

# Mr ICONi

MEDIAKIT 2025

Status: 02/25 valid from 1st of January 2025



# MR ICON 2025

ICON Portfolio	p. 3
Portrait	p. 4
USPs	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. 13-15
Technical Specs	p. 16
ICON Group Publishing Dates	p. 17
Contacts	p. 18





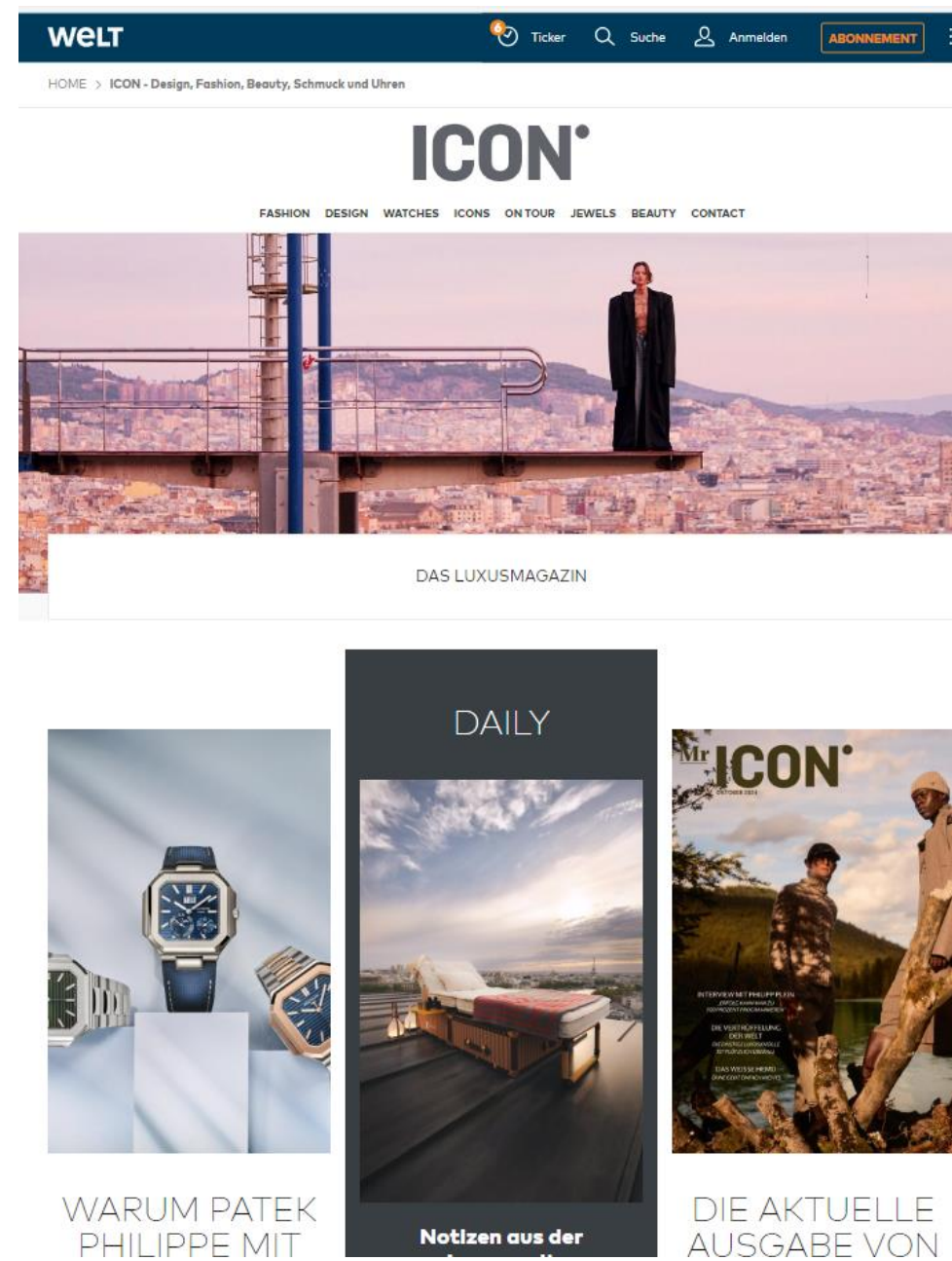
# ICON GROUP PORTFOLIO

## PRINT



- magazines

## DIGITAL



- icon digital on welt.de
- social: @icon.magazin

## EVENTS



- customer-specific events



# MR ICON 2025

The style magazine for men.

6 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 erscheint 2x im Jahr als Supplement in WELT AM SONNTAG





# 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





# POSITIONING



Supplements in newspapers



Supplements in WELT AM SONNTAG



Supplements in magazines

Retail products





# SCHEDULE



ISSUE	RELEASE DATE	EARLY BOOKING DEADLINE*	BOOKING DEADLINE	MATERIAL DEADLINE	MAIN TOPIC
Mr ICON I	March, 22nd & 23rd	23.01.2025	17.02.2025	24.02.2025	Innovation
Mr ICON II	October, 25th & 26th	28.08.2025	22.09.2025	29.09.2025	Craftsmanship

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

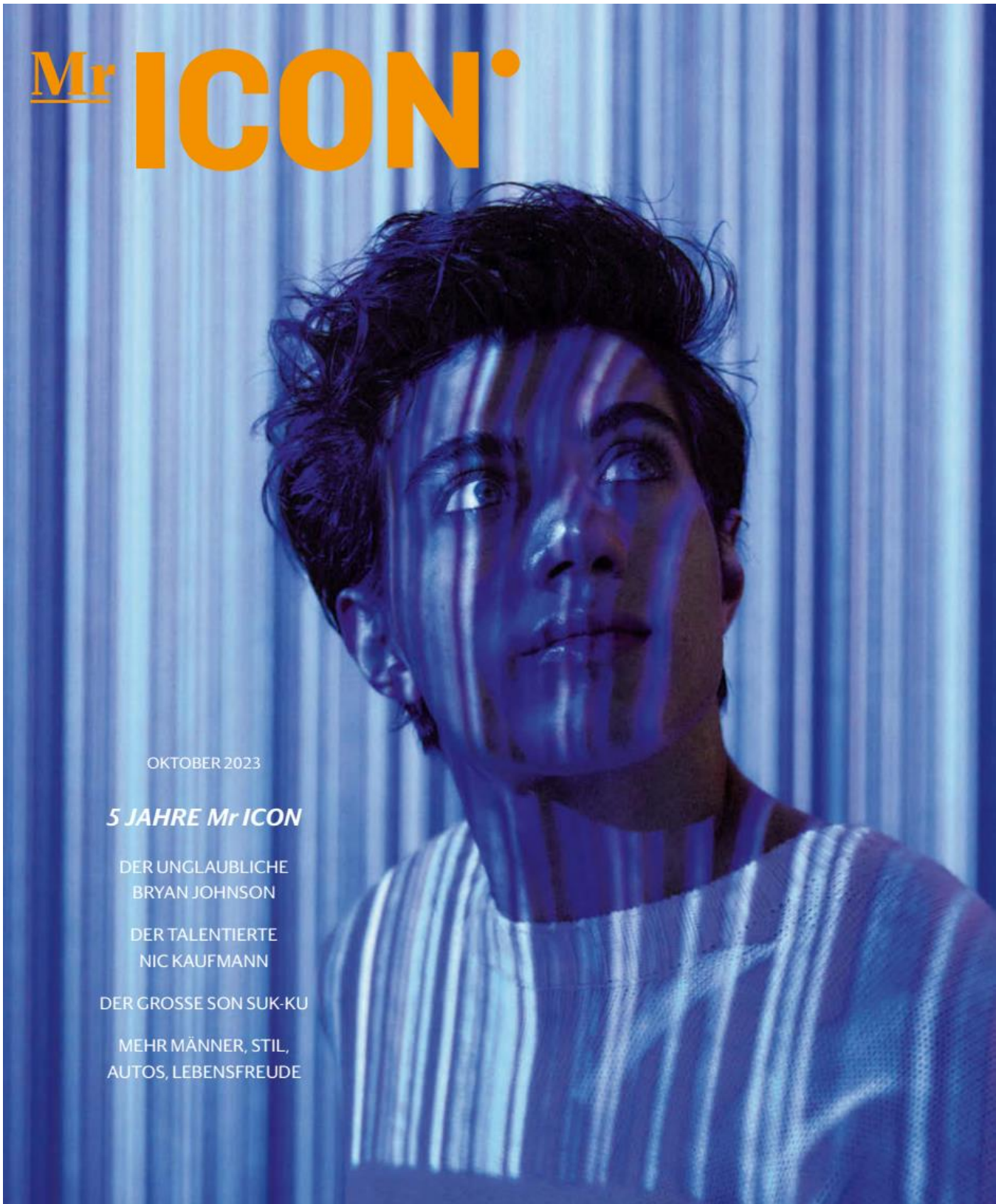


# AD RATES AND FORMATS

Ad	Format	Gross rates
2/1 double page spread	492 mm x 291 mm	61,300.00 €
1/1 single page	246 mm x 291 mm	35,000.00 €
1/3 page portrait*	79 mm x 291 mm	on request
Premium placements		
Opening Spread	2nd cover page + page 3	86,900.00 €
Cover-Gatefold**	4 pages	146,400.00 €
Against Editorial	Left hand side against editorial	39,300.00 €
Facing Table of Content (FTC)	Left hand side against Table of C	38,800.00 €
Facing Table of Content II (FTC II)	Left hand side against Table of C	37,200.00 €
Facing Table of Content III (FTC III)	Left hand side against Table of C	37,200.00 €
Cover pages	3rd cover page (IBC)	37,200.00 €
	4th cover page (OBC)	47,300.00 €
Premium double pages	1st double page after OS	68,500.00 €
	2nd double page after OS	63,900.00 €
	1st of the industry absolute as DPS	63,900.00 €
Premium single pages	1st right hand page	38,800.00 €
	2nd right hand page	37,200.00 €
	1st 1/1 page of the industry	38,800.00 €

Please send orders to [hello.icon@axelspringer.com](mailto: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](http://www.mediaimpact.de/de/agb)





# AD SPECIALS

Ad Special	Format	Price per tsd	Price per tsd	Price per tsd
Bound insert		Standard	1st techn. station	Partial edition
up to 4 pages	max. 246 mm x 291 mm	120.60 €	132.70 €	132.70 €
up to 8 pages	max. 246 mm x 291 mm	137.30 €	151.00 €	151.00 €
up to 4 pages - with add. product	max. 246 mm x 291 mm	134.00 €	147.60 €	147.60 €
up to 8 pages - with add. product	max. 246 mm x 291 mm	152.90 €	168.20 €	168.20 €
Tip-ons				
Postcard	105 mm x 148 mm	65.50 €	72.00 €	72.00 €
Sample/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 €
Inserts				
up to 20g	max. 215 mm x 295 mm	131.00 €		144.00 €
up to 30g	max. 215 mm x 295 mm	142.50 €		156.70 €
up to 40g	max. 215 mm x 295 mm	152.90 €		168.20 €

Partial bookings of 50,000 copies or more are possible for tip-ons and inserts on request. Ad Special bookings in the total circulation are given priority. Other Ad Specials available on request. Please ask for the current planned print run for 2025.

Subject to change / status November 2024 / Ad Specials are not discountable, but AE-eligible, All rates in euros plus VAT, Ad Special orders are only binding for the publisher after submission of a binding sample of the Ad Special and its reconfirmation.



# 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: 146.400 € 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 61,300 € plus 4,290 € creative costs\*

1/1 page 35,000 € plus 2,290 € 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".**

ANZEIGE

## 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 Geisteshäl-  
tung, inspiriert durch das Meer, die den Sinn für Entdeckungen  
schult und Erinnerungen schafft, welche zur Selbstfindung beitra-  
gen. Neben der Selbstentdeckung sind dabei auch aktive und soziale  
Erkundungen wichtig: neue Reiseziele und Kulturen oder kulinar-  
sche Angebote genauso wie nachhaltiges Handeln, soziale Verant-  
wortung, Achtsamkeit und die Wohlfühlmomente an Bord.  
So zeichnen sich die luxuriösen Suiten durch ein Design aus, das an-  
spruchsvollen Luxus und Komfort vereint. Die Badezimmer verfügen  
über eine Fußbodenheizung, einen Dyson Supersonic™-Haartrockner  
sowie umweltfreundliche Details wie nachfüllbare Pflegeprodukte  
oder recycelbare Kaffeepads für die Espresso-Maschine. Es gehört  
zum Selbstverständnis, dass alle Suiten einen direkten Meerblick

Das Design der Suiten wurde in Zusammenarbeit  
mit den Architektur- und Interior-Design-Studios  
Norman und De Zee entwickelt. Raumhohe  
Fenster und neutrale Farben maximieren das  
natürliche Licht und laden zu Entdeckungsdetails,  
verleihen jeder Suite wahre Eleganz

Auf dem Außendeck werden  
Gäste ein hochmodernes Aktiv-  
erlebnis genießen für Fitness mit  
Blick aufs Meer

Ein- und Abtauchen ist in einem  
der drei beheizten Außenpools  
immer möglich

Das Luxus-Hochseeschiff EXPLORA I  
bietet das Beste aus beiden Welten:  
eine luxuriöse Suite mit privater  
Terrasse

Das Design der Suiten wurde in Zusammenarbeit  
mit den Architektur- und Interior-Design-Studios  
Norman und De Zee entwickelt. Raumhohe  
Fenster und neutrale Farben maximieren das  
natürliche Licht und laden zu Entdeckungsdetails,  
verleihen jeder Suite wahre Eleganz

haben und über  
geräumige private  
Terrassen mit  
Daybeds verfügen,  
auf denen man im  
Freien sitzen, es-  
sen und sonnenba-  
den kann. Das  
stellt eine Erweite-  
rung des Wohlbe-  
findens dar, bein-

Menüs. Jedes Menü wird sorgfältig kompo-  
niert und die Sommeliers von Explora Journeys  
sorgen für eine hervorragende Weinbegleitung  
von kleinen exklusiven Weingetränken. Auch aus-  
gefallene alkoholfreie Getränke gehören zu  
ihrem raffinierten Angebotspektrum.  
Der Abend darf noch nicht zu Ende gehen?  
Keine Sorge und kein Stress. Statt eine über-  
füllte Hauptveranstaltung zu besuchen,  
können die Gäste kleinen Konzerten an einem  
der drei Open-Air-Spaces, Plazards, Folien, oder

Explora Journeys sind ein Erlebnis wie kein  
anderes. Es ist die abgestimmte Mischung  
aus bekannten Destinationen und weniger  
bekannten Orten, die die Gäste begeistert und  
inspiriert. Dazu gehören in 2023 bis 2025 die  
norwegischen Fjorde, Großbritannien und  
Island, Island und Grönland, die Ostküste der  
USA und Kanada, die Karibik, Südamerika,  
Zentralamerika, die pazifische Küste und  
Hawaii, Alaska, das Mittelmeer, die Arabische  
Halbinsel, Indien, die Seychellen und die  
Malediven, Ost- und Südafrika und die Ma-  
sarenen-Inseln – die von der EXPLORA I und  
der EXPLORA II angesteuert werden.  
Am 17. Juli 2023 wird die EXPLORA I in See  
stechen, für ihre Jungfernfahrt vom briti-  
schen Southampton nach Kopenhagen. Auf  
dieser Debut-Fahrt werden zwölf Häfen in vier  
Ländern angelaufen. Darunter sind alte Wi-  
kingerstädte wie das norwegische Trondheim,  
das dänische Skagen und herrliche Fjorde, die  
von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt  
wurden.  
Wer hier an Bord ist, kann den Alltag entflie-  
hen, neue Reiseziele und Kulturen erleben,  
Kontakte zu Gleichgesinnten knüpfen und sich  
auf das Bestimmen, was wirklich zählt. Die Gast-  
geber nennen das den „Ocean State of Mind“.

Mehr unter [www.explorajourneys.com](http://www.explorajourneys.com)

ANZEIGE

## 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 verzichtet  
Malt Master Kelsey McKelvie  
von der Whisky-Destillerie  
The Balvenie in der schottischen  
Speyside auf Parfum oder einen  
morgentlichen Kaffee, bevor  
sie an die Arbeit geht. Durch  
„Nosing“, ein ausgeprägtes Ri-  
chen 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 aus-  
gewogene 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  
legendären“ 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 Bodenmal-  
zung, 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 gebrannt wird. Die Form der Brenn-  
blasen hat sich kaum verändert, seit die Destillerie  
1893 ihre Produktion aufgenommen hat: Sie haben  
unten am sogenannten Schwanenhals eine runde  
Ausbuchtung, was dazu führt, dass die Dämpfe  
vor der Weiterverarbeitung mehr Zeit haben, sich  
zu vermischen. Dadurch entsteht das charakteri-  
stische 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  
Ehrenbotschafter von The Balvenie fungiert,  
entwickelte. Dieses ist unter dem Begriff „Cask  
Finishing“ (Holzveredelung) bekannt und be-  
deutet, dass der Whisky nach der ersten Reifung  
in einem zweiten Fass nachgeteilt, 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 verschmilzt ein vielschichtiges Vanillaroma  
mit einer fruchtigen und honigartigen Tiefe. Ein  
absolutes Meisterwerk der Handwerkskunst!

**THE BALVENIE**  
SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



MEDIAKIT 2025

For a native, luxurious staging, ICON produces photo and moving image material in the Mr ICON look & feel for the design of the Branded Content.

Gross price Branded Content:

1/1 page 35,000 € plus creative costs from 10,000 € +  
production costs based on expenditure\*

[illegible]



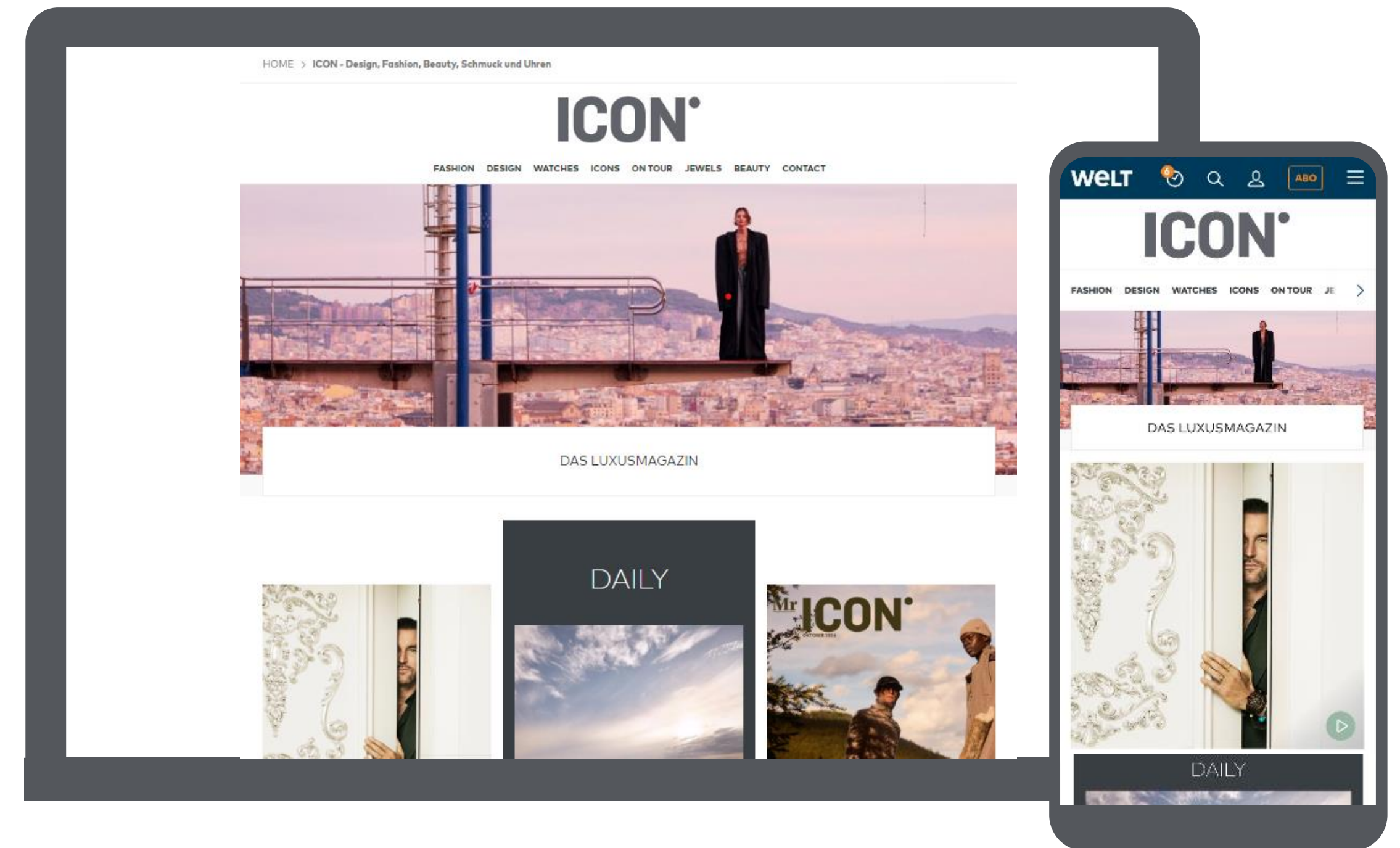
# ICONMAGAZINE

iconmagazine is the digital destination on WELT.de for its luxury-oriented target group with a high affinity for style, elegance and exclusivity.

As a digital counterpart to the high-class magazine ICON, the digital offering consistently focuses on the most beautiful stories from the international world of style – extraordinary and elaborately staged.

Various forms of integration are possible. From the exclusive presentation of the ICON channel, to native integrations.

Costs and individual offers on request.





# ADVERTORIAL & BRANDED CONTENT

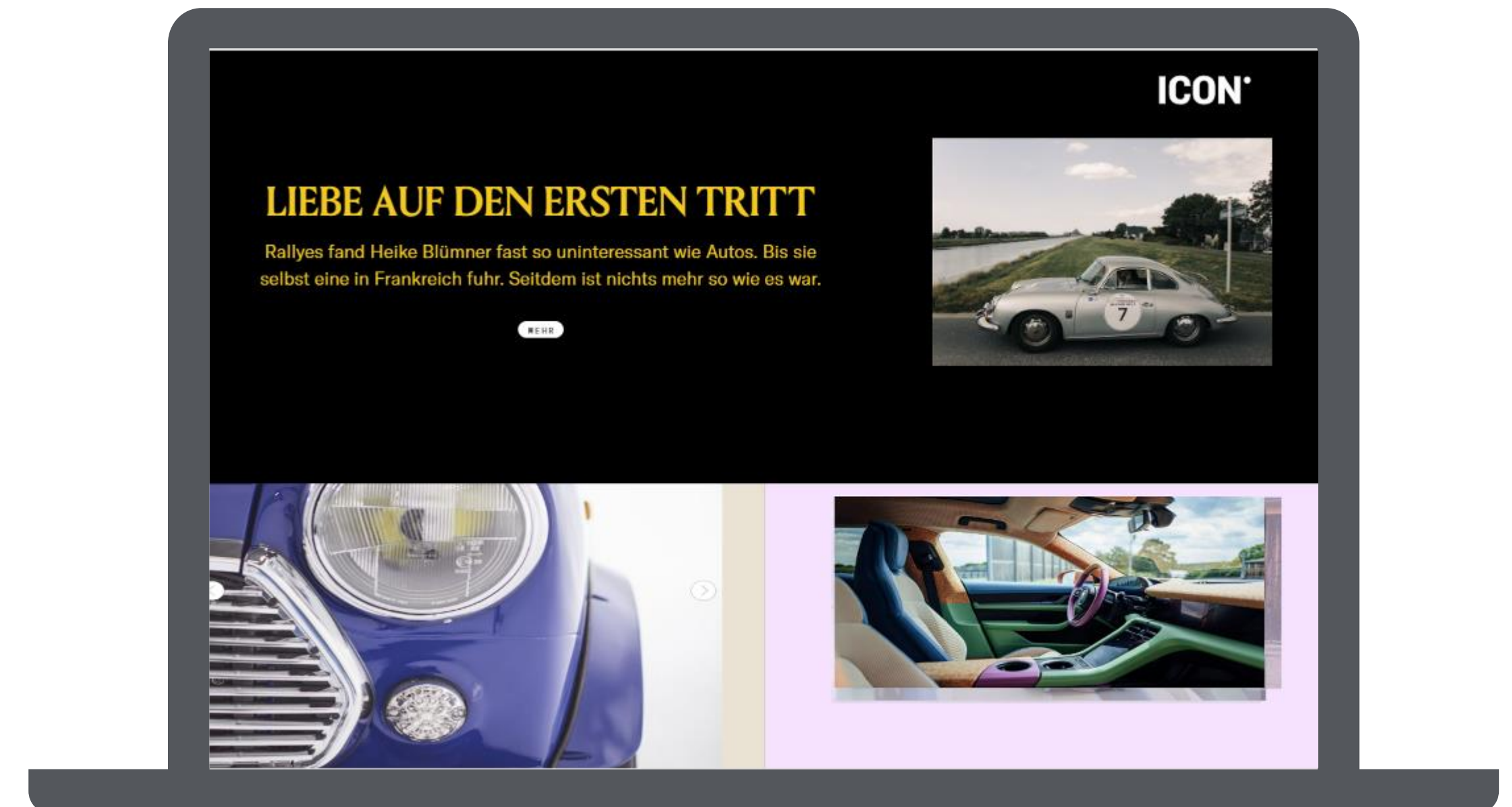
Advertorial:

A digital advertorial in the look & feel of ICON will be created with supplied material (image & text).

Branded Content\*:

For a native, luxury staging on iconmagazine.de, ICON produces photo and moving image material in the ICON look & feel for the design of the online presence.

ICON produces branded content for the client, this includes image & text. A video and photo production is included.





# 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.

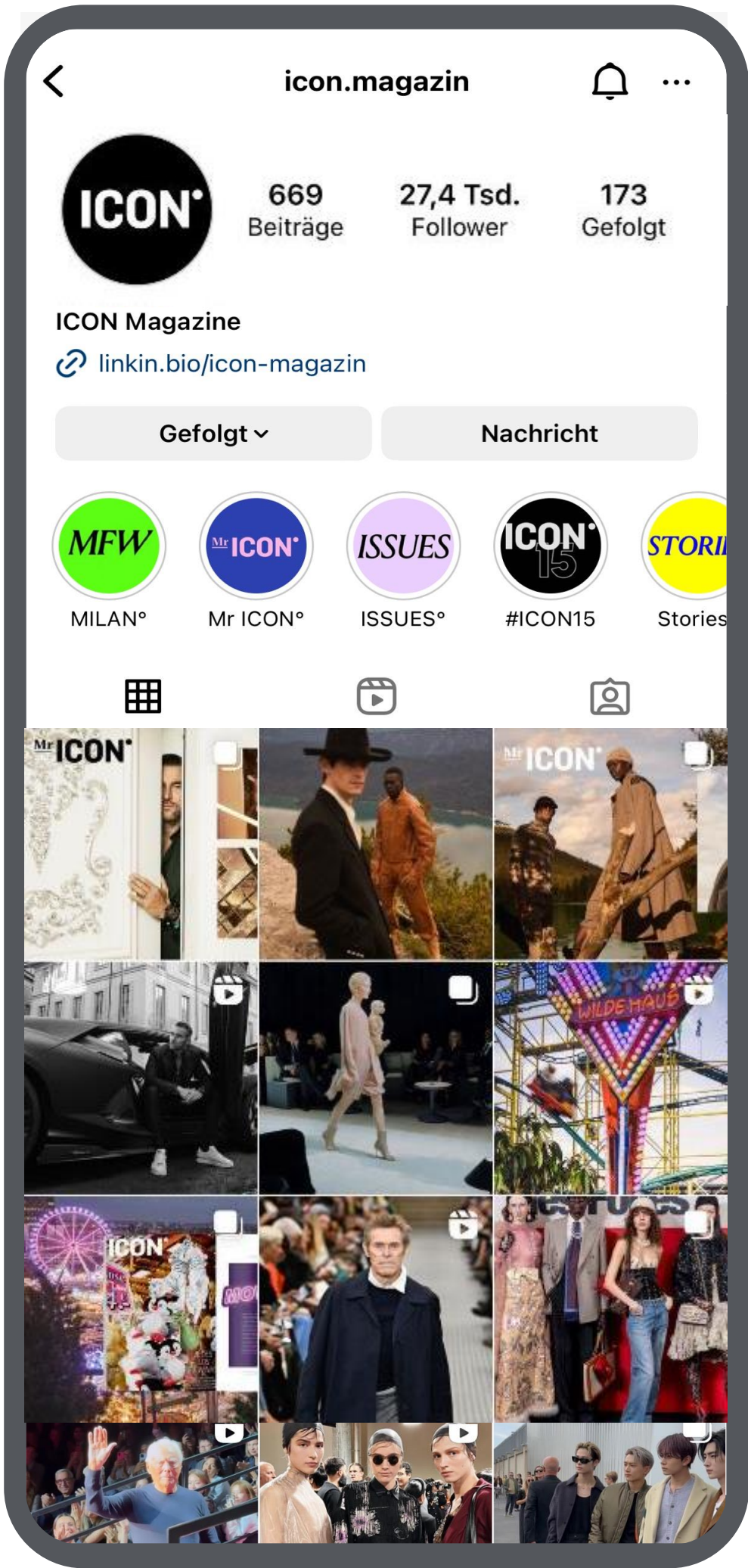
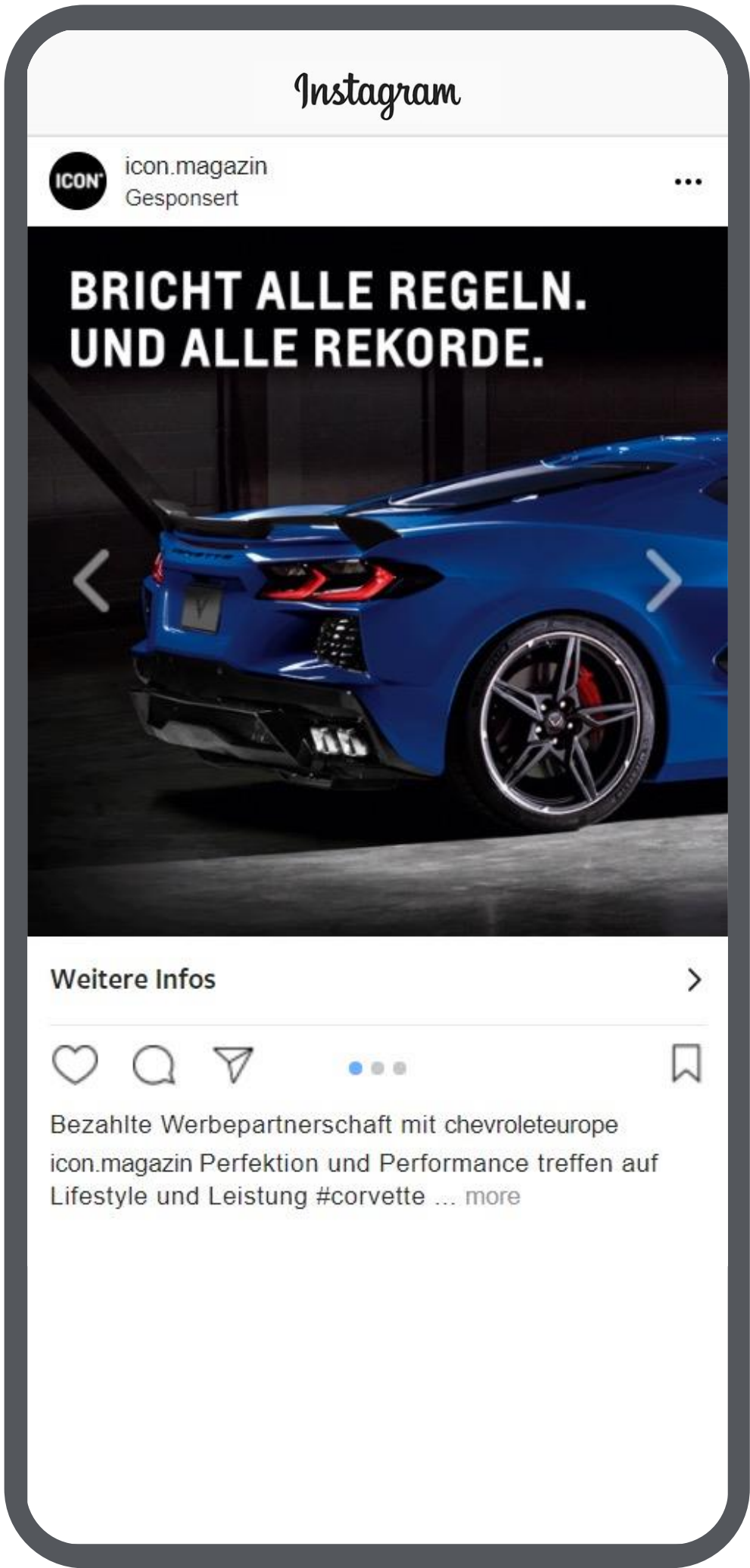
Sponsored Insta-posts are played out target group specific and experience authenticity through the users' trust in the ICON brand.

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



# TECHNICAL DATA

<b>Format</b>	1/1 page W x H 246 mm x 291 mm 2/1 page W x H (incl. gutter doubling*): 492 x 291 mm
<b>Printing method</b>	Cover: sheet-fed offset / content: gravure printing
<b>Paper</b>	Cover: 250g/m2 picture print matt Content: 65g/m2 Kabel Terrapress G
<b>Resolution</b>	300 dpi
<b>Bleed</b>	5 mm circumferential
<b>Processing</b>	Perfect binding
<b>ICC profile</b>	Cover: ISOcoated v2 300% Content: PSR LWC PLUS V2 M1
<b>Colours</b>	CMYK 4/4
<b>Data format</b>	PDF/X-1a, PDF/X-3, PDF/X-4

**Important:**

For double pages, please supply two single pages, incl. 4 mm gutter doubling.

**Delivery address proofs**

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

**Delivery address print materials**

<http://www.duon-portal.de>  
[apdtp-berlin@axelspringer.de](mailto:apdtp-berlin@axelspringer.de)  
<https://transfer.axelspringer.de>



# MAGAZINE PORTFOLIO



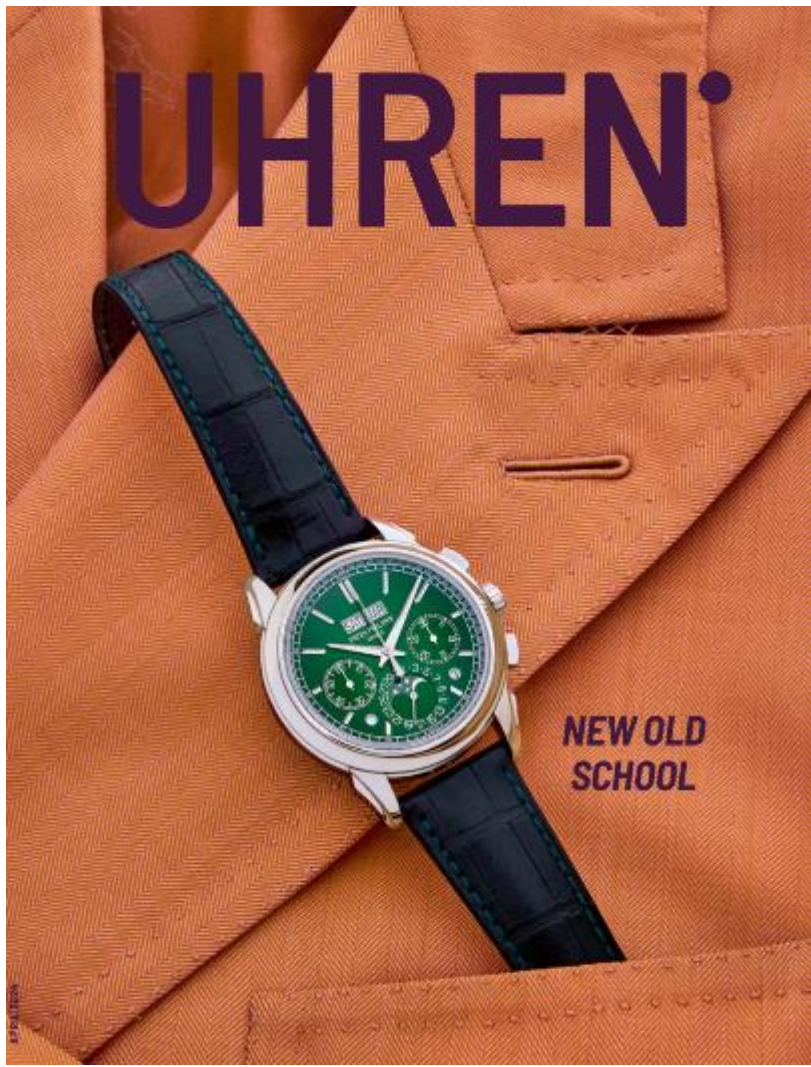
The leading German style magazine

ICON I	February, 8th & 9th
ICON II	March, 8th & 9th
ICON III	April, 5th & 6th
ICON IV	May, 10th & 11th
ICON VI	August, 30th & 31th
ICON VII	September, 20th & 21th
ICON VIII	October, 11th & 12th
ICON IX	November, 8th & 9th
ICON X	November, 29th & 30th



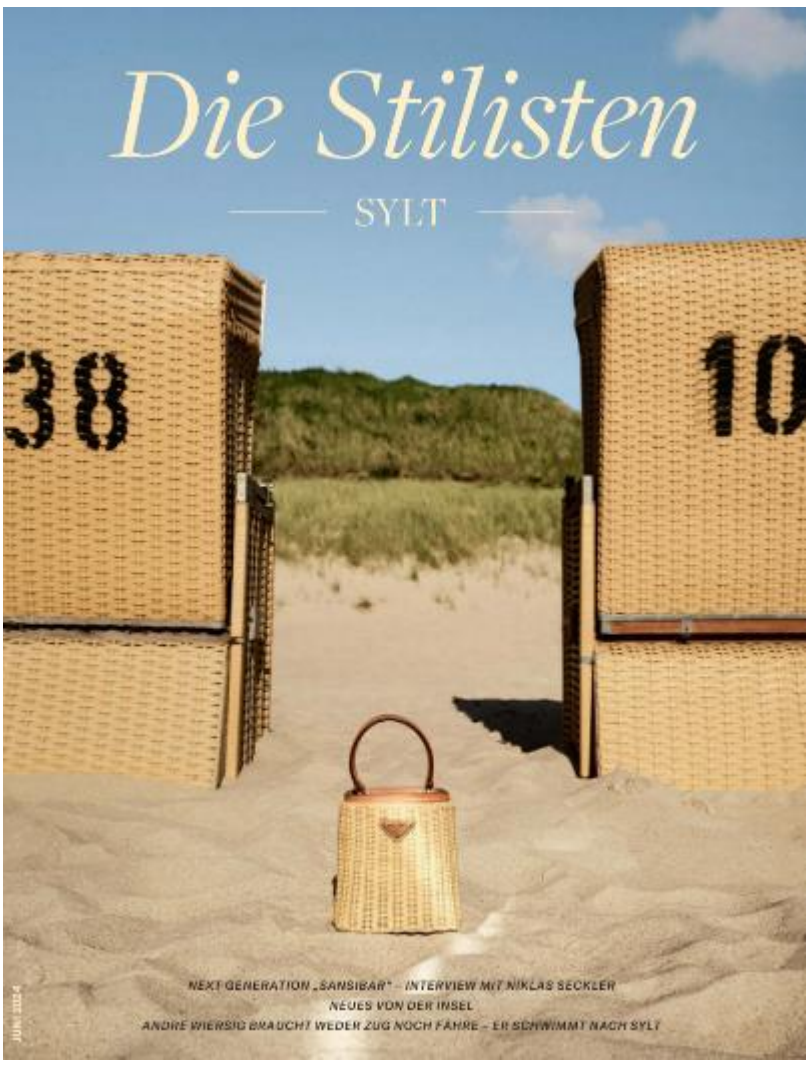
The lifestyle magazine for men

Mr ICON I	March, 22th & 23th
Mr ICON II	October 25th & 26th



The watch magazine for discerning readers

UHREN I	April 12th & 13th
UHREN II	November 15th & 16th



The style magazine for the north of Germany

DIE STILISTEN I SYLT	June 28th & 29th
DIE STILISTEN II	September 27th & 28th
DIE STILISTEN III	November 23th



# Mr **ICON**

## **CAROLA CURIO**

Publisher ICON Group

+49 151 54331679

[carola.curio@axelspringer.com](mailto:carola.curio@axelspringer.com)

Hamburg

## **IHR KONTAKT**

[hello.icon@axelspringer.com](mailto:hello.icon@axelspringer.com)

Media Impact GmbH & Co. KG  
Zimmerstraße 50  
10888 Berlin  
Germany

[www.mediaimpact.de](http://www.mediaimpact.de)

[www.iconmagazine.de](http://www.iconmagazine.de)

## **JACQUELINE ZIOB**

Head of Brand Management ICON

+49 151 44047877

[jacqueline.ziob@axelspringer.com](mailto:jacqueline.ziob@axelspringer.com)

Berlin

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

Fotograf: Max von Treu | [www.maxvontreu.com](http://www.maxvontreu.com)