

iq media

DAS WISSEN DER BESTEN

BASISINFORMATIONEN 2027 –
HARVARD BUSINESS MANAGER

iq media



»Das Wissen der Besten«

Der Harvard Business manager unterstützt Spitzenkräfte, ihre Führungsrolle zu reflektieren, und übersetzt wissenschaftliche Erkenntnisse zu Leadership und Strategie in die Praxis.

Gesine Braun,
Chefredakteurin
Harvard Business manager

STARKE MARKE

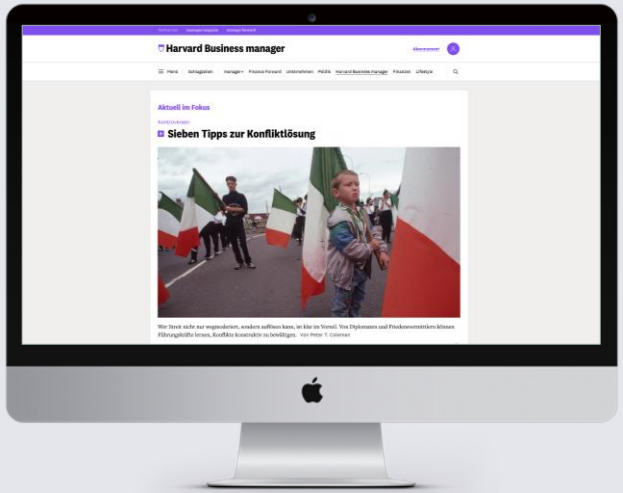
iq media



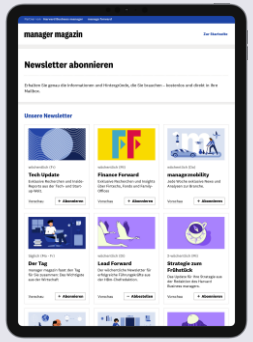
ÜBERSICHT ÜBER DIE PRODUKTFAMILIE



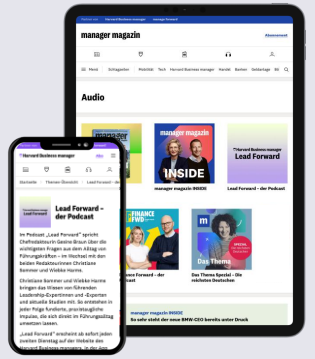
Print



manager-magazin.de/hbm



Newsletter



Audio



Events

HARVARD BUSINESS MANAGER PRINT

Harvard Business manager ist das Magazin für praxisnahe Managementthemen. Als erweiterte deutsche Ausgabe der renommierten US-Zeitschrift »Harvard Business Review« ergänzt es die besten Artikel aus der amerikanischen Ausgabe um ausgewählte Texte deutschsprachiger Expert:innen.

Harvard Business manager richtet sich an ambitionierte, junge Führungskräfte im mittleren und gehobenen Management sowie an Unternehmensberater:innen. Das Durchschnittsalter der Leser:innen beträgt 41 Jahre.

84%[2] der sehr stabilen Auflage stammen aus dem aktiven Verkauf (Kiosk und Abonnement). 85%[3] der Leser:innen lesen mindestens ein Viertel aller Seiten.

Leser:innen pro Ausgabe:	161.000[1]
Verkaufte Auflage:	22.168 Exemplare[2]
Preis 1/1-Seite 2027:	15.300 EUR
Erscheinungsweise:	monatlich

Quelle: [1]ma 2026 II, Fast Coverage (3-Monatsonliner, 14 - 79 Jahre, WLK)
[2]IVW III 2026; [3]Leserbefragung 2026

ig media

18 EUR Copypreis



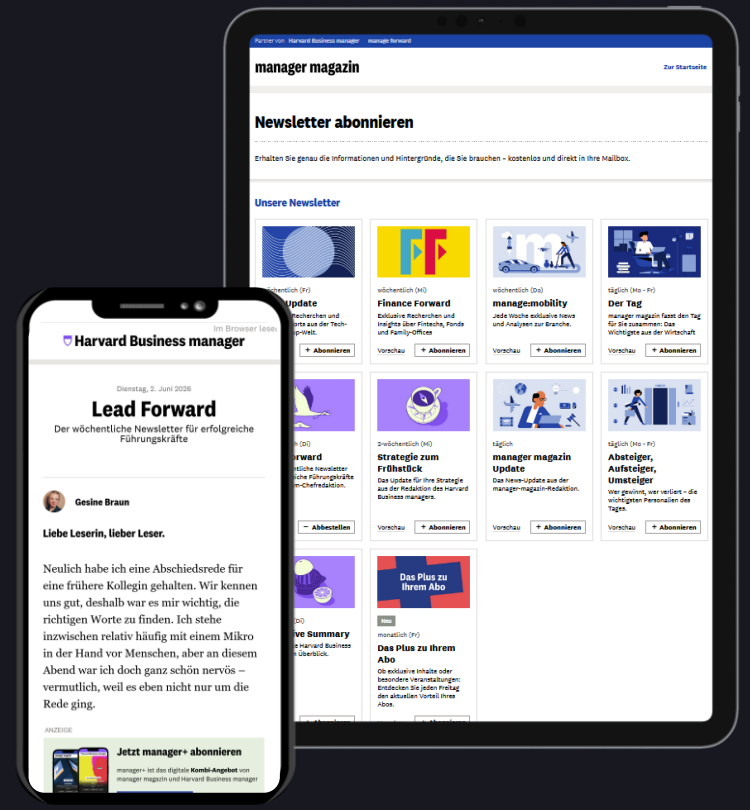
HARVARD BUSINESS MANAGER NEWSLETTER

Die Harvard Business manager Newsletter erreichen wirtschaftsaffine, gut gebildete Entscheider:innen und Führungskräfte mit hoher Kaufkraft und Budgetverantwortung. Die Newsletter werden bewusst abonniert, um optimal informiert zu sein und sind damit von hoher Relevanz in der Zielgruppe.

„Lead Forward“:
Der wöchentliche Newsletter für erfolgreiche Führungskräfte von HBm-Chefredakteurin Gesine Braun.
Versand: wöchentlich, dienstags
Abonnements: 12.691 Empfängerin:innen pro Ausgabe

„Executive Summary“:
Der aktuelle Harvard Business manager im Überblick.
Versand: monatlich, dienstags am Heft ET
Abonnements: 6.885 Empfängerin:innen pro Ausgabe

„Strategie zum Frühstück“:
Das Update für Ihre Strategie aus der Redaktion des Harvard Business managers.
Versand: 14tägig; donnerstags
Abonnements: 7.243 Empfängerin:innen pro Ausgabe



HARVARD BUSINESS MANAGER AUDIO

Lead Forward – der Podcast

Im Podcast „Lead Forward“ spricht Chefredakteurin Gesine Braun über die wichtigsten Fragen aus dem Alltag von Führungskräften – im Wechsel mit den beiden Redakteurinnen Christiane Sommer und Wiebke Harms.

Christiane Sommer und Wiebke Harms bringen das Wissen von führenden Leadership-Expertinnen und -Experten und aktuelle Studien mit. So entstehen in jeder Folge fundierte, praxistaugliche Impulse, die sich direkt im Führungsalltag umsetzen lassen.

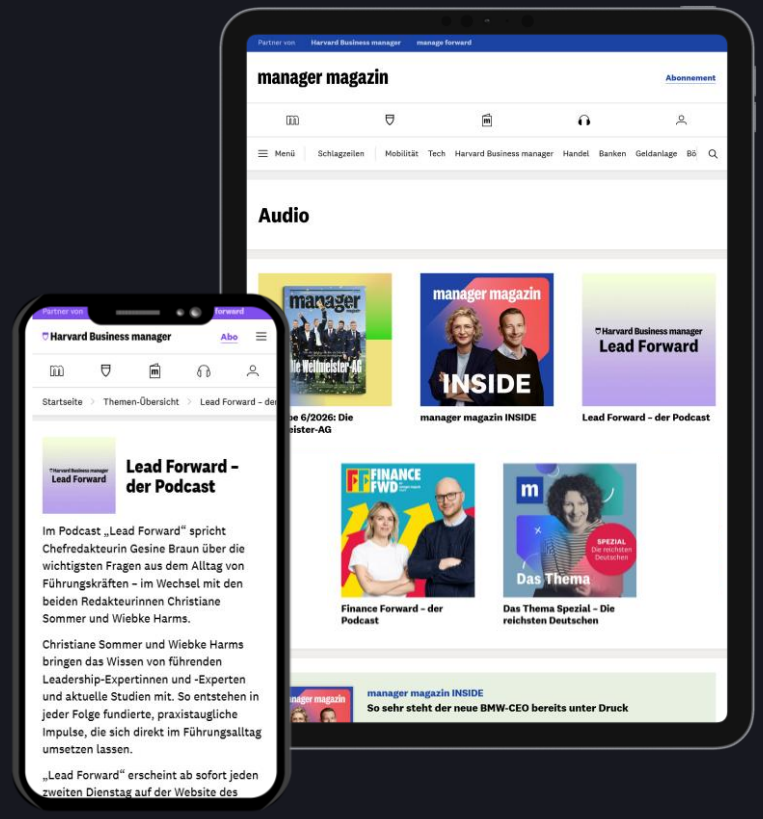
„Lead Forward“ erscheint ab sofort jeden zweiten Dienstag auf der Website des Harvard Business managers, in der App und überall dort, wo es Podcasts gibt – unter anderem bei Spotify und Apple. Begleitend erscheint weiterhin auch der wöchentliche Newsletter „Lead Forward“ von Gesine Braun.

Fakten

Länge: ca. 15 Minuten

Monatliche Downloads[1]: 33.145

Host: Gesine Braun, Christiane Sommer, Wiebke Harms



HARVARD BUSINESS MANAGER EVENTS

- Das **St. Gallen Symposium** ist eine jährlich im Mai stattfindende Veranstaltung, die von den Studenten der Universität St. Gallen organisiert wird. Es greift ökonomische, soziale sowie politische Entwicklungen auf, die vor Ort mit Fachleuten aus aller Welt diskutiert werden. Ziel des Symposiums ist, den generationenübergreifenden Austausch zu aktuellen Chancen und Herausforderungen zu intensivieren und Lösungsansätze zu entwickeln.
  Harvard Business manager ist Medienpartner der Veranstaltung und begleitet die Diskussionen des Symposiums mit eigenen Beiträgen zum Thema Generationengerechtigkeit.

- Die **Effie Awards** würdigen Marketingeffektivität und verstehen sich als Leistungsnachweise für erfolgreiches Marketing. Der **Harvard Business manager** begleitet die Effie Awards seit 2024.

- **AI Leadership Summit**
  Beim exklusiven Executive-Format für CMOs & CCOs werden führende Köpfe aus Marketing, Kommunikation und Technologie zusammengebracht. Harvard Business manager ist Medienpartner der Veranstaltung von Deloitte.
  -
- **HBm Live** Der Community Talk.
  Unsere digitale Veranstaltungsreihe **HBm Live** findet regelmäßig für Abonnent:innen mit wechselnden Themen und Gastredner:innen statt.



STARKE RUBRIKEN

iq media



ATTRAKTIVE MANAGEMENT-UMFELDER


Schwerpunkt

DON'T STOP ME NOW!

Viele KI-Programme scheitern nicht an Daten oder Technik, sondern an Misstrauen und fehlender psychologischer Sicherheit. Wer das ignoriert, verbrennt Rendite.

Von José Parra Moyano

SCHWERPUNKT

Jeder Titel legt den Fokus auf ein relevantes Managementthema wie Innovation, Führung, Recruiting oder auch KI.


Trends

Mehr ist weniger

Weil die Aufmerksamkeit von Beschäftigten flüchtig ist, setzen Unternehmen auf zusätzliche Infos, Anreize und Nudges. Doch ein Feldexperiment zeigt, dass genau das häufig schadet.

Von Timo Vogelsang und Dirk Sliwka

Mehr Einsatz, kaum Effekt

TRENDS

In der Rubrik »Trends« berichtet die Redaktion umfassend über Nachrichten und diverse Trends aus der Welt des Managements.

ATTRAKTIVE MANAGEMENT-UMFELDER



STRATEGIEN

In der Rubrik »Strategien« berichtet die Redaktion über die besten Strategien für den Erfolg Ihres Unternehmens.



AKADEMIE

In der Rubrik »Akademie« berichtet die Redaktion über Selbstmanagement und Weiterentwicklung für Manager

STARKE ZIELGRUPPE

iq media



DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE

Harvard Business manager erfreut sich einer besonders treuen Fangemeinde. Die Leser:innen gehören zum jungen Management in Unternehmen, sind gebildet und führungsstark.

Sie wollen als Führungskraft wachsen, um nachhaltig erfolgreich zu sein.



61% männliche Leserschaft*

Quelle: ma 2026 II, Fast Coverage

WIE SIEHT DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE AUS?

Harvard Business manager vermittelt Leadership-Skills – Wissen und Werkzeuge, neue Ideen und Ansätze – für Manager: innen, die als Führungskraft wachsen und nachhaltig erfolgreich sein wollen.

61%

der Harvard Business manager-Leserschaft ist männlich.[1]

41 Jahre

sind die Leser:innen durchschnittlich alt.[2]

74%

der Leser:innen haben Fach-/Hochschulreife mit/ohne Studium und sind hoch-qualifiziert.[3]

4.665 €

beträgt das durchschnitt-liche Haushaltsnetto-Einkommen der Leser:innen.[4]

Quelle: ma 2026 II, Fast Coverage (3-Monatsonliner, 14 - 79 Jahre, WLK)
Gesamtreichweiten: [1]49%, [2]50 Jahre, [3]37%, [4]3.855 EUR

DIE LESER:INNENSCHAFT

94%

der Harvard Business manager Leser:innen sind bereit, für Qualität mehr zu bezahlen.

92%

der Leser:innen entscheiden über größere Anschaffungen im Haushalt (mit).

86%

der Leser:innen sind neugierig und probieren gerne neue Produkte aus.

90 Min.

im Schnitt wird eine Ausgabe des Harvard Business managers 4,4 Mal zur Hand genommen (eigene Berechnung), die durchschnittliche Lesedauer beträgt 90 Minuten.

95%

schätzen sehr, dass Harvard Business mnanager exzellentes Wissen zu Managementthemen vermittelt.

52%

der Print Leser:innen nutzen mindestens eines der digitalen Angebote Website/App, Newsletter oder Podcast des Harvard Business managers.

Quelle: Harvard Business manager Leser:innenbefragung 2026 (Befragte insgesamt, n = 166; davon aktive HBm-Heftleser:innen, n = 133, Zeitraum: 17.03. – 14.04.2026)

DIE LESER:INNENSCHAFT

Führung

77% der Harvard Business manager Leserschaft interessieren sich besonders für das Thema „Führung“.

Strategien

73% der Leserschaft zeigen besonderes Interesse an dem Thema „Strategien“.

KI

mit 68% ist das Thema „Künstliche Intelligenz“ für gut 2/3 der Leserschaft relevant.

Finanzen

58% der Leserschaft interessiert das Thema „Finanzen“ besonders.

Gesundheit

für 52% der Leserschaft ist das Thema „Gesundheit“ wichtig.

Fitness

mit 49% ist das Thema Fitness/Sport für knapp die Hälfte der Leserschaft relevant.

Quelle: Harvard Business manager Leser:innenbefragung 2026 (Befragte insgesamt, n = 166; davon aktive HBm-Heftleser:innen, n = 133, Zeitraum: 17.03. – 14.04.2026)

DIE LESER:INNENSCHAFT

Hohe Ausgabebereitschaft bei der Harvard Business manager Leserschaft

Essen/Trinken

50% der Harvard Business manager Leserschaft interessieren sich besonders für das Thema Essen/Trinken.

Touristik

42% der Leserschaft zeigen besonderes Interesse an Reisen, Kreuzfahrten und/oder Hotels.

Technik*

mit 31% ist das Thema Technikprodukte für knapp 1/3 der Leserschaft relevant.

Mode

25% der Leserschaft interessiert die Themen Mode, Kleidung, Schuhe.

Mobilität

für 21% der Leserschaft ist das Thema Autos/Motorräder wichtig.

Möbel

mit 13% ist das Thema Möbel/ Wohnungseinrichtungen für einen Teil der Leserschaft relevant.

Quelle: Harvard Business manager Leser:innenbefragung 2026 (Befragte insgesamt, n = 166; davon aktive HBm-Heftleser:innen, n = 133, Zeitraum: 17.03. – 14.04.2026)
*z.B. Smartphones/-TVs, Spielekonsolen

STARKE GRÜNDE

iq media



GUTE ARGUMENTE

iq media



DIE AUFLAGE

84%[1] der sehr stabilen Auflage sind aktiv gekauft (Abo + Einzelverkauf), so dass Ihre Werbung mit Sicherheit bei den Leser:innen ankommt.



DIE PREMIUM-ZIELGRUPPE

Harvard Business manager erreicht die junge Elite der deutschen Wirtschaft (intelligent, kaufkräftig, neugierig, jung[2])



DIE LESEFREQUENZ

Harvard Business manager Leser:innen nehmen das Heft im Schnitt 4,4 Mal zur Hand, um darin zu lesen. Die durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe beträgt ca. 90 Minuten[2].



DAS UMFELD

Harvard Business manager ist ein ultimativer Ratgeber für das Management und ist in Deutschland außer Konkurrenz[2].

Quelle: [1]IVW III 2026 (Harvard Business manager Abo 16.769 + EV 1.936 = 18.705 Exemplare), [2]Leserbefragung

STARKES SONDERHEFT

iq media



iq media



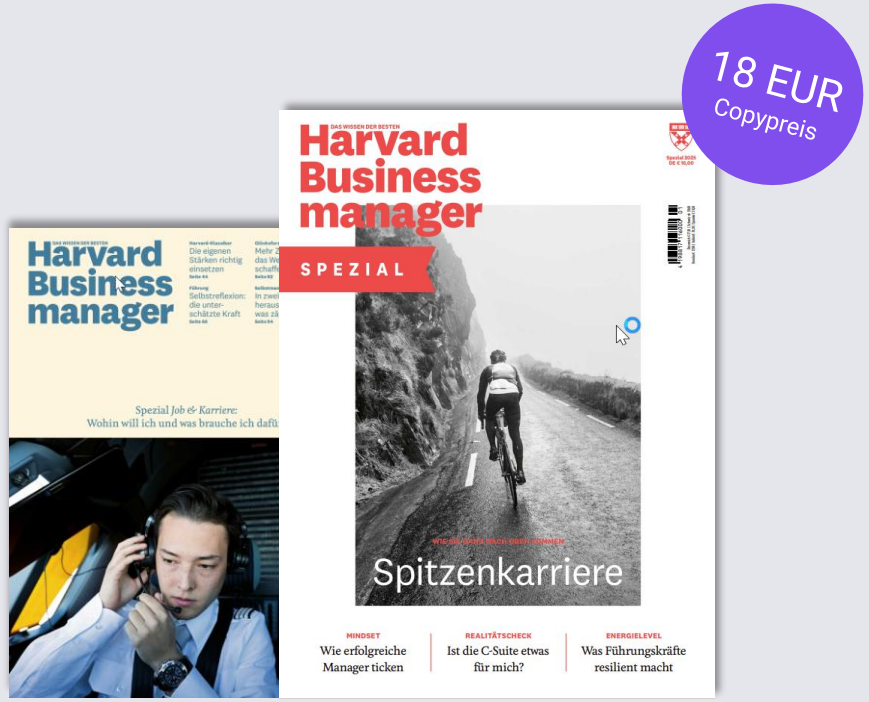
» Harvard Business manager SPEZIAL fokussiert sich auf ein aktuelles und klar umrissenes Management-Schwerpunktthema. Die monothematische Ausgabe bietet Führungskräften neben neuesten Erkenntnissen aus der Forschung sowie Beispielen aus der Praxis vor allem handlungsorientierte Insights – und damit jenes Wissen, das für sie selbst und ihre Unternehmen entscheidend ist.“

Christiane Sommer,
Redakteurin
Harvard Business manager

SONDERHEFT HARVARD BUSINESS MANAGER SPEZIAL

Harvard Business manager veröffentlicht exklusiv einmal im Jahr ein monothematisches, ergänzendes Sonderheft mit noch tiefergehenden Einblicken in spannende Themen wie beispielsweise „Spitzenkarriere“ oder „Führung“.

Leser:innen pro Ausgabe:	161.000 Tsd.[1]
Druck-Auflage:	18.816 Exemplare[2]
Preis 1/1-Seite 2027:	15.300 EUR
Erscheinungsweise:	jährlich
Auslagezeit im Handel:	12 Wochen



Harvard Business manager SPEZIAL 1/2028

Erscheinungstermin:	30.11.2027
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:	29.10.2027

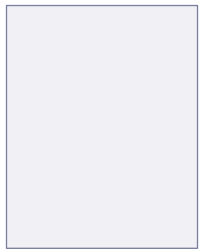
Quelle: [1]ma 2026 II, Fast Coverage (3-Monatsonliner, 14 - 79 Jahre, WLK); [2]Verlagsangabe

ANZEIGENFORMATE UND -PREISE 2027
HARVARD BUSINESS MANAGER



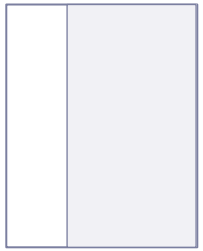
2/1 Seite

420 x 280 mm



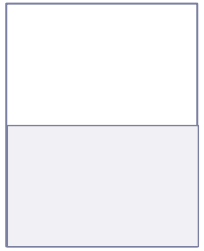
1/1 Seite

210 x 280 mm



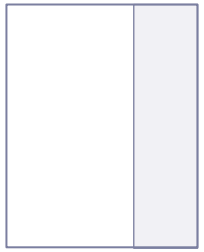
2/3 Seite hoch

129 x 280 mm



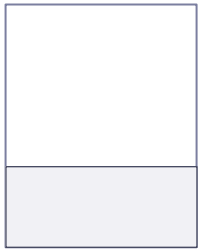
1/2 Seite quer

210 x 140 mm



1/3 Seite hoch

70 x 280 mm



1/3 Seite quer

210 x 90 mm

Format	Platzierung	Preis in EUR[1]
2/1 Seite	2. Umschlagseite + Seite 32	43.600
	Innenteil	30.600
1/1 Seite	4. Umschlagseite	19.000
	2. Umschlagseite	18.200
1/1 Seite	**Innenteil**	**15.300**
2/3 Seite, hoch	Innenteil	11.200
1/2 Seite, quer3	Innenteil	7.700
1/3 Seite, hoch	Innenteil, neben Editorial	6.000
	Innenteil	5.600
1/3 Seite, quer	Innenteil	5.600

Eine vollständige Preis- und Formatübersicht finden Sie auf iqmedia.de

1) Rabatt- und AE-fähig. Für Verbundanzeigen wird ein Zuschlag auf den Grundpreis berechnet, Preise zzgl. Mehrwertsteuer
2) Wegen der unterschiedlichen Papierqualität und Bogenaufteilung kann es zu Farb- und Passerdifferenzen kommen, die nicht zur Reklamation berechtigen.
3) Für die Alleinstellung der 1/2 Seite quer (keine andere gleichformatige Anzeige gegenüber) wird ein Zuschlag von 10 % erhoben.

Wir behalten uns vor, die Reservierung von Umschlagseiten zurückzunehmen, sollte uns eine Buchung für einen Opening Spread oder eine andere größere Titelproduktion erreichen.

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

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@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

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

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

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

Birgitt Mönnich
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 102
birgitt.moennich@iqm.de

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

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

Barbara Fuß
Sales Consultant
Telefon +49 211 887 1355
barbara.fuss@iqm.de

IQMEDIA.DE

CONTACT → SALES INTERNATIONAL

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Hanna Underberg
Sales Manager International
Telefon +49 160 9770 8048
hanna.underberg@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Manager International &
Lead of International Marketing &
Transformation
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

Or our Worldwide network
of international representatives
refer to: www.iqmedia.de/contact

IQMEDIA.DE