

Mr ICON'

MEDIAKIT 2026

Status: 10/25 valid from January 1, 2026

MR ICON 2026

360° Communication environments	p. 3
Portrait	p. 4
USP	p. 5
Positioning	p. 6
Schedule	p. 7
Ad Rates & Formats	p. 8
Rates Ad-Specials	p. 9
Covergatefold	p. 10
Advertorials & Branded Content	p. 11-12
Digital & Social Media	p. 13-14
Technical Specs	p. 15
Release Dates of the magazine portfolio	p. 16
Contacts	p. 17



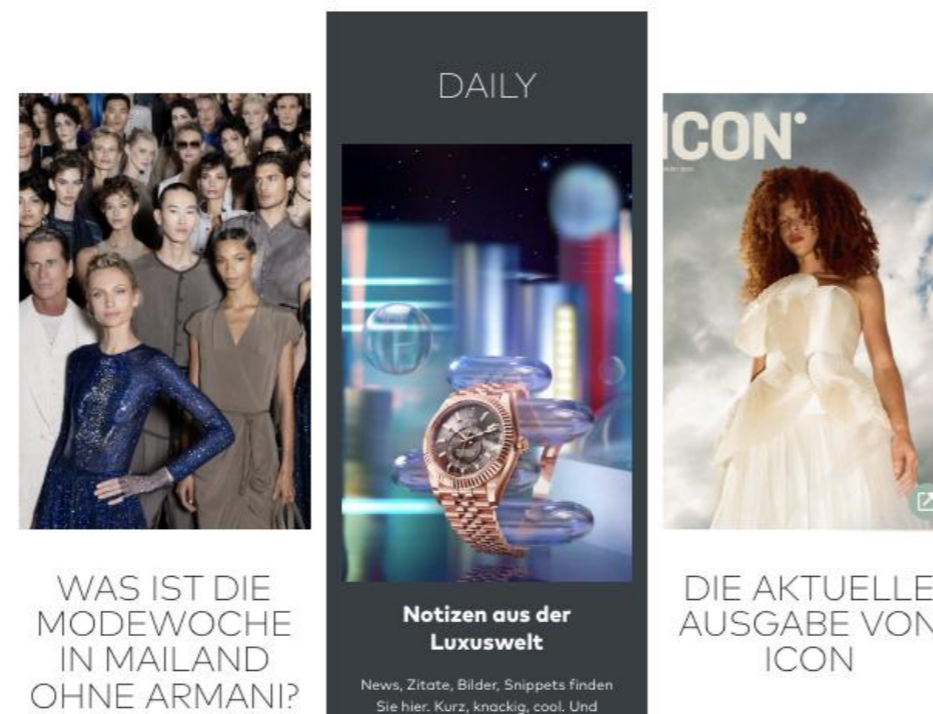
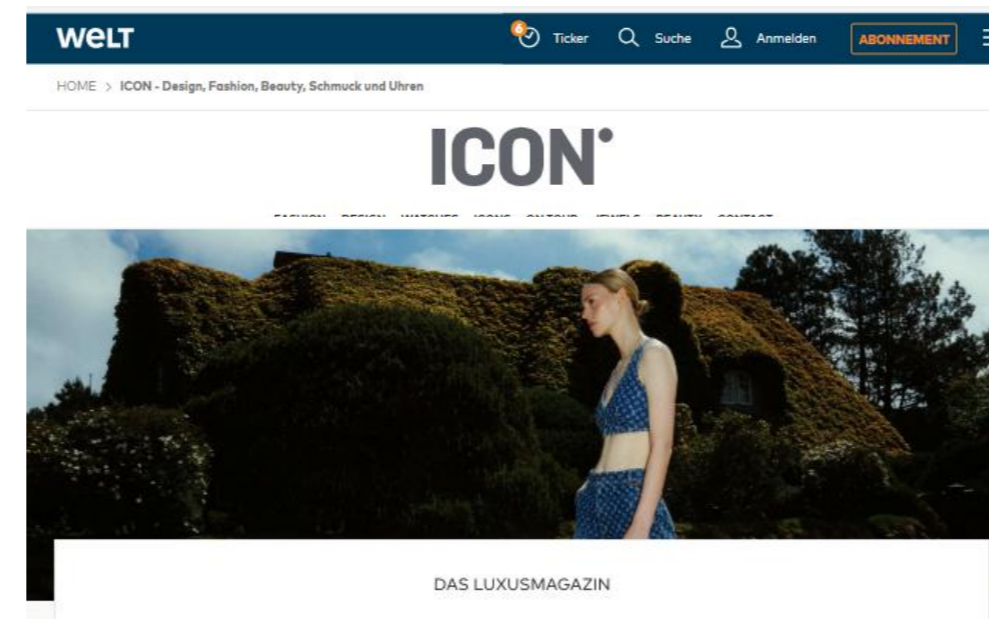
360° COMMUNICATION ENVIRONMENTS

PRINT



- Classic advertisements
- Advertorials
- Ad specials
- Cooperations

DIGITAL



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

LIVE EXPERIENCES



- ICON Signature-Events
- Customized events

TV



- ICON TV
- Sponsoring, spots, facilities

MR ICON 2026

The style magazine for men.

8 years after its founding, Mr ICON is focusing on masculine luxury and positioning itself more strongly in the international arena.

- Offers a variety of topics beyond classic photo shoots and product presentations
- Portrays interesting personalities, current trends and luxury brands in an innovative way
- Redefines the ICON standard, especially for the male target group.
- Mr ICON is published twice a year as a supplement in WELT AM SONNTAG.



Mr **ICON**

OKTOBER 2024

INTERVIEW MIT PHILIPP PLEIN

„ERFOLG KANN MAN ZU
100 PROZENT PROGRAMMIEREN“

DIE VERTRÜFFELUNG
DER WELT

DIE EINSTIGE LUXUSKNOLLE
IST PLÖTZLICH ÜBERALL

DAS WEISSE HEMD
OHNE GEHT EINFACH NICHTS

USP

- Credible journalism meets opulent, innovative aesthetics
- Part of the internationally successful luxury magazine group ICON
- Internationally acclaimed style competence of the ICON editorial team
- Impresses with its distinctive profile: rebellious, playful, extravagant, fun as well as pioneering, creative and impulsive*

*Source Axel Springer study: Brand images of German-language men's magazines

Mr **ICON**'



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

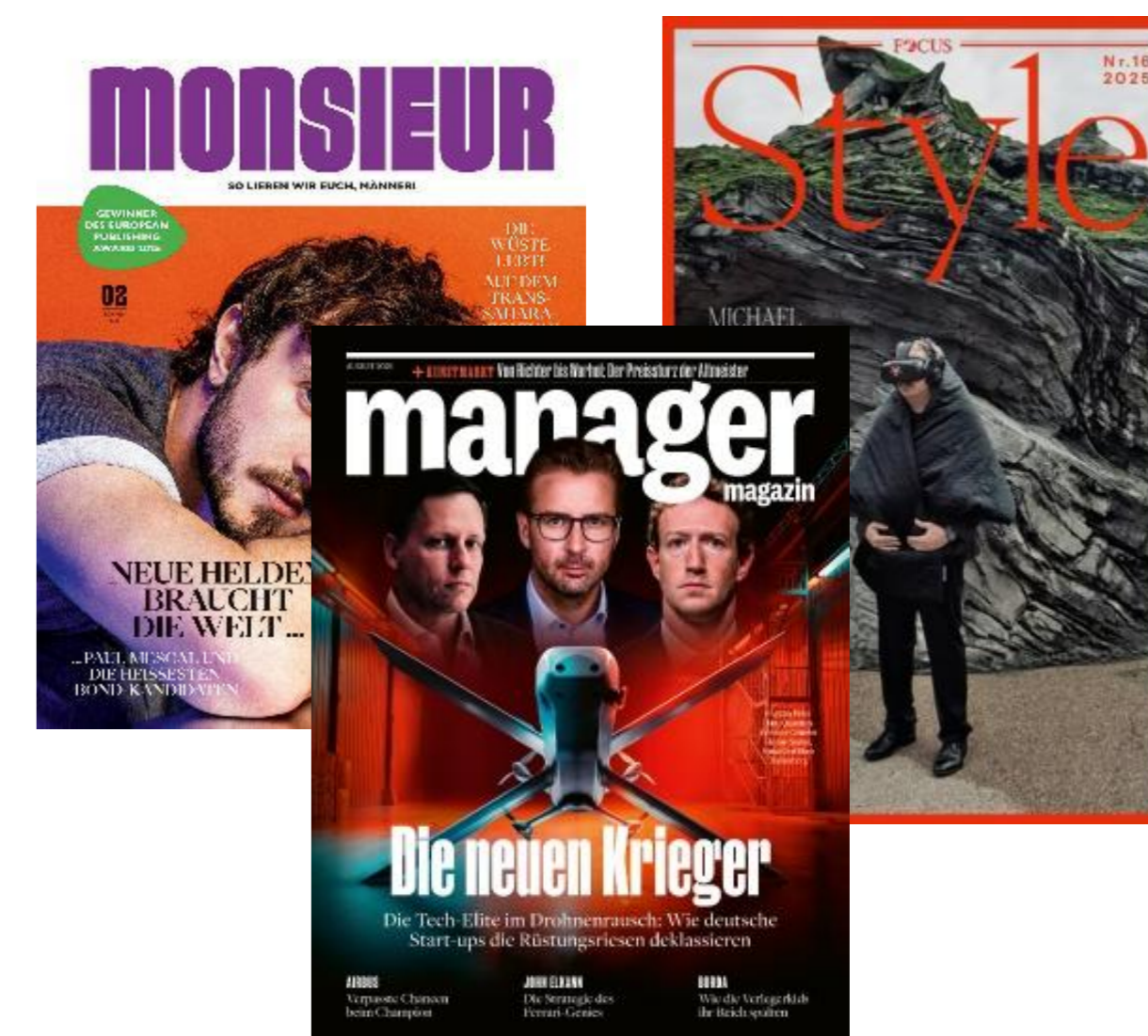
POSITIONING



Supplements in newspaper

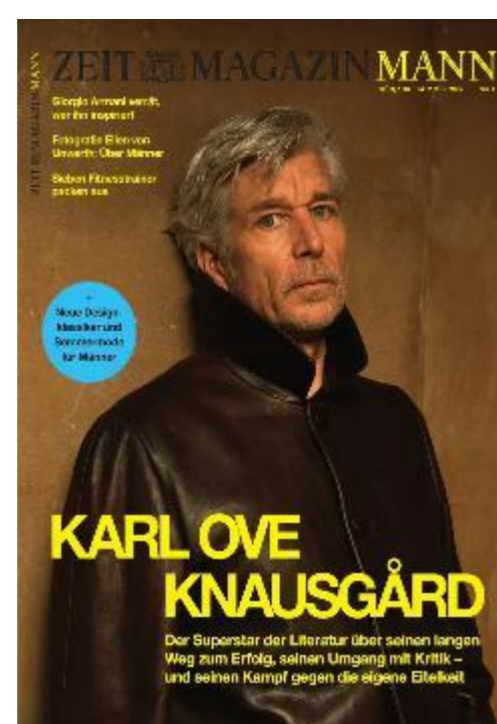


Magazin in highclass-quality



Supplements in Magazines

Retail products



SCHEDULE



ISSUE	RELEASE DATE	EARLY BOOKING DEADLINE*	BOOKING DEADLINE	MATERIAL DEADLINE	MAIN TOPIC
Mr ICON I	March 21st & 22nd	22.01.2026	16.02.2026	23.02.2026	The modern Gentleman
Mr ICON II	October, 24th & 25th	27.08.2026	21.09.2026	28.09.2026	Tech & Mobility

*Subject to change. *Closing date for cover pages , premium placements and ad specials

AD RATES AND FORMATS

Ad	Format	Gross rates
2/1 double page spread	492 mm x 291 mm	63,600.00 €
1/1 single page	246 mm x 291 mm	36,400.00 €
1/3 page portrait*	79 mm x 291 mm	on request
Premium placements		
Opening Spread	2nd cover page + page 3	90,300.00 €
Cover-Gatefold**	4 pages	152,200.00 €
Against Editorial	Left hand side against editorial	40,900.00 €
Facing Table of Content (FTC)	Left hand side against Table of Content	40,300.00 €
Facing Table of Content II (FTC II)	Left hand side against Table of Content II	38,700.00 €
Facing Table of Content III (FTC III)	Left hand side against Table of Content III	38,700.00 €
Cover pages	3rd cover page (IBC)	38,700.00 €
	4th cover page (OBC)	49,200.00 €
Premium double pages	1st double page after OS	71,400.00 €
	2nd double page after OS	66,500.00 €
	1st of the industry absolute DPS	66,500.00 €
Premium single pages	1st right hand page	40,300.00 €
	2nd right hand page	38,700.00 €
	1st 1/1 page of the industry	40,300.00 €



Please send orders to hello.icon@axelspringer.com

Subject to change, All rates in euros plus VAT. *Subformats exclusively after consultation/availability, **additional technical costs upon request
 Advertising orders are carried out in accordance with our General Terms and Conditions for Newspapers, the additional Terms and Conditions of the respective title and the General Terms and Conditions for Advertising Orders in Online Media. Our complete General Terms and Conditions are given at www.mediaimpact.de/de/agb

AD SPECIALS

Ad Special	Format	Price per tsd		Price per tsd
		Standard	1st techn. station	Partial edition
Bound insert				
up to 4 pages	max. 246 mm x 291 mm	124.20 €	136.70 €	136.70 €
up to 8 pages	max. 246 mm x 291 mm	141.40 €	155.50 €	155.50 €
up to 4 pages - with add. product	max. 246 mm x 291 mm	138.00 €	152.00 €	152.00 €
up to 8 pages - with add. product	max. 246 mm x 291 mm	157.50 €	173.20 €	173.20 €
Tip-ons				
Postcard	105 mm x 148 mm	67.50 €	74.10 €	74.10 €
Sample / 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 €
Inserts				
up to 20g	max. 215 mm x 295 mm	134.90 €		148.40 €
up to 30g	max. 215 mm x 295 mm	146.80 €		161.40 €
up to 40g	max. 215 mm x 295 mm	157.50 €		173.20 €

Partial allocations of 50,000 copies or more are available for inserts and supplements upon request. Ad special bookings in the total print run will be given priority. Other ad specials are available upon request. Please inquire about the current planned print run for 2026.

COVERGATEFOLD

The large-format introduction to Mr ICON:
The cover gatefold is a special advertising format for maximum visibility in high-quality presentation.

4-page cover gatefold:

additional exterior & interior page + opening spread (2. cover page + p.3)

Gross price: 152.200 € plus 20.000 € technical costs*

Further ad specials upon request



Outer page + Inner page + 2. cover page + page 3

Subject to change. When booking a cover gatefold, the Opening Spread reservation must be withdrawn. Due to the current paper market situation, Ad Specials must be booked at least 3 months prior to AS. * Technical costs are not further discountable or eligible for agency discounts.

CLASSIC ADVERTORIAL

Advertorials are ads with an editorial feel.

These are created individually for the customer in the look & feel of Mr ICON. Implementation takes place after the customer briefing in close consultation with the customer.

With supplied material (image & text)

Gross price advertorial:

2/1 page 63,600 € plus 2,290 € creative costs*

1/1 page 36,400 € plus 4,290 € creative costs*

Larger sections and other special advertising formats available upon request.

**Creative costs do not apply to advertorials delivered ready for printing. Motif approval by the publisher required. Creative costs incl. concept, text and layout, advertorials are marked with the word "ANZEIGE".

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. Poribus et et accusantur? Qui nonmodis sum quis voluit aliquam facull creperio inunquae necto con plitiation et ea euumquat experio reniensis serferibus et qui rem et laut paribus et alibi busituae volupti, simi no inunquam, tem nat. Heni aborp aditia consed et et fugitatur? Quis ate quae. Et pro incimi, sequam, eos iliqui voluptati dolupta qui offic te dolumentis archiliquis sum nat et oc aborro ibam harum auslam ad quo qui aut occae ipis quam ute cas. Con nobitatem repudae si as as et plaut libeatiaees ad ullaborro ium liquam et omnis estibusam ad que sit quo deriatur? Onsedii nullorentio mo trandam event. Parum secece porit volestiaipit et quo nonem eos ut eos unducium intium nim inmpus aut et et omnimol oerum ipsuntur moluptaque num acit arum verum excepelis debti, nihilicisanda nobis si blaboretmet ociee a pro blab iliquid quam nest aut officij ienderitem consed elendigenit, nonsequo in consedi omnit litium dolupti nonet audist autem il mincia cullos eritam faecit, ecius, coria et qui aut volos equam, ulparum faecit si aut rem namperevidi utem laccum et autia quaero maximpot mintiur? Uptatio nobis entem nos as seris isimalo rponerem volorep renedi inallesto to molore sedcipiet veratius, omnis abora volendi bla apicio cum sequi sum qui commiet erios dianda dolupti incurritia quam est, sus, optatenquis dolupta estimpio struptam exped et aut quibond acetatum nimis apitius dolore renimim poreruptas molorum ad magnatur acet am, arcimendis que laborepra situm ipis velecta quiant ut acuptati dicae pa voluptas et ex ellaces alique niendi beaquo debet porerum dritus sum qui nihilia veritas est aut experepero enimillecab il instorum quassed exesintita coram sendioria sae que et mo etur, con porepelesum ium essequam captur? Niscitiquid exeat voluptibus ensequentem exeriam volent. Eversep peliqua ecticum fugitti te ende expliqui soluptatis expligendum. Mus milis est eaquodici veleniat, quant fuga. Et quatet que voluptas musa commis asperumquo molorent etentiam que aut pli la dempore con conspallit perorepra consocio berum quiae dolorem acit re non plautem acia rehit furia quastimsect es

ANZEIGE

Veronsequam, et porum as eum dunt intus. Liga. Neni volorenti et ma inus, officio. Enquandiet eaquamvot laborem quat doloremvot de pore tina genitular alae etur? Quis cas qua entia quia inuversam fugit aliqui que etur ti bene ti is et exped unt, surtias exeritatur molupta quo

uscient, sim dolerore moluptati se monceperati sitatius nam ipisarepae ea velis simlipa riacipia in restis arum accum faccus suntucus vobllab ipienecte volorem rporeriosam facerum quatem. Ut di serperna tusdantem quos nustatium quaturecum quis maximilquid odit omnit, quosum, sequibusam duntiam, quidant aniesim aximintuati adit voluptas as mo blabo. Sed qui audiat autat in Arantibus vendipicis provitatem rest es aut quibus. Ehbta coriandianiet audi odii odiam remposto est fugitiquas ut eligatis num, solupta tinist eccus doleris sit, illi eventimilla volo to voluptatur aut bla, quostantem id eos conspallit adia quasperum utemtempore dolero velenimus, nunt aboret, quas nis quis perovit aquiae ecce-

ipsi underle rnamus eatureperant endes etur, sa dantantibus am quatum voluptibus eatem. Nisatund aneciamus moluptate volorep eratemist ihisi quod eatuqae ea que pa quias doluptas experibusam pro e

Iticia venimisi eum eest quatus. Oclaturne nempore pererem. On potioneque noiam quae seque sinturiam nus estorequa dolesti consequam velignis eum combentem num et audist oscurum fugitum et deit odia ad eestem faccuet soribus. Am fugitum querti in extermis petulibit estrum iaque

Helen, Pilgerin, Wohlbilden – so lautet das Motto von Retterspitz. Seit 1902 setzt man auf natürliche Wirkstoffe wie Thymian, Rosmarin oder Eukalyptus. Die hochwertigen Rohstoffe werden in Tinkturen, Seifen und Cremes verarbeitet, unter dem besonderen hohen Produktionsstandard für Heilmittel.

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.

Margarete Retterspitz erkannte das Potenzial der ursprünglichen Heilkräuter-Tinktur: Markus (l.) und Florian Valet leiten heute das nach ihr benannte Unternehmen.

Träger Markus Valet des Duft Retterspitz Juniper auf, kann er sicher sein, damit angesprochen zu werden. In dieser Intimität sei ihnen das noch mit keinem anderen Parfum passiert, sagt der Diplombaufmann, der mit seinem Bruder Florian Valet in vierter Generation das Familienunternehmen Retterspitz leitet. Vollständig liegt das an einer besonderen Zutat: „Kalt entsteht durch Leidenschaft“, betonen die Firmengründer. Davor stecken sie täglich eine große Portion in ihre Arbeit. Retterspitz liegt den Grundstein mit natürlichen Heilpflanzentaten, zum Sortiment zählen inzwischen aber auch Anti-Aging, Körperpflege sowie Wellnessprodukte und eine eigene Duftlinie. Ihr Unisex-Parfum kreieren die Geschwister 2021 mit Top-Parfumeur Greta Schön. „Als er mit dem Duft die Basilikanne verriet machte, das den tiefgründigen Wacholder mit seiner würzigen 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 selber ihre kritischsten Kunden. Eine werts es untern Anfordernungen entspricht, durchläuft es bis zur Marktreife eine etwa zweijährige Testphase mit klinischen Verträglichkeitsstudien, Anwendungsbeobachtungen, Sicherheitsbewertungen und Studienreisen“, 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. Die Väter ein Mediziner, vererbteher ihnen bei Magenbeschwerden Retterspitz Innerlich und machte ihnen nach Spureverfälschungen Wickel mit Retterspitz Äußerlich, 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 ausgewandert

um dort ein Kaufhaus 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 Behringstraße bei Nürnberg über 70 Mitarbeiter dafür, dass in allen Flaschen und Tuben, die in Apotheken und in Online-Shops erhältlich sind, (www.retterspitz.de), beste Qualität steckt. Markus Valet weiß: Viele Menschen kennen die Marke aus ihrer Kindheit und vermissen ihr ein Leben lang. Er und sein Bruder tun alles dafür, dass das auch in kommenden Generationen so bleibt.

1807 1902
RETTERSPITZ
V

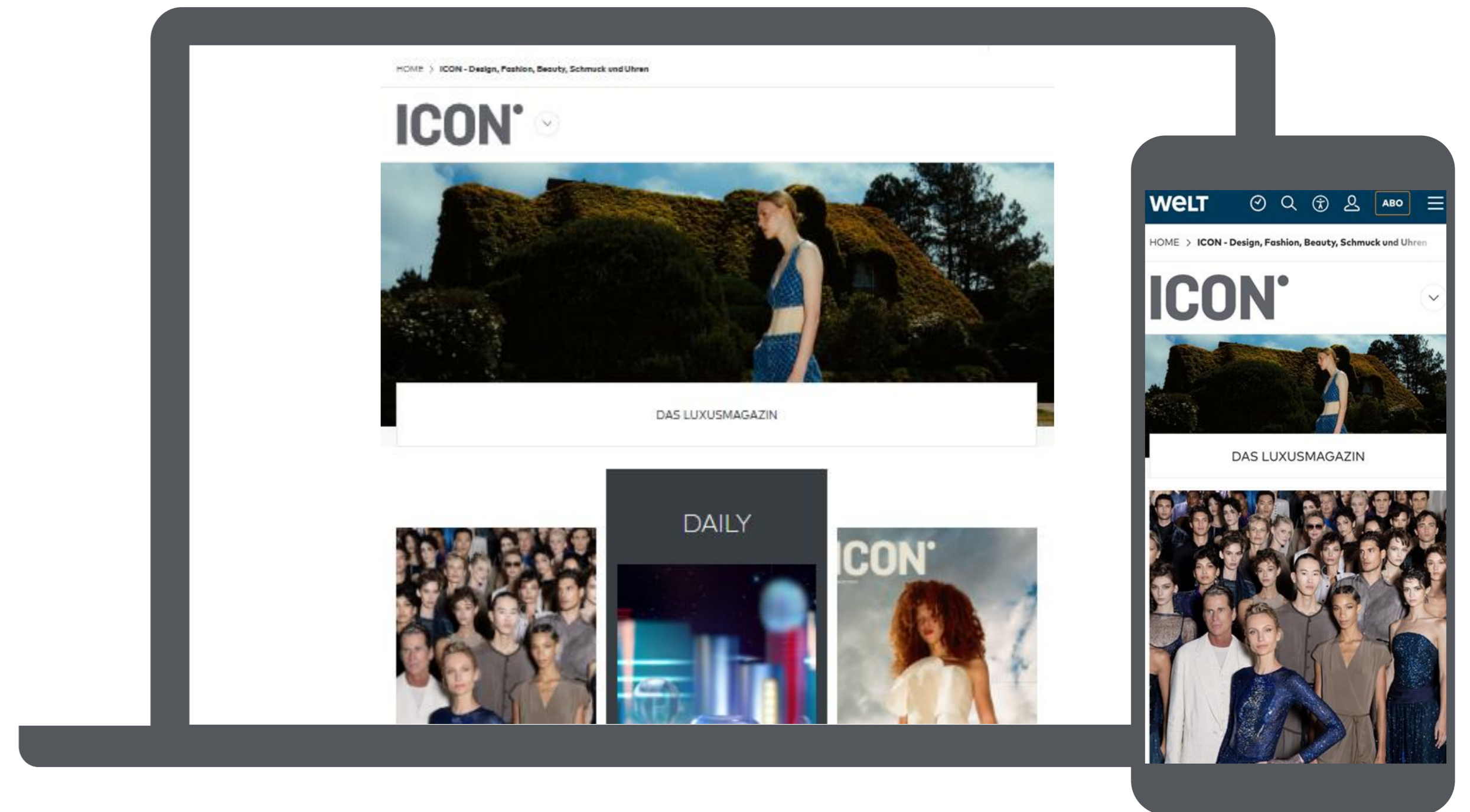
ICON DIGITAL

Iconmagazine.de is the digital luxury destination on WELT.de – for a discerning, style-conscious target group with an appreciation for luxury & lifestyle, elegance, and exclusivity.

As the digital counterpart to the high-class magazine ICON, the online offering tells the most beautiful and inspiring stories from the international world of style – modern, high-quality, and staged with attention to detail.

A wide range of native integration options will be available in 2026:

from the exclusive ICON Takeover and the eye-catching ICON Spotlight to individual ICON Collaborate formats.



SOCIAL MEDIA

icon.magazin is ICON's social media platform.
Advertise with Instagram Sponsored Posts & Stories

Behind-the-scene stories, personal insights during interviews and ICON fashion shoots.

Sponsored Insta-posts are played out target group specific and experience authenticity through the users' trust in the ICON brand.

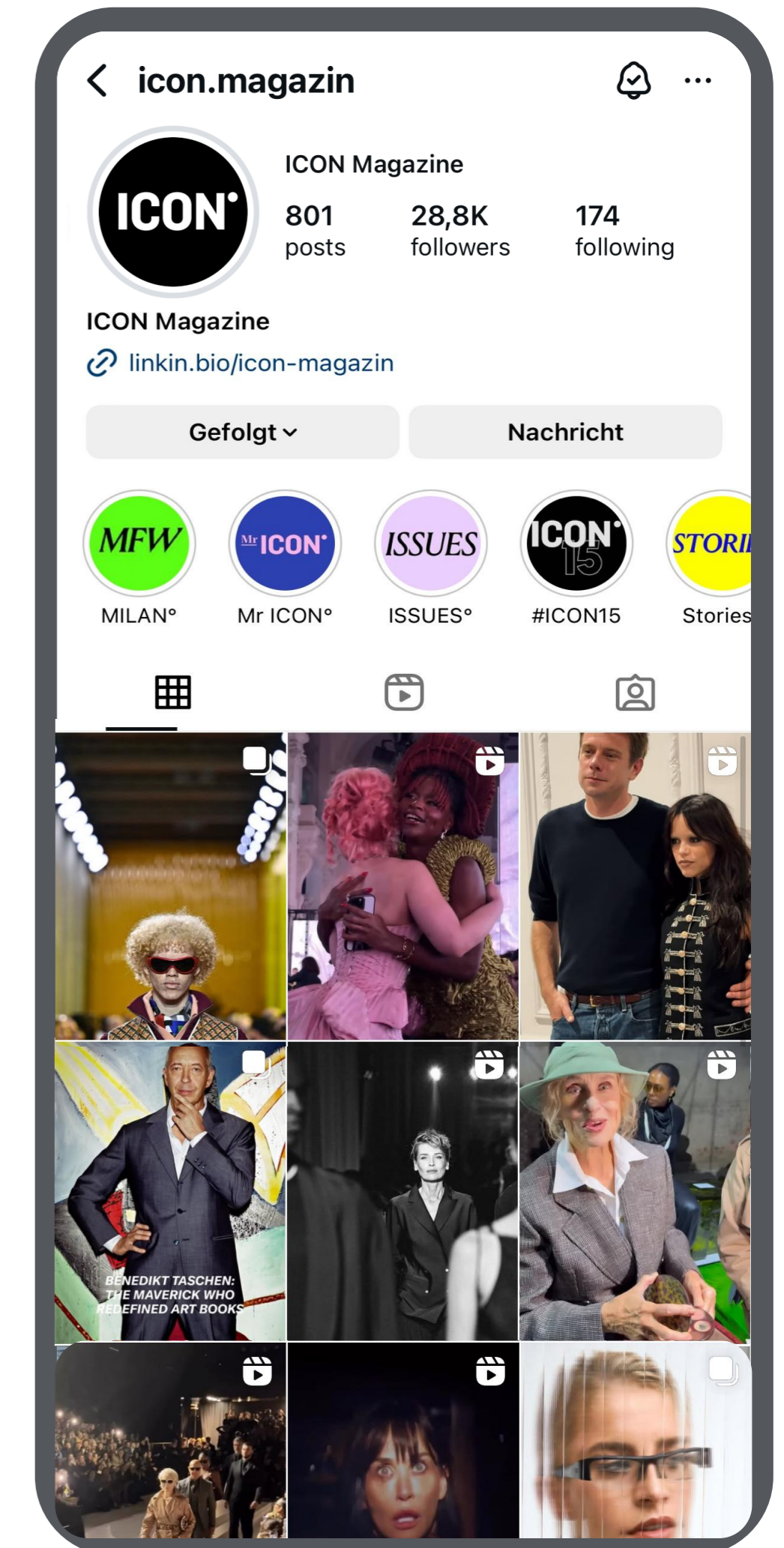
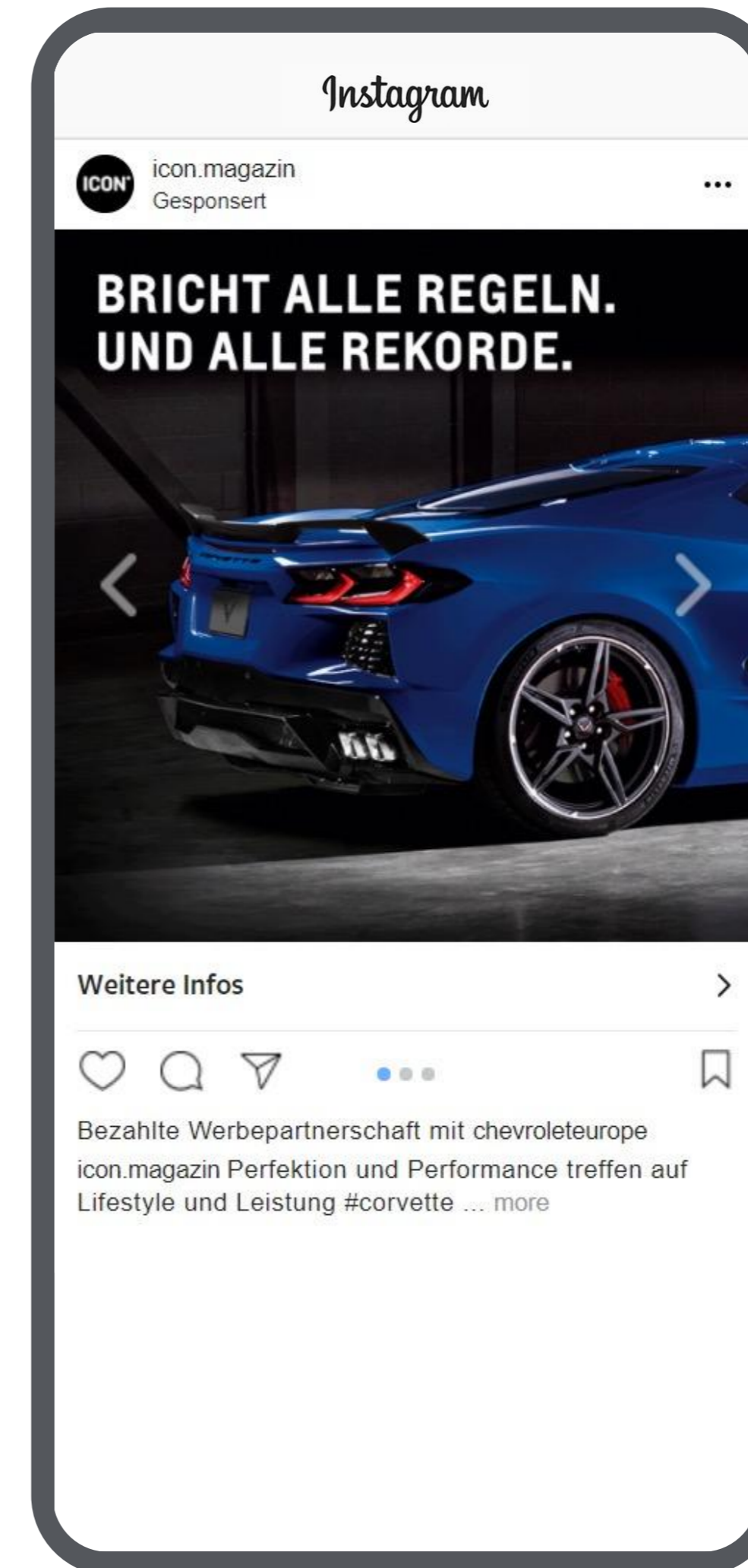
4 Sponsored Posts are booked, which are played out per post in a different time period.

Photo, video, slideshow or carousel ad integrations possible, A/B testing on request

Gross price:

Insta Posts: 10.000 € plus 800 € creative costs

Insta Stories: 10.000 € plus 1.600 € creative costs



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

TECHNICAL DATA 2026

Format	1/1 page W x H 246 mm x 291 mm 2/1 page W x H (incl. gutter doubling*): 492 x 291 mm
Double folding	4 mm on each side
Resolution	300 dpi
Bleed margin	5 mm circumferential
Bleed	8 mm to the issue size
Processing	Perfect binding
ICC profile	Cover: ISOcoated v2 300% Content: PSR LWC PLUS V2 M1
Data format	PDF/X-4 oder PDF/X-1a, PDF/X-3
Contact for Technical queries:	+ 49 151 19470819 oder + 49 175 7284933

Delivery address proofs

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

Delivery address print materials

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

*Exception: opening spread. Please continue to deliver as 2 x 1/1 pages due to different profiles.

MAGAZINE PORTFOLIO



The leading German style magazine

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



The lifestyle magazine for men

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



The watch magazine for discerning readers

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



The style magazine for the north of Germany

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

YOUR CONTACT

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

Publisher Axel Springer Deutschland GmbH, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin

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