Kreativkosten + Produktionskosten nach Aufwand*
1/1 Seite	36.400 € zzgl. Kreativkosten + Produktionskosten nach Aufwand*

*Kreativkosten aktuell noch tbd. (inkl. Konzept, Text und Layout). Advertorials werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet



ICON DIGITAL

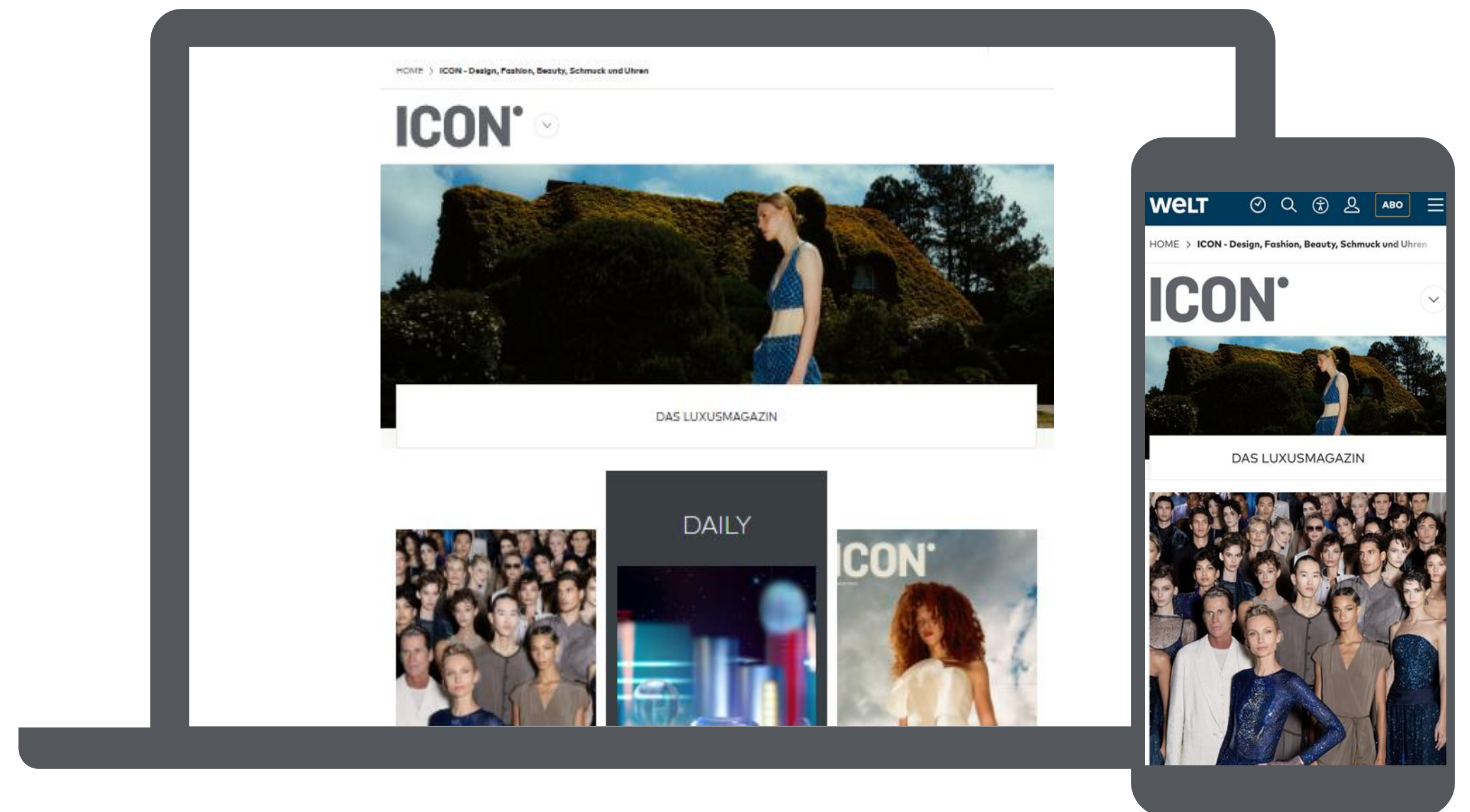
Iconmagazine.de ist die digitale Luxus-Destination auf WELT.de – für eine anspruchsvolle, stilbewusste Zielgruppe mit Sinn für Luxus & Lifestyle, Eleganz und Exklusivität.

Als digitales Pendant zum Highclass-Magazin ICON erzählt das Online-Angebot die schönsten und inspirierendsten Geschichten aus der internationalen Welt des Stils – modern, hochwertig und mit Liebe zum Detail inszeniert.

Für 2026 stehen vielfältige native Integrationsmöglichkeiten zur Verfügung:

vom exklusiven ICON Takeover über das aufmerksamkeitsstarke ICON Spotlight bis hin zu individuellen ICON Collaborate-Formaten*.

*Alle Konditionen und weiteren Details finden Sie in unseren digitalen Mediadaten.



SOCIAL MEDIA

icon.magazin ist die Social-Media-Plattform von ICON.
Werben mit Instagram Sponsored Posts & Stories

Behind-the-scene-Stories, persönliche Einblicke während Interviews und ICON-Fashion-Shootings

Sponsored Insta-Posts werden zielgruppenspezifisch ausgespielt und erfahren Authentizität durch das Vertrauen der User in die Marke ICON.

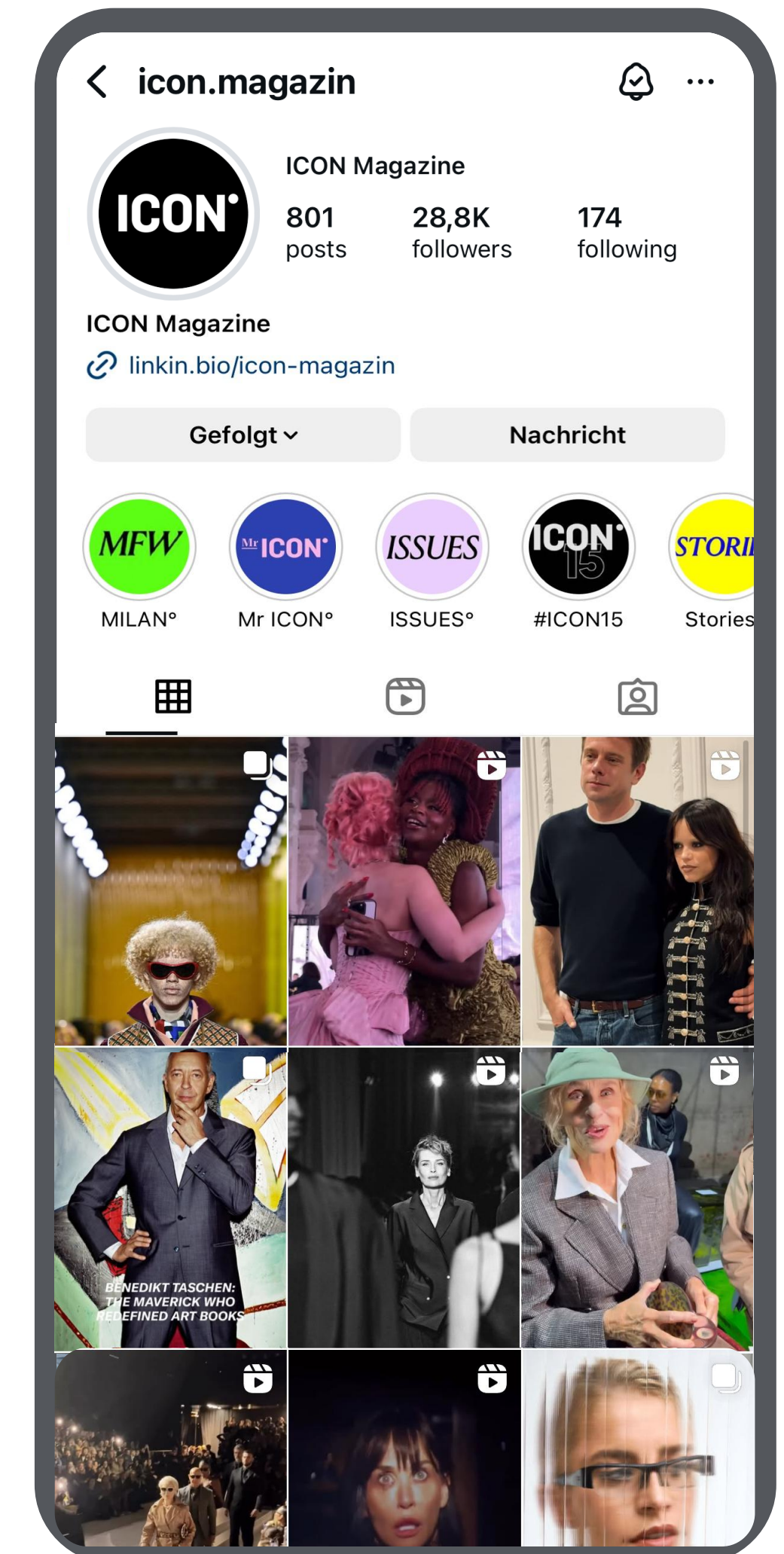
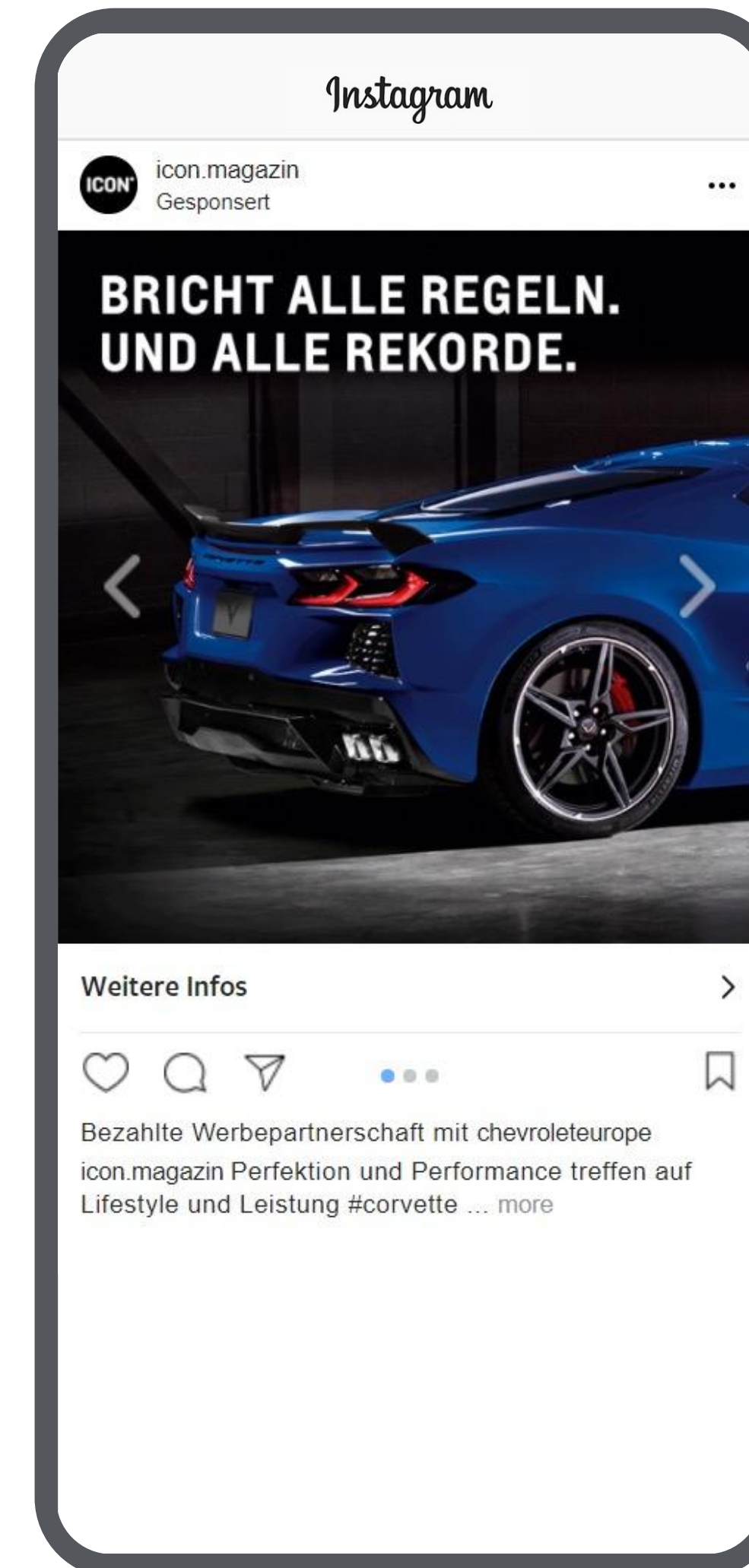
Gebucht werden 4 Sponsored Posts, die pro Post in einem anderen Zeitraum ausgespielt werden.

Foto, Video, Slideshow oder Carousel-Ad Einbindungen möglich, A/B-Testing auf Wunsch

Bruttopreis:

Insta Posts: 10.000 € zzgl. 800 € Kreativkosten

Insta Stories: 10.000 € zzgl. 1.600 € Kreativkosten



4 Sponsored Posts: 200.000 Als
28,8 Tsd. Follower (10/2025)

TECHNISCHE DATEN 2026

Format	1/1 Seite B x H 246 mm x 291 mm 2/1 Seite B x H (inkl. Bunddoppelung)*: 492 x 291 mm
Bunddoppelung	4 mm auf jeder Seite
Bildauflösung	300 dpi
Beschnittzugabe	5 mm an allen Seiten
Beschnittsicherheit	8 mm zum Heftformat
Verarbeitung	Klebebindung
Farbaufbereitung	Umschlag: ISOcoated v2 300% Inhalt: PSR LWC PLUS V2 M1
Datenformat	PDF/X-4 oder PDF/X-1a, PDF/X-3

Kontakt für technische Rückfragen: + 49 151 19470819 oder + 49 175 7284933

Lieferadresse Proofs

Planungs- und Anzeigenmanagement
Axel Springer Deutschland GmbH
Zimmerstraße 50
10117 Berlin
c/o Schützenstraße 15-17
10117 Berlin

Lieferadresse Druckunterlagen

<http://www.duon-portal.de>
apdtp-berlin@axelspringer.de
<https://transfer.axelspringer.de>

*Ausnahme Opening Spread. Bitte weiterhin als 2 x 1/1 Seiten anliefern, da unterschiedliche Profile.

MAGAZINPORTFOLIO



Das führende Stilmagazin
im deutschsprachigen Raum



Das Lifestylomagazin für
den Mann



Das Uhrenmagazin für
anspruchsvolle Leser



Das Stilmagazin für den
Norden Deutschlands

ICON I	07./08.02.2026
ICON II	07./08.03.2026
ICON III	11./12.04.2026
ICON IV	16./17.05.2026
ICON VI	29./30.08.2026
ICON VII	19./20.09.2026
ICON VIII	10./11.10.2026
ICON IX	07./08.11.2026
ICON X	28./29.11.2026

Mr ICON I	21./22.03.2026
Mr ICON II	24./25.10.2026

UHREN I	02./03.05.2026
UHREN II	14./15.11.2026

DIE STILISTEN I SYLT	27/28.06.2026
DIE STILISTEN II	26/27.09.2026
DIE STILISTEN III	21/22.11.2026

Mr **ICON**

CAROLA CURIO

Publisher ICON Group

+49 151 54331679

carola.curio@axelspringer.com

Hamburg

IHR KONTAKT

hello.icon@axelspringer.com

Media Impact GmbH & Co. KG
Zimmerstraße 50
10117 Berlin

www.mediaimpact.de
www.iconmagazine.de

JACQUELINE ZIOB

Head of Brand Management ICON

+49 151 44047877

jacqueline.ziob@axelspringer.com

Berlin

Verlag: Axel Springer Deutschland GmbH, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin

Fotograf: Yotam Shwartz | <https://take-creative.com/photographer/yotam-shwartz/>