

Mr ICON[®]

MEDIADATEN 2025

Status: 02/25 gültig ab 01. Januar 2025

MR ICON 2025

ICON Portfolio	S. 3
Portrait	S. 4
USPs	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. 13-15
Technische Daten	S. 16
ETs des Magazinportfolios	S. 17
Kontakt	S. 18



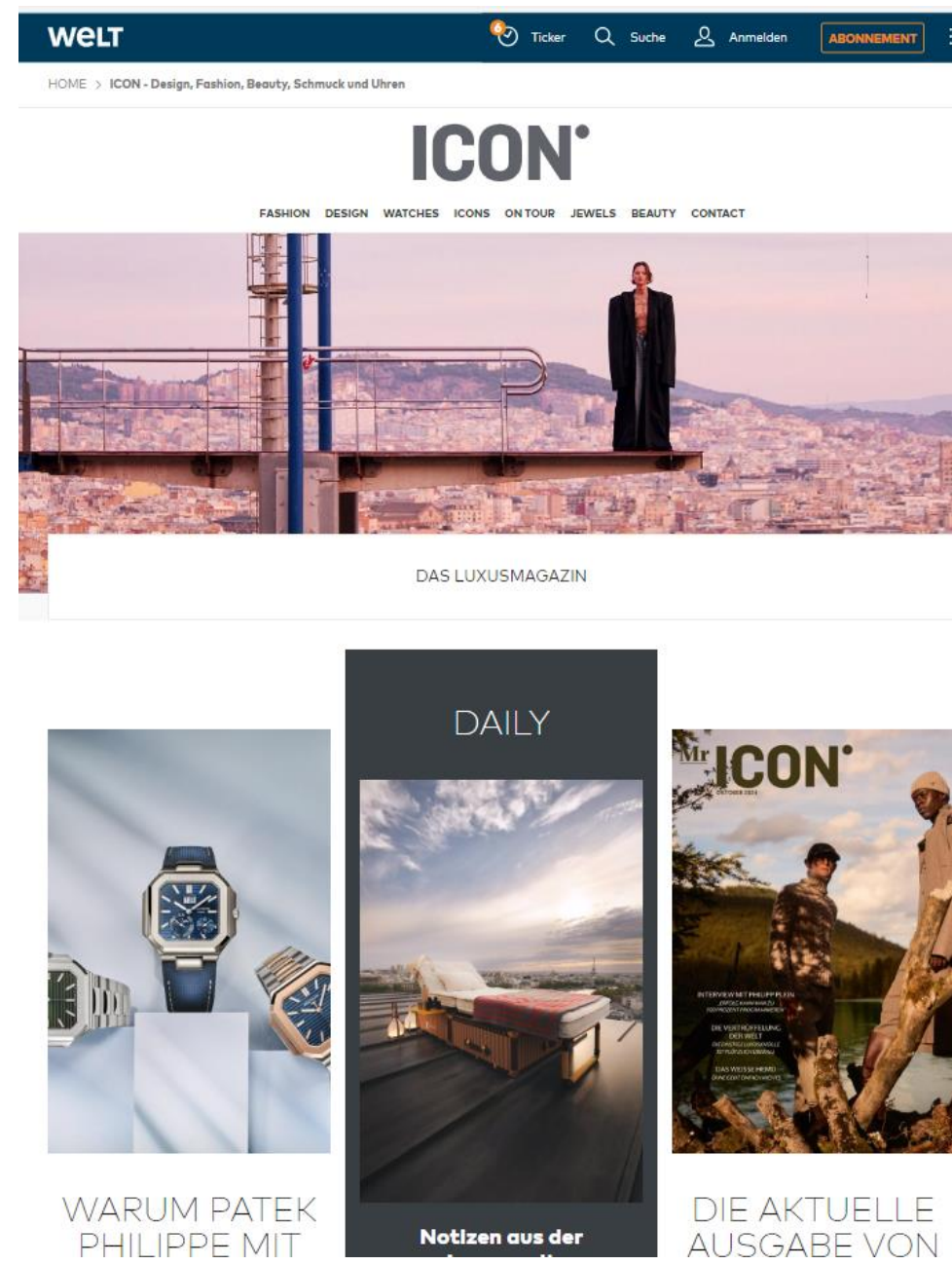
ICON GROUP PORTFOLIO

PRINT



- Magazine

DIGITAL



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

EVENTS



- Kundenindividuelle Events

MR ICON 2025

Das Stilmagazin für den Mann.

6 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



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

- 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*



POSITIONIERUNG

MEDIADATEN 2025



Supplements in der Tageszeitung



Supplements in WELT AM SONNTAG



Supplements in Magazinen

Retail Produkte



TERMINE

MEDIADATEN 2025



AUSGABE	ET	VORGEZOGENER AS*	AS	DU	SCHWERPUNKTTHEMA
Mr ICON I	22./23.03.2025	23.01.2025	17.02.2025	24.02.2025	Innovation
Mr ICON II	25./26.10.2025	28.08.2025	22.09.2025	29.09.2025	Craftsmanship

*Vorbehaltlich Änderungen.*AS für Premiumplatzierungen

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

Anzeigen	Format	Anzeigenpreise
2/1 Seite	492 mm x 291 mm	61.300,00 €
1/1 Seite	246 mm x 291 mm	35.000,00 €
1/3 Seite hoch*	79 mm x 291 mm	auf Anfrage
Vorzugsplatzierungen		
Opening Spread	2. Umschlagseite + Seite 3	86.900,00 €
Cover-Gatefold**	4-seitig	146.400,00 €
Against Editorial	Linke Seite neben Editorial	39.300,00 €
Facing Table of Content (FTC)	Linke Seite neben Inhalt	38.800,00 €
Facing Table of Content II (FTC II)	Linke Seite neben Inhalt II	37.200,00 €
Facing Table of Content III (FTC III)	Linke Seite neben Inhalt III	37.200,00 €
Umschlagseiten	3. Umschlagseite (IBC)	37.200,00 €
Umschlagseiten	4. Umschlagseite (OBC)	47.300,00 €
Premium-Doppelseiten	1. Doppelseite	68.500,00 €
	2. Doppelseite	63.900,00 €
	1. der Branche absolut als DPS	63.900,00 €
Premium-Einzelseiten	1. rechte Seite	38.800,00 €
	2. rechte Seite	37.200,00 €
	1./1 Seite der Branche	38.800,00 €

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	120,60 €	132,70 €	132,70 €
bis 8 Seiten	max. 246 mm x 291 mm	137,30 €	151,00 €	151,00 €
bis 4 Seiten - mit Zusatzprodukt	max. 246 mm x 291 mm	134,00 €	147,60 €	141,70 €
bis 8 Seiten - mit Zusatzprodukt	max. 246 mm x 291 mm	152,90 €	168,20 €	152,90 €
Beikleber				
Postkarte	105 mm x 148 mm	65,50 €	72,00 €	72,00 €
Warenprobe / Scent seal	min 40 mm x 60 mm	89,40 €	98,40 €	98,40 €
Booklet	max. 196 mm x 251 mm	92,50 €	101,80 €	101,80 €
Beilage				
Bis 20g	max. 215 mm x 295 mm	131,00 €		144,10 €
Bis 30g	max. 215 mm x 295 mm	142,50 €		156,70 €
Bis 40g	max. 215 mm x 295 mm	152,90 €		168,20 €

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 2025 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: 146.400 € 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 Mr ICON erstellt. Umsetzung erfolgt nach dem Kundenbriefing in enger Absprache mit dem Kunden.

Mit angeliefertem Material (Bild & Text).

Bruttopreis Advertorial:

2/1 Seite 61.300€ zzgl. 4.290 € Kreativkosten*

1/1 Seite 35.000 € zzgl. 2.290 € Kreativkosten*

Auf Anfrage größere Strecke und weitere Sonderwerbformate möglich.

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

ZU HAUSE AUF SEE

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

Ob draußen an der Reling oder in der Suite unter Deck – überall erblickt man das Meer, Himmel und Wasser, so weit das Auge reicht. Das allein bietet vollkommene Entspannung, doch es gibt noch so viel mehr. Die Vision von Explora Journeys ist es, den Gästen die Möglichkeit zu bieten, einen „Ocean State of Mind“ zu erreichen. Eine Geisteshaltung, inspiriert durch das Meer, die den Sinn für Entdeckungen schult und Erinnerungen schafft, welche zur Selbstfindung beitragen. Neben der Selbstentdeckung sind dabei auch aktive und soziale Erlebnisse wichtig: neue Begegnungen und Kulturen oder kulinarische Angebote genauso wie nachhaltiges Handeln, soziale Verantwortung, Achtsamkeit und die Wohlfühlenerlebnisse an Bord. So zeichnen sich die luxuriösen Suiten durch ein Design aus, das anspruchsvollen Luxus und Komfort vereint. Die Badzimmern verfügen über eine Fußbodenheizung, einen Dyson Supersonic™-Haartrockner sowie umweltfreundliche Details wie nachfüllbare Pflegeprodukte oder recycelbare Kaffeepads für die Espressomaschine. Es gehört zum Selbstverständlichen, dass alle Suiten einen direkten Meerblick










HANDWERK MIT HERZ

Die schottische Destillerie The Balvenie gibt die Kunst der Whisky-Herstellung seit über 130 Jahren von einer Generation zur nächsten weiter – lässt aber auch junge Talente neue Noten einbringen




Die Nase ist ihr wichtigstes Werkzeug. Daher verrichtet Malt Master Kelsey McKechnie von der Whisky-Destillerie The Balvenie in der schottischen Speyside auf Parfüm oder einen morgendlichen Kaffee, bevor sie an die Arbeit geht. Durch „Nosing“, ein ausgeprägtes Riechen am gefüllten Glas, erkennt sie bis zu 150 Aromen, die sich darin vereinen. Als Malt Master überwacht Kelsey die Entstehung aller Whiskys von The Balvenie, ist verantwortlich für eine ausgewogene Mischung und einen gleichbleibenden Charakter. Kelsey wurde 2018 im Alter von nur 26 Jahren zur Apprentice Malt Master ernannt – und ist seit 2023 eine der jüngsten Frauen weltweit, die diesen seltenen Beruf ausüben. Unterrichtet wurde sie unter anderem von ihrem Vorgänger David C. Stewart, der 60 Jahre seines Lebens dem Whisky widmete und 2016 von der Queen zum Mitglied des Order of the British Empire (MBE) ernannt wurde. Die Schottin ist stolz darauf, dass sie von „einem unglaublich sachkundigen, geduldsamen Mann und einer lebenden Legende“ lernen durfte. „Es ist ein Privileg, unser Handwerk fortzuführen.“ Die Komposition eines Whiskys ist nicht das einzige Handwerk, das bei The Balvenie seit über 130 Jahren von Generation zu Generation weitergegeben wird: Als einzige Destillerie in den schottischen Highlands baut sie ihre eigene Gerste an und setzt auf traditionelle Bodenmahlung, bei der das Korn von Hand bis zu viermal am Tag gewendet wird. Zudem gibt es ein eigenes Team von Küfern, die mit viel Geschick die Eichenfässer für die Reifung bauen, sowie einen Schmied, der die Kupferblasen wartet, in denen der Whisky gebraut wird. Die Form der Brennblasen hat sich kaum verändert, seit die Destillerie 1893 ihre Produktion aufgenommen hat: Sie haben unten am sogenannten Schwannenhals eine runde Ausbuchtung, was dazu führt, dass die Dämpfe vor der Weiterverarbeitung mehr Zeit haben, sich zu vermischen. Dadurch entsteht das charakteristische Honigaroma. Die Form der Brennblasen findet sich am Hals der Whiskyflaschen wieder. Eine optische Besonderheit – und eine Erinnerung daran, dass sich darin nicht nur ein qualitativ hochwertiges Produkt befindet, sondern auch ein Stück Seele und die Leidenschaft derjenigen, die an diesem Prozess beteiligt sind. Zu den besonderen Tropfen im Sortiment zählt der DoubleWood 12 Whisky, der 1993 auf den Markt kam und in einem Verfahren hergestellt wird, das David C. Stewart, der inzwischen als Ebereschäfer von The Balvenie fungiert, entwickelte. Dieses ist unter dem Begriff „Cask Finishing“ (Holzveredelung) bekannt und bedeutet, dass der Whisky nach der ersten Reifung in einem zweiten Fass nachreift, sodass völlig neue Geschmackseindrücke entstehen. Der DoubleWood 12 Whisky lagert zwölf Jahre lang in ehemaligen amerikanischen Bourbon-Fässern und im Anschluss bis zu neun Monate in ehemaligen Sherryfässern aus spanischer Eiche. So vermischt ein vielschichtiges Vanillaroma mit einer fruchtigen und honigartigen Tiefe. Ein absolutes Meisterwerk der Handwerkskunst!

Mehr unter www.explorajourneys.com

BRANDED CONTENT

Branded Content sind Anzeigen mit redaktioneller nativer Anmutung.

Für eine native, luxuriöse Inszenierung produziert ICON Foto- und Bewegtbildmaterial im Mr 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 61.300 € zzgl. ab 18.000 € Kreativkosten + Produktionskosten laut Aufwand*

1/1 Seite 35.000 € zzgl. ab 10.000 € Kreativkosten + Produktionskosten laut Aufwand*

*Kreativkosten (inkl. Konzept, Text und Layout – Exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen), Branded Content werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet. Individuelle Umsetzungen & längere Strecken: Preise auf Anfrage

ANZEIGE

KONZEPT: JESSICA PERDIDA/STILING, CHEMIE/ARND BRUNS/ALBU, ART DIRECTION: MANUELLA BEHR

ANZEIGE

Das Geheimnis von Siegertypen

Anmut, Eleganz, Kraft und absolute Verlässlichkeit. Diese Grundvorursetzungen haben für Isabella Werth, eine der erfolgreichsten Reiterinnen, einen unschätzbaren Wert. Was es heißt, aber sich selbst hinauszuwarfen, Leistung zu bringen und Stärke zu zeigen, das zeigt ihre Erfolgsgeschichte.

„Manus Iuvant non minus qui Laevis tenet“, wrote Daxöschland's entgegengesetzte. Daxöschland's Isabella Werth, die vor trübsamer Kindheit mauer, ihr Leben ist geprägt von der Faszination für den Reiter und der Liebe zu den Pferden. Die Sportgeschichte wurde das außersportliche Gefühl, die Hobbies zum Beruf machen zu können und stundenlang vor sich zu betreiben, ist von Leidenschaft, so oft, wie die Liebe zum Pferd macht. Die Leidenschaft, die sie über die Jahre hinweg vererbtete, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen. Die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen.

Ricky Seward, der für sein „Seven Swans“ in Frankfurt den bislang einzigen Michelin-Stern für ein veganes Restaurant in Deutschland erhielt, ist ein engagierter Vegetarier und noch immer eine Ausnahmerechnung in der gastronomischen Spitzenklasse. Denn wer schafft schon, sich auf rein pflanzliche Zutaten aus eigenem Anbau zu beschränken und seine Gäste dabei mit so raffinierten Aromen zu verwöhnen? Die Atmosphäre ist entspannt, das Dekor schlicht, sodass die Bühne ganz den kunstvoll arrangierten kulinarischen Kreationen gehört. Gipsd der persönlichen Vorliebe sind die selbst entworfenen Teller, die dem natürlichen Untergrund wie Ackerboden oder Steine nachempfunden sind. Das Auge ist schließlich mit Das Konzept ist ein Erfolg, auf einen Tisch im „Seven Swans“ wartet man zehn Monate. Aber expandieren? „Niemand, ich finde es wichtig, immer vor Ort zu sein. Nur so ist garantiert, dass die Qualität meinen eigenen Ansprüchen genügt.“

Eine Einstellung, die der Küchenchef wie seine britischen Wurzeln mit Range Rover teil, was man nur mit dem Besten zufrieden ist und schon seit dem Lauch des ersten Luxus-SUV vor über 50 Jahren eine Vorreiterrolle einnimmt. Bei Ricky Seward steht dahinter ein ungeheurer Willensgang, gepaart mit großer Eigenverantwortung, hohen Anforderungen an sich selbst und dem Mut zu neuen Ideen, aber auch die Fähigkeit zur Entspannung nach einem harten Tag – zum Beispiel Auto bei seiner Leidenschaft. Doch beginnen wir von vorn.

Ricky Seward's Berufswunsch stand direkt nach dem ersten Praktikum in der Großküche eines Altenheims denn. Sein einziger Praktikant. Er lernte bei keinem großen Meister, arbeitete nie in einem Sternrestaurant und ist nie ein Kochbuch, wie er erklärt. Seine Küche ist entsprechend speziell. Er selbst beschreibt sie als komplex, pflanzenbasiert, mit zwei getriebenen Geschmackskombinationen“. Sie ist zudem regional, saisonal, nachhaltig und ressourcenschonend. „Sixteen, Root & Leaf“

ANZEIGE

Leidenschaft und Durchhaltevermögen sind Eigenschaften, die sowohl auf Isabella Werth als auch auf Range Rover zutreffen.

„Manus Iuvant non minus qui Laevis tenet“, wrote Daxöschland's entgegengesetzte. Daxöschland's Isabella Werth, die vor trübsamer Kindheit mauer, ihr Leben ist geprägt von der Faszination für den Reiter und der Liebe zu den Pferden. Die Sportgeschichte wurde das außersportliche Gefühl, die Hobbies zum Beruf machen zu können und stundenlang vor sich zu betreiben, ist von Leidenschaft, so oft, wie die Liebe zum Pferd macht. Die Leidenschaft, die sie über die Jahre hinweg vererbtete, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen. Die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen.

ANZEIGE

„Am liebsten im Sommer bei 30° C. Der Wind weht durch die offenen Fenster. Keine übermäßige Geschwindigkeit, eher entspannt. Dann einen Lieblingsinteressen in moderner Lautstärke hören und ein kaltes Erfrischungsgetränk.“ Wichtig für ihn sind Komfort, ein hochwertiges Fahrgelände und Sicherheit. „Großer Traum? Ein Trip über die „Highest Road in the World“ im Himalaya. „Aber eine Tour in die Schweizer Berge tut es vorerst auch“, wie er grinsend bemerkt.

Den ersten Schritt zu einem rundum luxuriösen, hybriden Fahrerlebnis hat Ricky Seward gemacht: mit seinem neuen Range Rover, der mit seinem viersäulen, minimalistischen und ausdrucksstarken Design wie maßgeschneidert für ihn scheint und genau wie eine Merida das Ergebnis kompromissloser Hingabe ist. Besonders fasziniert ihn die progressiven Materialien im Interieur: die Nachhaltigkeit, Ästhetik und Komfort schmelzen ineinander in Einklang bringen. Allen voran das elegante Ultrafibre-Gewebe, eine Lederalternative, die sich nicht nur wunderbar weich anfühlt, sondern auch sprich mit den edelsten Ledern mithalten kann. Auch die offeneren Formen, deren Hülle aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt, zeigen, wie überzeugend die Verbindung von Verarbeitung und Luxus sein kann.

Wie Speisen und Geschür im „Seven Swans“ stehen sie einem Spiel, der die Rückbesinnung auf das Wesentliche auf einem neuen Level steht. So entziehen hier wie dort unsere eine Kreaturen, die nicht sind, als

ANZEIGE

„Manus Iuvant non minus qui Laevis tenet“, wrote Daxöschland's entgegengesetzte. Daxöschland's Isabella Werth, die vor trübsamer Kindheit mauer, ihr Leben ist geprägt von der Faszination für den Reiter und der Liebe zu den Pferden. Die Sportgeschichte wurde das außersportliche Gefühl, die Hobbies zum Beruf machen zu können und stundenlang vor sich zu betreiben, ist von Leidenschaft, so oft, wie die Liebe zum Pferd macht. Die Leidenschaft, die sie über die Jahre hinweg vererbtete, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen. Die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, ist nicht nur, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen, sondern auch, die Leidenschaft zu zeigen und zu gewinnen.

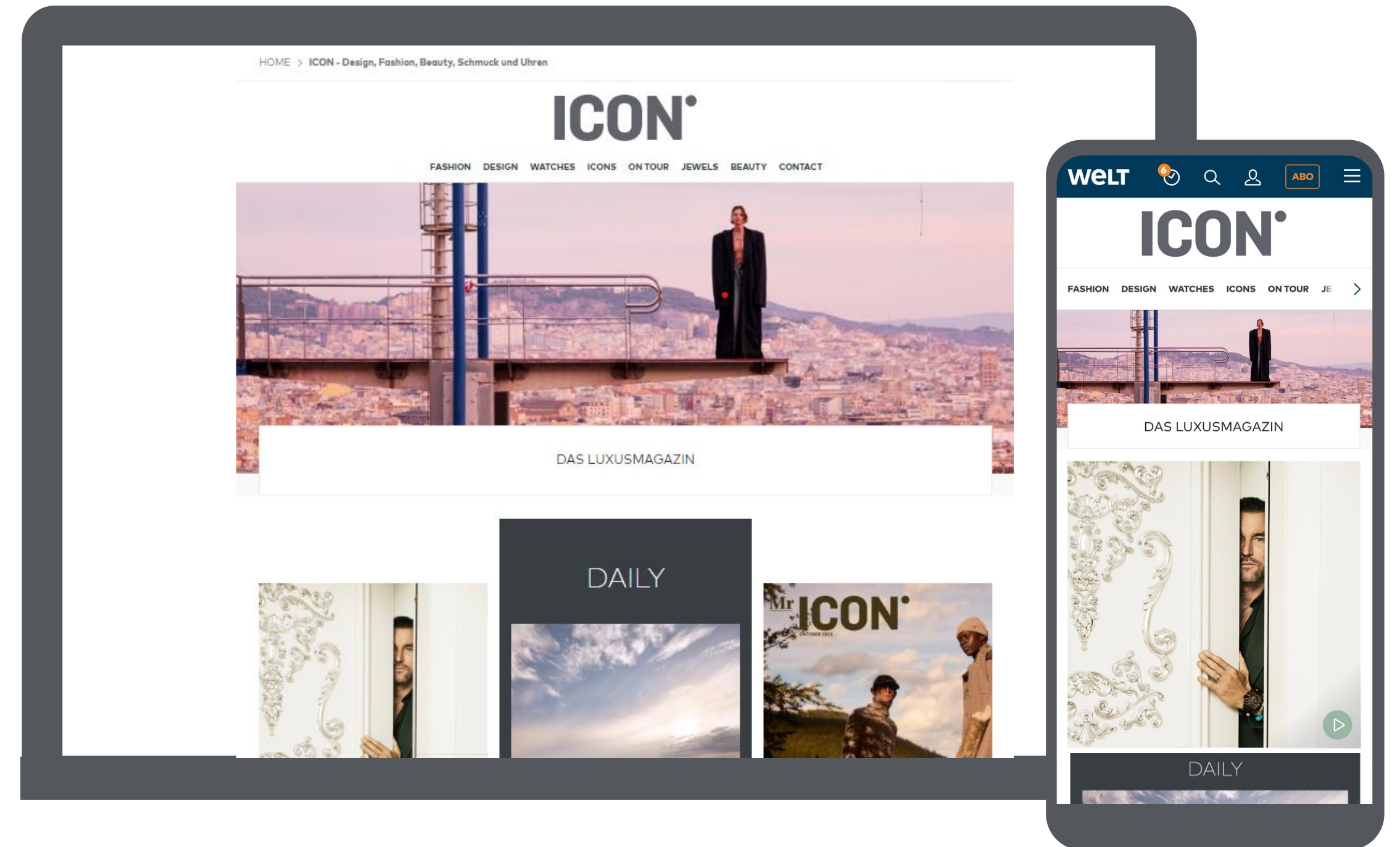
ICONMAGAZINE

iconmagazine ist die digitale Destination auf WELT.de für seine luxus-orientierte Zielgruppe mit hoher Affinität zu Stil, Eleganz und Exklusivität.

Als digitales Pendant zum Highclass-Magazin ICON setzt das Digitalangebot konsequent auf die schönsten Geschichten aus der internationalen Welt des Stils – außergewöhnlich und aufwendig inszeniert.

Verschiedene Einbindungsformen sind möglich. Vom exklusiven Presenting des ICON Channels, bis hin zu nativen Einbindungen.

Kosten und individuelle Angebote auf Anfrage



ADVERTORIAL & BRANDED CONTENT

Advertorial:

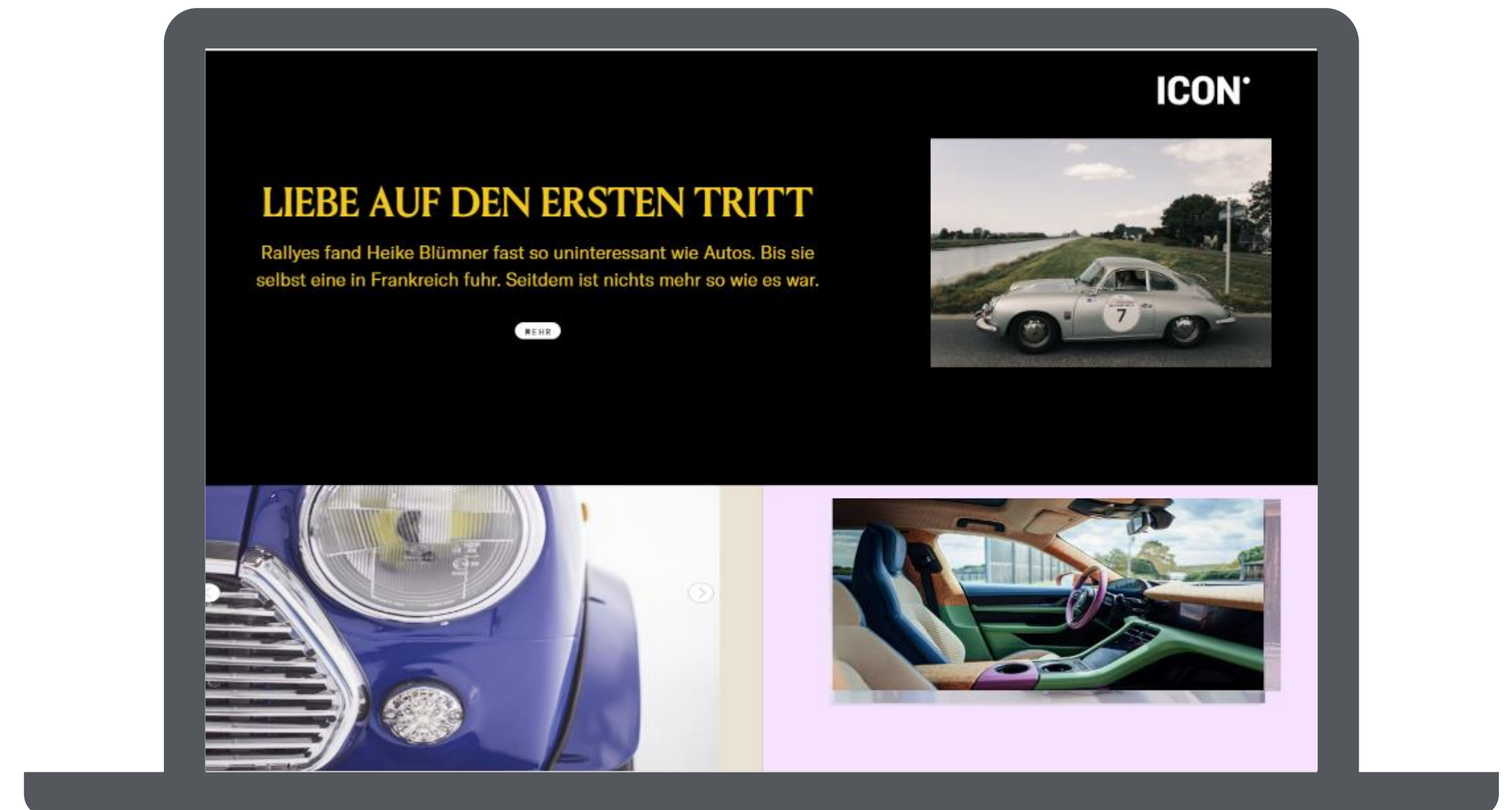
Ein digitales Advertorial im Look & Feel von ICON wird mit angeliefertem Material (Bild & Text) erstellt.

Branded Content*:

Für eine native, luxuriöse Inszenierung auf iconmagazine.de produziert ICON Foto- und Bewegtbildmaterial im ICON Look & Feel zur Gestaltung des Online-Auftritts.

ICON produziert für den Kunden Branded Content, dieser beinhaltet Bild & Text.

Eine Video- und Fotoproduktion sind inklusive.



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.

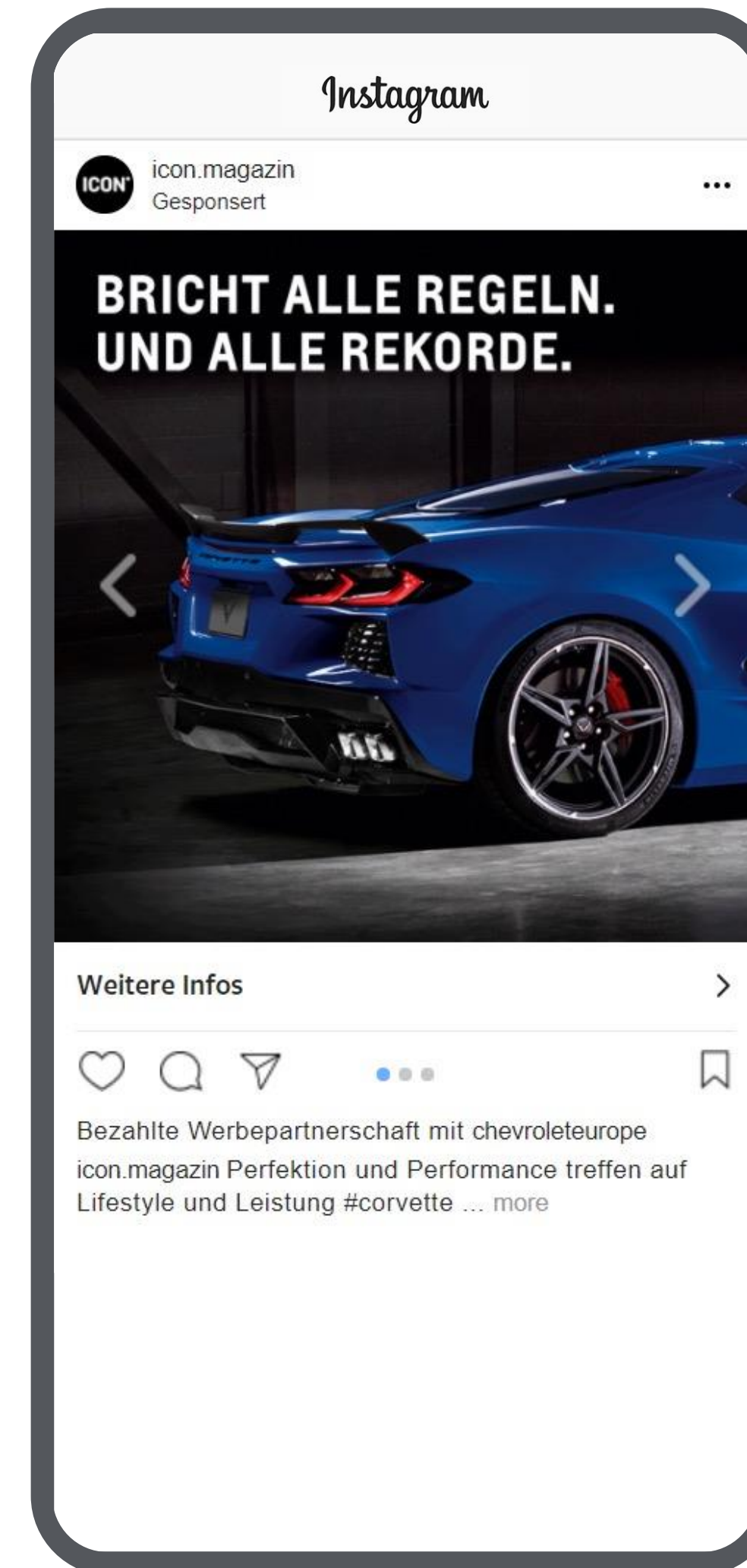
Gebucht werden 4 Sponsored Posts, die pro Post in einem anderen Zeitraum ausgespielt werden.

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 AIs
27,4 Tsd. Follower (11/2024)

TECHNISCHE DATEN

Format	1/1 Seite B x H 246 mm x 291 mm 2/1 Seite B x H (inkl. Bunddoppelung*): 492 x 291 mm
Druckverfahren	Umschlag: Bogenoffset / Inhalt: Tiefdruck
Papier	Umschlag: 250g/m ² Bilderdruck matt Inhalt: 65g/m ² Kabel Terrapress G
Auflösung	300 dpi
Beschnittzugabe	5 mm umlaufend
Verarbeitung	Klebebindung
ICC-Profil	Umschlag: ISOcoated v2 300% Inhalt: PSR LWC PLUS V2 M1
Farben	CMYK 4/4
Datenformat	PDF/X-1a, PDF/X-3, PDF/X-4

Wichtig:

Für Doppelseiten liefern Sie bitte zwei Einzelseiten, inkl. Bund-doppelung von 4 mm an.

Lieferadresse Proofs

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

Lieferadresse DU

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

MAGAZINPORTFOLIO

MEDIADATEN 2025



Das führende Stilmagazin im deutschsprachigen Raum

ICON I	08./09.02.2025
ICON II	08./09.03.2025
ICON III	05./06.04.2025
ICON IV	10./11.05.2025
ICON VI	30./31.08.2025
ICON VII	20./21.09.2025
ICON VIII	11./12.10.2025
ICON IX	08./09.11.2025
ICON X	29./30.11.2025



Das Lifestylmagazin für den Mann

Mr ICON I	22./23.03.2025
Mr ICON II	25./26.10.2025



Das Uhrenmagazin für anspruchsvolle Leser

UHREN I	12./13.04.2025*
UHREN II	15./16.11.2025



Das Stilmagazin für den Norden Deutschlands

DIE STILISTEN I SYLT	28./29.06.2025
DIE STILISTEN II	27./28.09.2025
DIE STILISTEN III	23./23.11.2025

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
10888 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: Max von Treu | www.maxvontreu.com