

A black and white photograph of a man's torso, wearing a dark suit jacket, a light-colored shirt, and a patterned tie. A pocket square is visible in the jacket's breast pocket. The background is a plain, light color.

IQM PORTFOLIO:

ULTRA-HIGH- NET-WORTH INDIVIDUALS

UNSERE LESER:INNEN MATCHEN IHRE HIGH-INCOME ZIELGRUPPE!

UNSERE LESER:INNEN:

40 %



**ALLERBESTE QUALITÄT
FÜR URLAUB UND REISEN**

73 %



GENIEßER:INNEN

60 %



**LEISTEN SICH GERN
TEURE SACHEN**

62 %



**STARKES INTERESSE
AN GELDANLAGEN**

Quelle: Best 4 Planning 2024; Nutzeranteil in %; Vorfilter: Stellung im Beruf: Selbstständige(r) ab 6 Beschäftigten oder Freiberufler(in) mit mindestens 1 weitere(n) Beschäftigte(n) oder Leitende(r) Angestellte(r) mit einem eigenen Einkommen 3.800 Euro – 8000€ oder Beamte (auch Richter): Höherer Dienst. Titelkombi: DER SPIEGEL, DIE ZEIT, ZEIT Campus, ZEIT Wissen, WirtschaftsWoche, Manager Magazin, Handelsblatt, Der Tagesspiegel.
Statements im Detail: „Ich achte ganz bewusst auf gesunde, ausgewogene Ernährung“: Trifft voll und ganz zu oder eher zu; Kategorie Urlaub & Reisen: „Ich leiste mir bewusst die allerbeste Qualität“; „Ich würde mich selbst als Genießer/Genießerin bezeichnen“: Trifft voll und ganz zu oder eher zu; „Ich leiste mir gern teure Sachen“: Trifft voll und ganz zu oder eher zu; „Interesse Geldanlagen“: Sehr stark/stark interessiert

SHOPPING-FIEBER-TITEL

ZEITUNGSMAGAZIN



REICHWEITE & GELERNT LIFESTYLE-DNA!

DER SPIEGEL



STARKE JUBILÄUMS - AUSGABE MIT STARS

mare



NISCHIGE DESIGN & QUALITÄTS-LIEBHABER

EXEMPLARISCH
SPRECHEN SIE MIT UNS ÜBER IHREN WUNSCH-TITEL!



ZEITMAGAZIN: SHOPPING-FIEBER STREUEN!



IHR PLUS!
BEIDE KAUF-
KRÄFTIGEN
GESCHLECHTER
47% Frauen/
53% Männer
AWA 2024

DIE ZEIT MAGAZIN in der ZEIT:

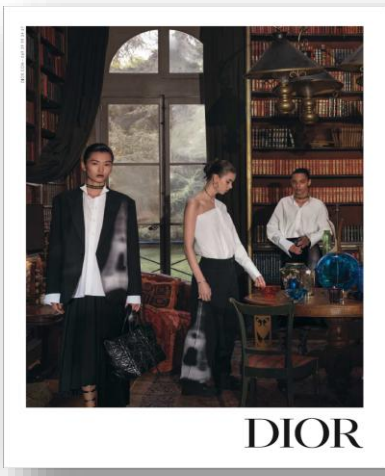
- Deutschlands größte überregionale Wochenzeitung in hochwertiger Qualität
- Ca. 1,22 Millionen Leser:innen*

*AWA 2024

- ✓ Der emotionale und persönliche Teil der ZEIT, veröffentlicht in einem kompakten Magazinformat
- ✓ Bietet eine große Themenvielfalt aus den Bereichen Lifestyle, Politik, Kultur und Gesellschaft
- ✓ Mit zahlreichen Auszeichnungen und Gewinner aller wichtigen Journalismuspreise
- ✓ Die höchste verkaufte Auflage im Segment der Qualitätszeitungen und eine höhere Reichweite als jeder seiner Wettbewerber (Zeitungsbeilagen)

- ✓ Zielgruppe: Multiplikatoren, einflussreiche Persönlichkeiten, wohlhabend und gebildet
- ✓ Durchschnittliches HHNE: 4.746€
- ✓ Highly educated: 77% Abitur/Studium

IMPRESSIONEN ZEITMAGAZIN „DESIGN“ & „FASHION“



DIOR

ZEITMAGAZIN

KEIN STRESS

Wir haben doch alle Zeit der Welt! Neue Uhren und Schmuck haben wir zusammen mit Entspannungsspielzeug fotografiert



Foto: EBLI GRÖNZWEIL

Schöne Gläser:
Garnett Chronograph Date
Glen von Tag Heuer (links)
und Heritage 50Compass
Antikal Chronograph von Carl
F. Bucherer (rechts)

Set-Design: PELIN GERHARD

Draußen – ein »Heiter bis glücklich«-Spezial

Ein neues Modell ist es auch zu frisch, aber unter dieser Wälderdecke in Bismarckpark liegt es sich auf dem Rücken schon ganz gut. Gerade bei so der kaltenen July-Regen (über gleich schön)

Die Kissen für die Osterferien haben wir dieses Jahr in diesem Farbschema von David Maybey (dieser.com)

Arvid Schwanninger hat ein paar seiner Hausentwürfe im Garten gelassen (siehe Interview). Haben Sie schon mal einen Bienenhof aufgedeckt? Wir empfehlen an dieser Stelle auch Bienen, halbsüßlicher mit 100 Zucker durch die stickige Gefühlheit zu rennen. Aaaa – das tut gut nach der vielen Hausarbeit!

Die Handtücher von Romyberg sind ein Beispiel für tolle Handtücher, man kann damit aber auch ein schönes kleines Mäntelchen durch die hoch besessenen

Die Leuchtdecken der Woche von Claire Bernheim

Maly Lorenz ist ein Wälderdecke-Spezialist. Sie hat ein Designbüro in Ditzingen bei Stuttgart. Sie hat für uns ein paar tolle Handtücher für Sie gezeichnet

Der Small Moment von Romyberg ist ein großer warmer Sessel, auf dem man sich nach dem Tag der Arbeit setzen kann. Hier brauchen wir nur noch die passende Belegungsfläche

Die wichtigsten neue Tische von Light Garden bei J.P. Anderson

Seiner Arbeitgeber kann man mit dieser Schere von Romyberg im Garten eine Rose abschneiden

Die Sonnenkissen: Die Outdoor-Sessel von Romyberg

In dieser Färbung sieht man sich mal ein paar Dinge verschaffen, die man noch nie gemacht hat – eine in der Gasse! Foto: Adam Jones mit Kind von Sorel auf einer Fahrt in New York

STIL

Ein Fashion für Menschen: Look von Gucci

ALARMSTUFEN

OHNE STROM

von Tillmann Pfeifer

Foto Peter Langer

Bei der Kuchengabe von Cooking Toom bei mir anheim, war ich zunächst skeptisch, ich bin auf der Verpackung, dass die Platten eine Antistatikbeschichtung haben – und meine mir dabei im Kopf oftlich Kolbenring aus. Doch diese Töpfe und Platten sind bei Herdherd anordentlich für ein genaues Kochen konzipiert und kommen ganz ohne die Chemikalien PTFE und PFOA aus. Aber gibt es denn bei eine Chance?

Eigentlich bin ich in ein großer Fan von gasfreiem Kochgeschick. Da ist allerdings wichtig, sauber und leichtig nicht auf Platz. In meiner Küchenzeile stehen ich nach jedem Dinner wieder Töpfe geben mit den verschiedenen Töpfen und Platten, die sich über die Jahre angesammelt haben. In jedem Winkel der Schublade steht ich noch etwas von, um alle immer zu bekommen. Die angebotene von Cooking Toom kann mir in diese Hinsicht sehr entgegen die Werk, eine Grill- und eine Platte, ein Suppen- und ein Induktionskochfeld und platzsparend insbesondere bei einer Matzschlepp. Eigentlich grand, Ständige Töpfe und Platten brauchen wir Abwaschen, Induktions kann Herdplatten die Hitze nicht so gut bewahren wie Gasplatten. Mit dem kann ich zwischenzeitlich auch mit dem Hand auswechseln und das Gerüche in der geschlossenen Hitze schmecken köcheln lassen.

Außerdem sollte ich bei, dass die Set meine ursprüngliche Proportion nicht wirklich hat. Die meisten Teile sind mit zwei in einer ganz bestimmten Reihenfolge ständlich platzsparend angeordnet – aber an so den kleinen Topf zu bekommen, man sich erst mal die ganze Konstruktion auseinandernehmen.

IMMER IN BEWEGUNG

Normalerweise müssen Tänzerinnen und Tänzer mit 40 aufhören. Das Berliner Ensemble Dance On engagiert sie erst ab diesem Alter. Wir haben mit sieben von ihnen gesprochen und sie in den geschmeidigsten Kleidern der Saison fotografiert

Foto: JONAS LINDSTROM

Styling: KLAUS STOCKHAUSEN

S-MAGAZIN: LESER:INNEN IM BESTEN SHOPPING-ALTER!



S-MAGAZIN:

- 3,60 Millionen Leser:innen pro Ausgabe*
- 684.200 Exemplare verkaufte Auflage**

*ma I 2024; ** IVW IV 2023

Eingeplante 01/25 Jubiläumsausgabe mit den Themen Fashion, Design und Schmuck

Rubrik: Das gezeichnete Interview (Stilkonen & Designer:innen)

Mit journalistischer Qualität und hochwertiger Optik lädt das S-Magazin die Leser:innen in die Welt der schönen Dinge ein. Jede Ausgabe greift ein gesellschaftlich relevantes Schwerpunktthema auf und übersetzt es in verschiedene Lebensbereiche, wie z.B. Gender, Hygge, Nachhaltigkeit oder digitales Leben.

Die Leser:innen sind interessiert an Reisen, Genuss, Mode und Interior Design und schätzen die Kombination aus Lifestyle und Qualitätsjournalismus.

- ✓ 58% der S-Magazin Leser:innen sind männlich**
- ✓ 59% der Leser:innen sind unter 49 Jahre alt**
- ✓ 54% haben ein monatliches HHNE von +3.000 EUR**

IMPRESSIONEN S-MAGAZIN „DESIGN“ & „FASHION“



Nix für die Tonne

Socken stopfen, Knöpfe annähen, Risse ausbessern: Kleidung zu reparieren kommt wieder in Mode. Von Outdoor-Ausrüstung bis zum Lavalabel bieten viele Marken solcher Services an. Aber lohnt sich der Aufwand überhaupt? Von Sibylle Hirth

»Reparatur in den New Yorks« heißt der Shop des United Repair Centers (URC) in Amsterdam. Das Reparaturzentrum für Kleidung und Accessoires stellt mit dem Spruch die längste Kennzeichnung auf die Karte: Einstecken und drehen, damit nicht immer neue Shopping-Trojanen, sondern Altes und Wertvolles überlebt. 2022 haben sich die niederländische Stadt, ein Sozialunternehmen und die amerikanische Non-Profit-Organisation Modematters zusammengeschlossen, um das URC zu gründen. Im Kampf gegen Fast Fashion und CO₂-Emissionen treiben unter der URC-Ägide auch andere Projekte: Jeans-Reparaturen und -wuschen, Kleidungsstücke zu reparieren, sondern auch bei Gütern von Lederwaren, Drahtkörben und anderen Formen, die mit URC zusammenarbeiten.

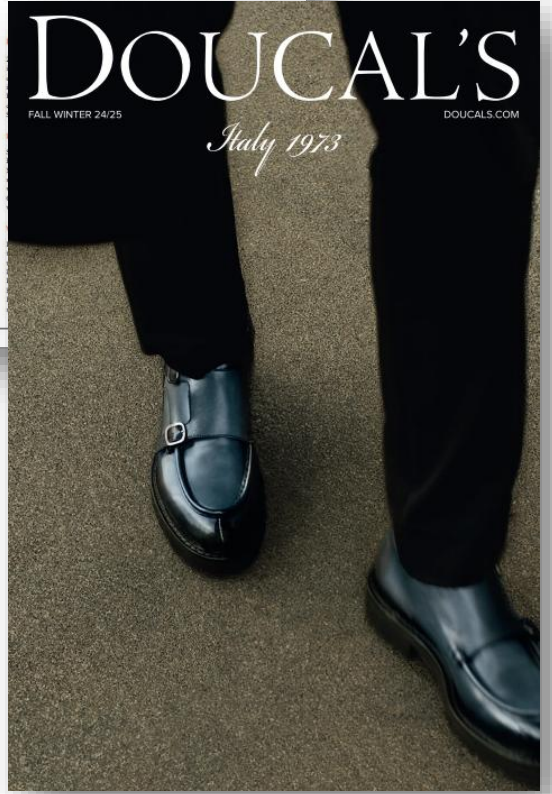
»Viele kleinen Kartagen bis zu großen Ledertaschen haben sich mittlerweile viele Unternehmen der Branche verschrieben. Die Lederwaren von Modematters zu reparieren, beginnt mit dem traditionellen Craftwork, die einzelnen Stücke im traditionellen Tappeten verwebt, geräutert ohne Harze, Kerne als Plattformen – ganz ohne Wachs –, und die sie in Craft-Techniken reparieren und Reparaturarbeiten anbieten. Was für ein neues Rating zur Maßherstellung und Kreislaufwirtschaft darstellt, so für Kunden wie URC ist ein wichtiger Bestandteil ihrer Nachhaltigkeitsstrategie. Jedes Leder-Produkt hat im vergangenen Jahr seinen Preis, hauptsächlich Lederwaren, wieder aufgebessert – die glänzt nach dem Repair. Für den Kunden bedeutet das: weniger neue, sondern wertvolle, defekte Kleidung zur Fortsetzung an. Darüber hinaus gibt es jede Menge kleine Unternehmen, die sich für Reparatur anbieten, wie etwa der »Handmade-Spot« des Schweizer Arbeiters Kowalski, das sich auf die Reparatur, Pflege und Aufarbeitung der Accessoires spezialisiert hat.

»Die Nachfrage nach Reparaturen ist überproportional«, sagt Mathias Schwartke vom Outdoor-Accessoire-Geschäft, das in diesem Jahr die Dreierlein Nachhaltigkeitsgruppen gegründet hat, auch outdoor-Clickerbetriebe setzen einen eigenen Werkstatt, mit-

Wie macht uns Design glücklich, Tom Dixon?

Der britische Designer Tom Dixon hat unter anderem für Cappellini und Habitat Möbel entworfen, bevor er 2002 sein gleichnamiges Designstudio gründete. Er wird international für seine originellen Design-Produkte, viele seiner Entwürfe sind in Massen wie zum Möbel in New York ausgestellt. Hier nennt der die Abfolge fünf Dinge zu fremdenhause Design.

- 1. Das Leben einfacher machen
- 2. Design ist eine Möglichkeit, das Leben zu verbessern. Die Bedeutung von Licht wird dabei oft unterschätzt. Dabei kann die richtige Beleuchtung jeden Raum optimieren, um Aktivität zu fördern, das Wohlbefinden zu steigern, zu helfen für mehr Entspannung sorgen. Mit geschickter Beleuchtung kann die Lebensumgebung in der Natur reduziert werden. Technologien wie LED vereinfachen das Leben, durch ihren geringeren Stromverbrauch und die geringeren und nachhaltigen.
- 3. Mit umweltfreundlichen Materialien arbeiten
- 4. Kunst ist unerschöpflich. Die Kunstwerke müssen 20 Jahre kultiviert werden bis zur ersten Ernte. Danach kann man die ersten Jahre genießen, das erhält den Waldbestand und bietet Kohlenstoff. Kunst macht Spaß, lässt sich gut an, es weckt eine wichtige schallendend. Zudem trägt es zu dem steigenden Individualität, positiven Rollenbildern der Welt. Ich arbeite viel mit dem Material, auch wenn es bisher kommerziell nicht sehr erfolgreich ist. Ich glaube aber an Nachhaltigkeit durch Qualität. Wenn ich in einem Atelier ein Objekt sehe, das ich vor 10 Jahren entworfen habe, dann beweist das ja auch meine Relevanz.



SHOPPING IST EINFACH MEHR: IHR FORTDRUCK!

Das S-Magazin – Stilvoll entspannen, während andere shoppen!

Mit dem Fortdruck des S-Magazins als Lifestyle- Beilage des SPIEGELS: Entspannt Lifestyle genießen (z.B. 1.000 Exemplare an Ihre Händler*)

Perfekt platziert für eine Pause im Shopping-Alltag – hier können Kunden in einer entspannten Lean-Back-Atmosphäre durch das Magazin blättern, während sie auf ihre Partnerin oder Freunde beim Shoppen warten.

So wird Lifestyle zum Erlebnis, das man gern in die Hand nimmt.



*Erste Idee: Umsetzbarkeit & Kosten auf Anfrage

MARE: DESIGN & QUALITÄTS-LIEBHABER

Die Elite der deutschen Kulturwelt erreichen

Mare

... beleuchtet klassische Themen aus Wissenschaft, Kultur, Leben und Politik aus der Perspektive des Meeres und präsentiert sie in einer hochwertigen und anspruchsvollen Weise.

... bietet brillante Fotostrecken und ein zeitloses Layout, das den Charakter eines einzigartigen Magazins mit unverwechselbaren Inhalten unterstreicht.

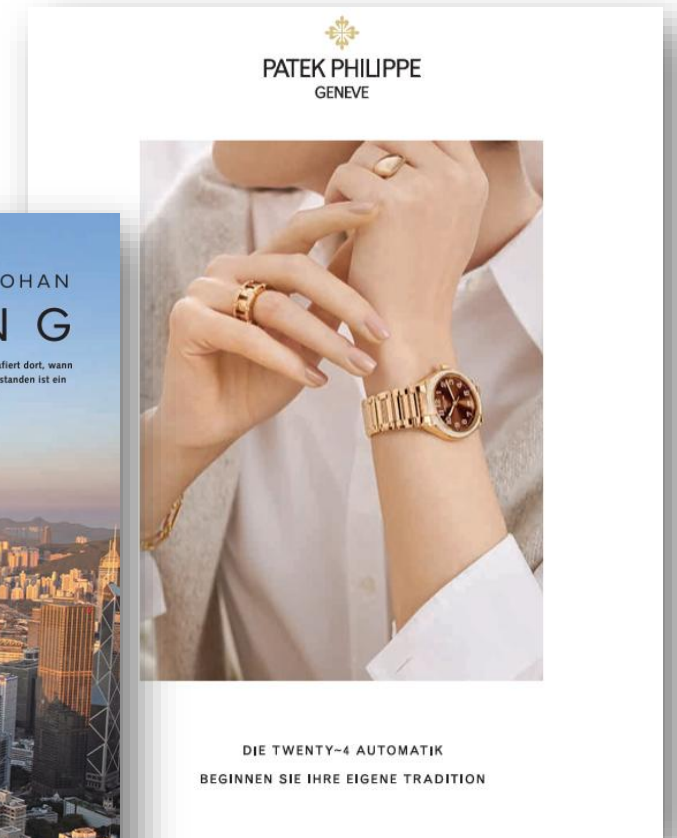
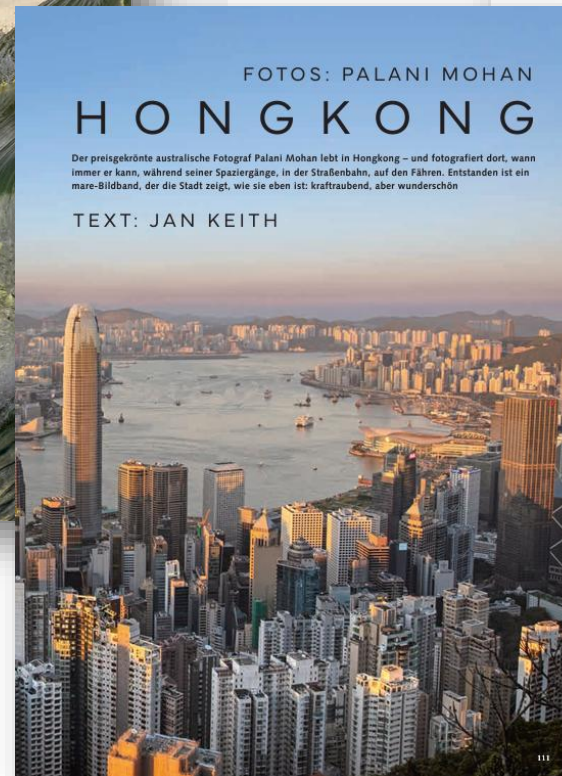
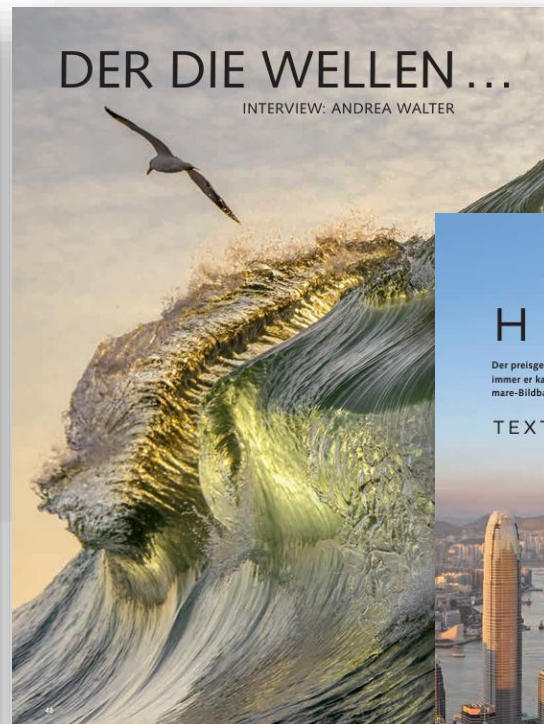
... wird von Experten für seine Qualität geschätzt und in den Bereichen Text, Bildsprache, Layout und Druck mehrfach ausgezeichnet.

- Erscheinungsweise:
Zweimonatlich
- Verkaufte Auflage:
24.653 Exemplare (IVW II/2024)
- Reichweite:
324.000 Leser:innen (AWA 2024)

- ✓ **Premium-Zielgruppe:** Gebildet und wohlhabend – Meinungsführer:innen und Influencer.
- ✓ **Intensive Leser:innen** mit gehobenem Lebensstil und Sinn für Nachhaltigkeit.
- ✓ Die Leser:innen von mare: **design- und qualitätsorientierte** Meeresphilosophen auf Landgang.

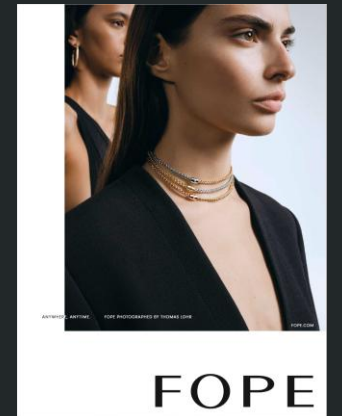
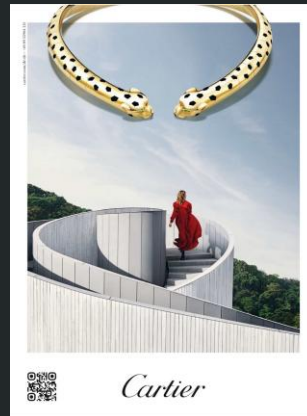
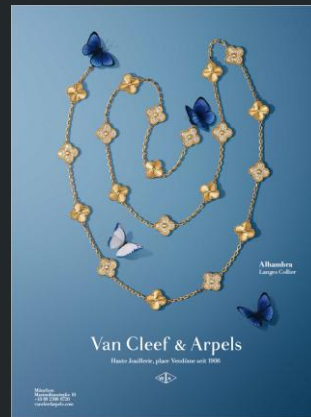


IMPRESSIONEN MARE



KUNDEN, DIE UNSEREN MARKEN VERTRAUEN (AUSZUG)

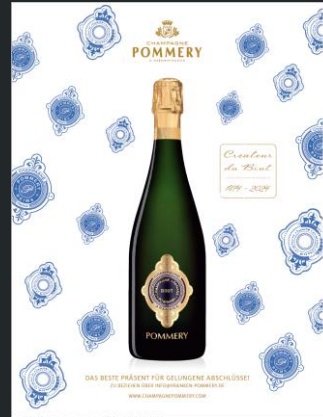
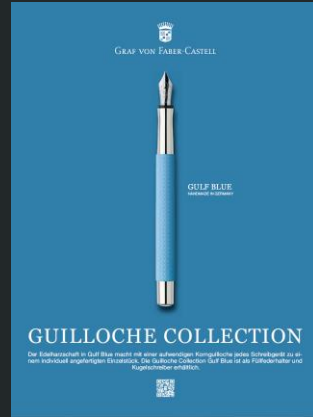
Beispiel Mode | Schmuck | Düfte



KUNDEN, DIE UNSEREN MARKEN VERTRAUEN (AUSZUG)



Beispiel Living | Lifestyle



WIR SIND FÜR SIE DA → SALES NATIONAL

**Oliver Adrian**

Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

Oliver Mond

Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Sandra Rasch

Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@iqm.de

Eva-Maria Guckes

Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Sandra Pinz

Sales Consultant
Telefon +49 406965951
sandra.pinz@iqm.de

Andreas Wulff

Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse

Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Nicole Wiedemann

Senior Account Manager
Telefon +49 160 9909 3860
nicole.wiedemann@iqm.de

Yvonne Lau

Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke

Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum

Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Daniel Weidenfeller

Senior Account Manager
Telefon +49 69242443
daniel.weidenfeller@iqm.de

Christian Leopold

Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

Susanne Janzen

Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte

Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Ulrike Kriechhammer

Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@iqm.de

Marion Sturm

Sales Consultant
Telefon +49 211 8872339
marion.sturm@iqm.de

WIR SIND #MEHRWERTSTIFTER:INNEN

[IQMEDIA.DE/KONTAKT](https://www.iqmedia.de/kontakt)