

manager magazin

is media

WIR BEWEGEN WIRTSCHAFT

Basisinformationen 2026



WAS ZEICHNET MANAGER MAGAZIN AUS?



»Wir bewegen Wirtschaft«

manager magazin ist Leitmedium und Impulsgeber für Top-Entscheider:innen. Mit Qualitätsjournalismus erreicht es Leser:innen aus Premium-Zielgruppen: Einkommensstarke, hochgebildete Führungskräfte.

DIE REDAKTION IST AUSGEZEICHNET!



Michael Freitag (stellvertretender Chefredakteur); Stand: 08.12.2025

Das Branchenmagazin „Wirtschaftsjournalist:in“ kürt Michael Freitag, stellvertretender Chefredakteur des manager magazins, zum **„Wirtschaftsjournalisten des Jahres“** und die **mm-Redaktion zur „Redaktion des Jahres“**.

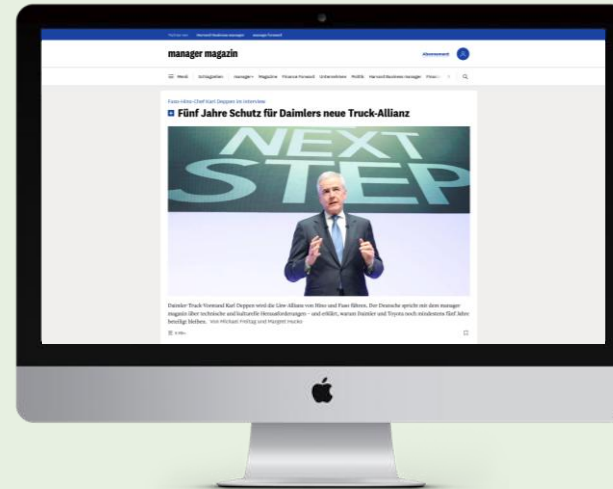
„Kaum jemand ist so gut vernetzt in der Automobilindustrie wie Michael Freitag“, so die Jury. „Der Vize des manager magazins hat in vielen exklusiven Geschichten die Krise der Branche früh, präzise und tiefgründig beschrieben.“ Die Jury würdige mit dieser Auszeichnung „sein unermüdliches Dranbleiben an Entwicklungen, seine nicht enden wollende Neugier auf Menschen und Märkte und seine präzise wie spannend erzählten Geschichten“.

Die **Redaktion des manager magazins** „verfügt über großartige Autoren und Investigativ-Journalisten, pflegt den mm-typisch frechen Sound in den Geschichten und baut – auch durch die Kooperation mit Finance Forward – das Thema Fintech aus“, so die Jury weiter.

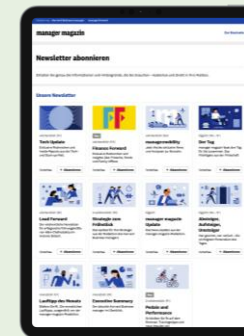
ÜBERSICHT ÜBER DIE PRODUKTFAMILIE



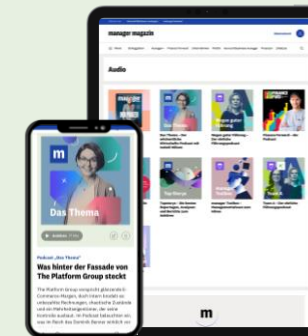
Print



manager-magazin.de



Newsletter



Audio



Events

MANAGER MAGAZIN PRINT & DIGITAL

Auf einen Blick



11 EUR
Coppypreis

manager magazin ist das Leitmedium für Entscheider:innen und Führungskräfte in Deutschland und liefert Wirtschaft aus erster Hand. Das monatlich erscheinende Magazin steht für **unabhängigen, erstklassigen Wirtschaftsjournalismus**.

Es positioniert sich durch seine analytische und kritische Unternehmensberichterstattung und gehört dank seines investigativen Ansatzes zu den **meistzitierten Wirtschaftsmagazinen Deutschlands**.

Print

Leser:innen pro Ausgabe: 0,34 Mio.¹

Verkaufte Auflage: 88.493 Exemplare²

Preis 1/1-Seite 2026: 42.000 EUR

Erscheinungsweise: monatlich

Digital

Unique User in % 1,4³

Unique User in Mio: 0,96³



Quelle: ¹ma 2026 I (Gesamtreichweite: 71,0 Mio.); ²IVW IV 2025; ³agma dna Ø-Monat Okt.–Dez. 2025

MANAGER MAGAZIN NEWSLETTER

Auf einen Blick



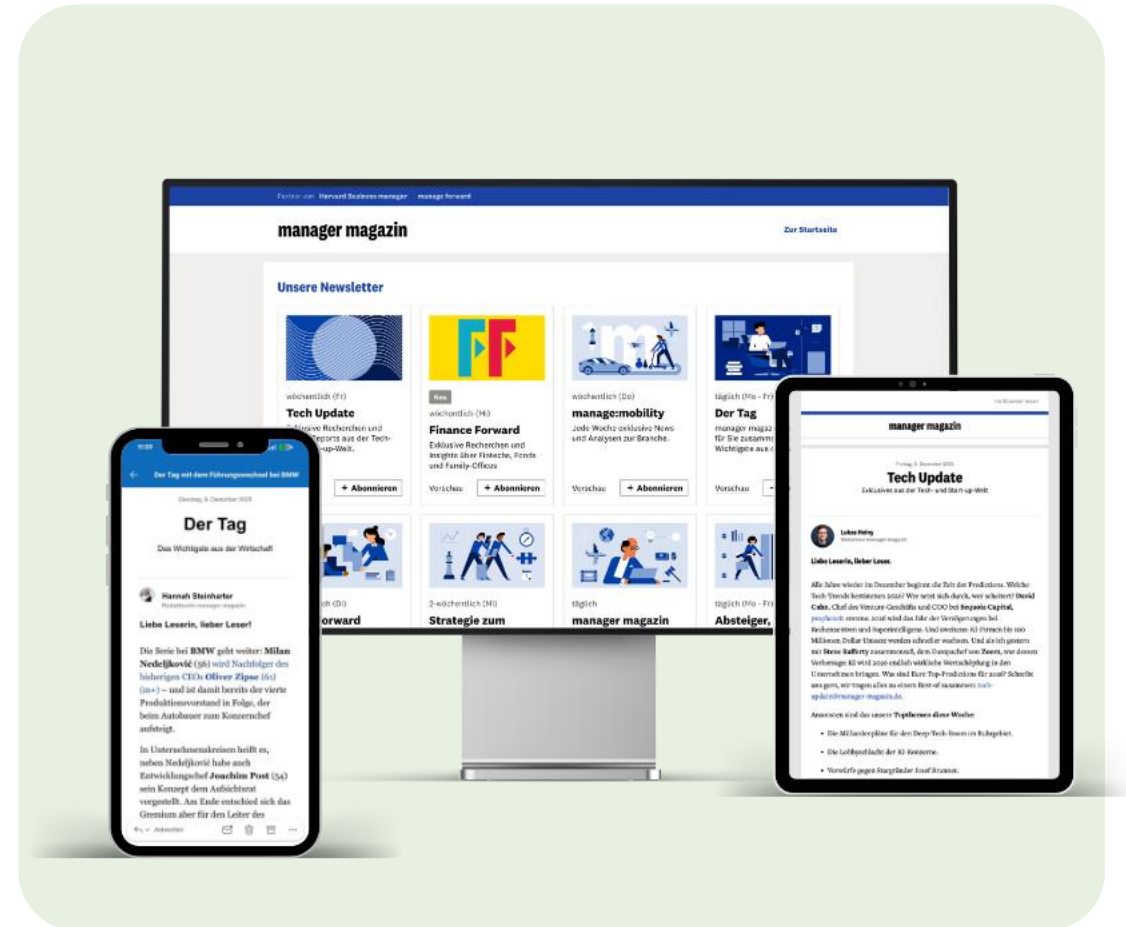
Die manager-magazin-Newsletter erreichen wirtschaftsaffine, gut gebildete Entscheider und Führungskräfte mit hoher Kaufkraft und Budgetverantwortung. Die Newsletter werden bewusst abonniert, um optimal informiert zu sein und sind damit von hoher Relevanz in der Zielgruppe.

„Der Tag“: manager magazin fasst den Tag zusammen: Das Wichtigste aus der Wirtschaft.
Versand: täglich
Abonnements: 74.676 Empfänger:innen pro Ausgabe

„Update“: News-Update aus der manager-magazin-Redaktion.
Versand: täglich, Mo.-Fr., 4 optionale Versandzeiten
Abonnements: 12.834 Empfänger:innen pro Ausgabe

„manage:mobility“: Der Mobility-Newsletter des manager magazins – jede Woche exklusive Branchen-Nachrichten und Analysen
Versand: wöchentlich, Do.
Abonnements: 13.493 Empfänger:innen pro Ausgabe

„TechUpdate“: Exklusive Recherchen und Inside-Reports aus der Tech- und Start-up-Welt.
Versand: wöchentlich, Fr.
Abonnements: 6.936 Empfänger:innen pro Ausgabe



MANAGER MAGAZIN AUDIO

Auf einen Blick



manager magazin bietet Podcasts mit Fokus auf Wirtschaftsthemen, Nachrichten und Führungstrends.

„Das Thema“: Wöchentlicher Deep-Dive von der Chefredakteurin Isabell Hülsen in aktuelle Wirtschaftstrends mit manager-magazin-Redakteuren zu Einblicken zu Konzernen und globaler Ökonomie. Erscheint freitags.

„Der Tag“: Tägliche Zusammenfassung der wichtigsten Wirtschaftsnachrichten, ideal für schnelle Updates ab 18 Uhr.

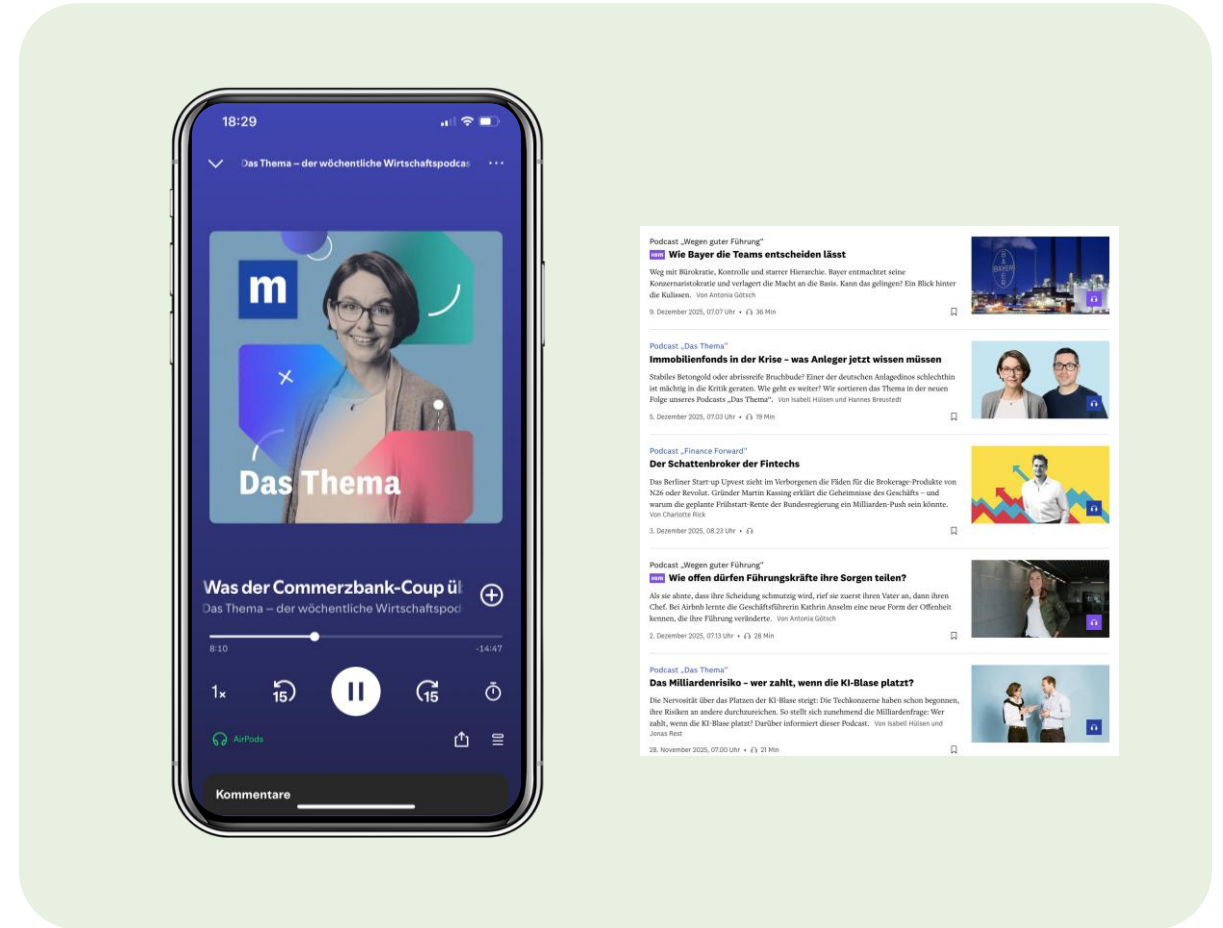
Fakten „Das Thema“

Länge: 15 bis 20 Minuten

Host: Isabell Hülsen

Hörer:innen: 19% weiblich, 78% männlich¹

Downloads: 89.735 pro Monat²



MANAGER MAGAZIN EVENTS

Auf einen Blick



Gemeinsam mit Partnern wie der Boston Consulting Group, EY und Berenberg veranstaltet manager magazin Events für Entscheider:innen.

So kürt das manager magazin jedes Jahr die Top 100 Frauen der deutschen Wirtschaft, prämiiert die besten Finanzmarktkommunikatoren und lobt Preise für wertstiftende KI-Lösungen aus.

Eine Übersicht über unsere Veranstaltungen und Medienpartnerschaften finden Sie auf manager-magazin.de/thema/events-kooperationen



Deutschlands beste
Wirtschaftsprüfer



STARKE UMFELDER 2026

MANAGER MAGAZIN IM JAHRESVERLAUF

Themenübersicht 2026



	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Luxus & Lifestyle						07/26 Uhren-Spezial	08/26 Kunst-Index			Sonderheft 02/26 Die 500 reichsten Deutschen		01/27 Top 100 Frauen
Finanzen	02/26 Spezial Finanzen							09/26 Spezial Finanzen				
Mittelstand		03/26 Spezial Mittelstand: Neue Energien	04/26 Spezial Mittelstand: Globalisierung	05/26 Spezial Mittelstand: Innovation	06/26 Spezial Mittelstand: Digitalisierung				10/26 Spezial Mittelstand: Nachhaltigkeit	11/26 Spezial Mittelstand: Transformation		
Karriere							Sonderheft 01/26 Spitzenkarriere					
Portfolio	Ganzjährige Rubrik											
Leben	Ganzjährige Rubrik											

STARKE RUBRIKEN

ERFOLGSUMFELDER FÜR STARKE MARKEN

Die manager magazin Rubriken



Finanzen

Die Rubrik »Portfolio« beinhaltet Themen wie Geldanlage, Börse und Vermögensaufbau. 55%¹ der manager-magazin-Leser:innen haben besonderes Interesse an Geld- und Kapitalanlagen und/oder Aktien und Investmentfonds, 46%² gelten darüber hinaus als Expert:innen.

Mobilität

Die Automobilbranche ist eines der Kernthemen des manager magazins. Die Redaktion berichtet über Innovationen in der Mobilitätswelt und Trends in der Elektromobilität. 81%³ der manager-magazin-Leser:innen sind Entscheider:innen im Bereich Auto und 22%⁴ sehen sich als Expert:innen und/oder geben Ratschläge rund ums Auto.

ERFOLGSUMFELDER FÜR STARKE MARKEN

Die manager magazin Rubriken



Technik und Digitalisierung

Tech-Themen, Innovationen und Digitalisierung gehören zu den Kernthemen des manager magazins. 21%¹ der manager magazin-Leser:innen zählen zu den TAPs (Technically advanced persons) und 60%² versuchen bei technischen Neuentwicklungen immer auf dem Laufenden zu bleiben.

Mittelstand

Mit sechs Spezialen pro Jahr widmet sich manager magazin dem Mittelstand. Exemplarische Themen sind Transformation, Digitalisierung und Finanzierung. 65%³ bzw. 57%⁴ der manager-magazin-Leser:innen sind innerhalb der Sonderzielgruppe Mittelstand als Entscheider:innen tätig.

Quelle: AWA 2025 (Gesamtreichweite: 71,0 Mio.; manager magazin: 0,55 Mio.), Anteile gesamt: 111%, ²31%

LAE 2025 (Gesamtreichweite Entscheider:innen: 3,01 Mio.; manager magazin: 0,27 Mio.); »Mittelstand« gem. KMU-Definition:

³Sonderzielgruppe Mittelstand, Selbständige, Freie Berufe und leitende Angestellte in Unternehmen mit < 500 Beschäftigten und mind. 250 TEUR Umsatz: Anteil, gesamt: 62%

⁴Sonderzielgruppe Mittelstand, Selbständige, Freie Berufe und leitende Angestellte in Unternehmen mit 500 TEUR bis 50 Mio. EUR Umsatz: Anteil, gesamt: 53%

ERFOLGSUMFELDER FÜR STARKE MARKEN

Die manager magazin Rubriken



Nachhaltigkeit

Nachhaltige Themen spielen im manager magazin eine zentrale Rolle – unter anderem in den Ressorts Geldanlage, Mobilität und Lifestyle. 49%¹ der Leser:innen ist nachhaltiger Konsum grundsätzlich wichtig.

Reisen und Business Travel

In der Rubrik »Leben« finden sich u.a. die Themen Reise und Business Travel. Die Kolumne »Workation« bietet Kund:innen zudem ein direktes Reiseumfeld. 64%² der manager-magazin-Leser:innen sind besonders interessiert an Informationen zu Urlaub und Reisen, 74%³ haben eine hohe Ausgabebereitschaft für Reisen und 43%⁴ genießen es, in Spitzenhotels zu übernachten.

Quelle: AWA 2025 (Gesamtreichweite: 71,0 Mio.; manager magazin: 0,55 Mio.), Anteile gesamt: ¹33%, ²45%, ³53%, ⁴13%

ERFOLGSUMFELDER FÜR STARKE MARKEN

Die manager magazin Rubriken



Uhren und Luxus

»Leben« bietet perfekte Umfeld für Uhren- und Luxuskund:innen. manager-magazin-Leser:innen sind kaufkräftig (73%¹ mit finanziellem Spielraum von +500 EUR/Monat), 63%² sind luxus- und/oder überwiegend qualitätsorientierte Konsument:innen.

Fashion und Beauty

Die Rubrik »Leben« bietet monatlich die ideale Themenmischung für Fashion- und Beautykund:innen. 57%³ der Leser:innen des manager magazins haben eine hohe Ausgabebereitschaft für Kleidung und 69%⁴ ist es generell wichtig, gut gekleidet zu sein.

Quelle: AWA 2025 (Gesamtreichweite: 71,0 Mio.; manager magazin: 0,55 Mio.), Anteile gesamt: ¹41%, ²26%, ³42%, ⁴54%

STARKE ZIELGRUPPE

DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE

Die Leser:innen im Profil



Die Leser:innen des manager magazins sind gebildet und vielseitig interessiert. Sie gehören zur **Elite der deutschen Wirtschaft**.

Als **Top-Führungskräfte** entscheiden und beeinflussen sie maßgeblich die Entwicklung und Kaufentscheidungen in ihren Unternehmen.

WIE SIEHT DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE AUS?



Keyfacts

272.000 Entscheider:innen

manager magazin erreicht die höchste Entscheider:innen-Reichweite aller Wirtschaftszeitschriften.¹

74%

der manager magazin-Leserschaft ist männlich.²

64%

der manager magazin-Leser:innen sind zwischen 30 und 59 Jahren alt.³

82%

haben Fach-/Hochschulreife und sind damit hochqualifiziert.⁴

3.793 €

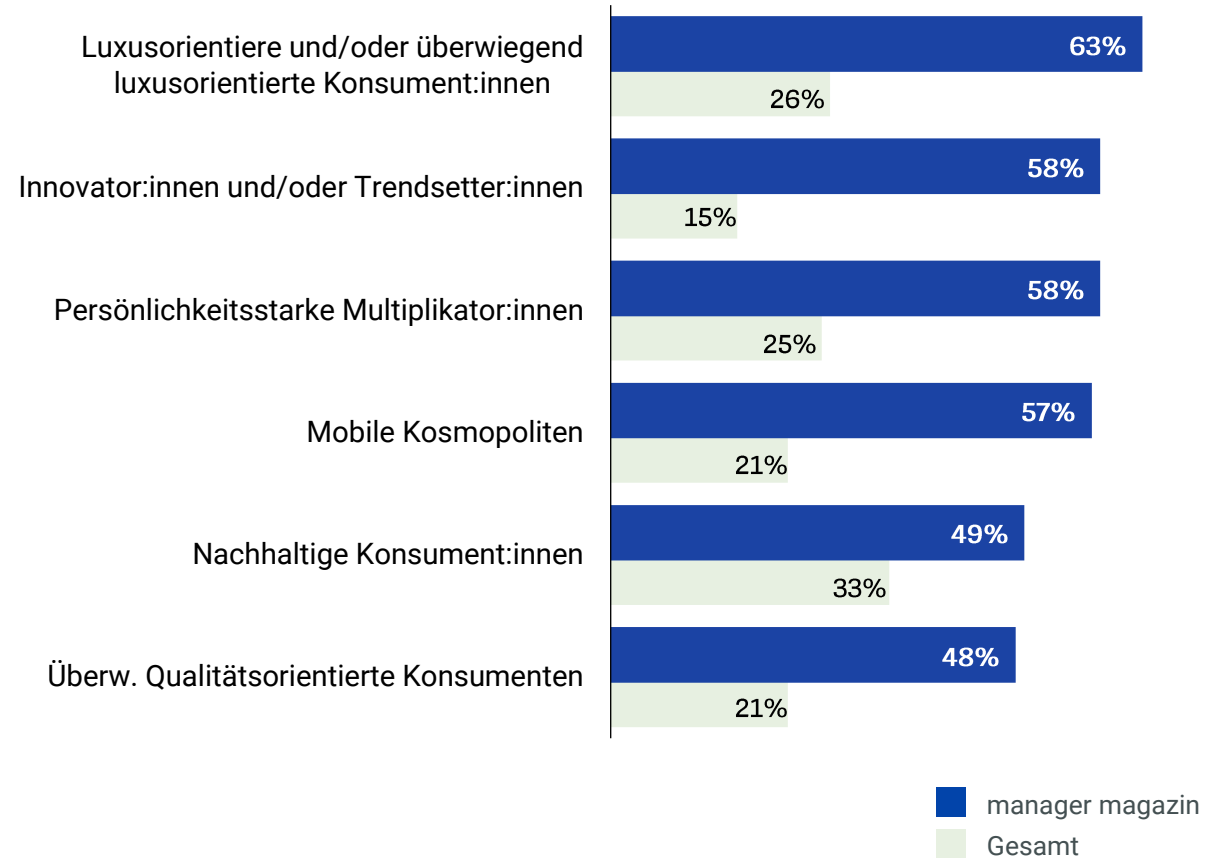
beträgt das Ø persönliche Netto-Einkommen/Monat.⁵

Quelle: ¹LAE 2025 (Gesamtreichweite Entscheider:innen: 3,01 Mio.; manager magazin: 0,27 Mio.)
²ma 2026 I (Gesamtreichweite: 71,0 Mio., manager magazin: 0,34 Mio.)
Anteile an Gesamt: ²49%, ³46%, ⁴38%, ⁵1.933 EUR

WAS DIE EXKLUSIVE LESERSCHAFT AUSMACHT

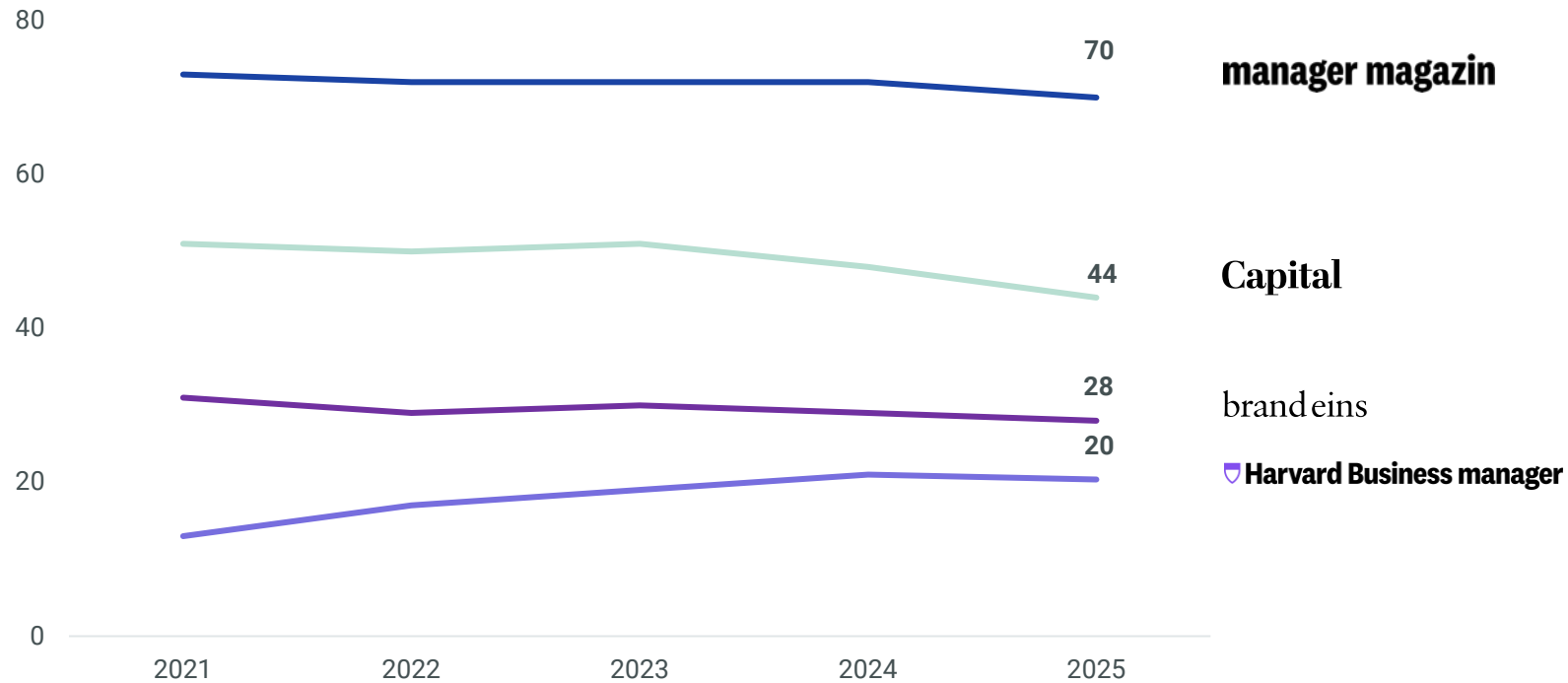
Einstellungen und Typologien

Die Leserinnen und Leser des manager magazins bilden durch ihre anspruchsvolle und kaufkräftige Struktur eine besonders attraktive Zielgruppe für Unternehmen und Marken.



ENTWICKLUNG DER ABO + EV-AUFLAGE

Einzelverkauf und Abonnement (inkl. e-paper) in TEx



manager magazin hat die höchste Auflage im Jahresdurchschnitt in der Abo + EV-Auflage.

Quelle: IVW Jahresdurchschnittswerte (Stand: 1. bis 4.Quartal)

STARKE GRÜNDE

GUTE ARGUMENTE

manager magazin

1

Die
Reichweite

1,83 Mio. Menschen lesen
manager-magazin-Inhalte jeden
Monat, gedruckt und/oder
digital.¹

2

Die Premium-
Zielgruppe

manager magazin erreicht
die Elite der deutschen Wirt-
schaft (gebildet, kaufkräftig
und meinungsstark):
272 Tsd. Entscheider:innen.²

3

Die
Bestverdiener

Mit 5.287 EUR verfügt die
Leserschaft des manager
magazins über das höchste
Ø Haushalts-
Nettoeinkommen/Monat aller
Printmedien.³

4

Das
Umfeld

manager magazin ist Leit-
medium und Impulsgeber
und berichtet über die
wichtigsten Wirtschafts-
themen – umfangreich und
aus erster Hand.

Quelle: ¹b4p 2025 II (Gesamt-Reichweite: 69,88 Mio.), werberelevante crossmediale Markenreichweite manager magazin

²LAE 2025 (Entscheider:innen: 3,01 Mio. gesamt)

³ma 2026 I (Gesamtreichweite: 71,0 Mio., Ø Haushaltsnettoeinkommen/Monat: 3.653 EUR)

STARKE SONDERHEFTE

SONDERHEFT

Ausgabe 1/2026



„Spitzenkarriere“

Ausgabe 1/2026

Erscheinungstermin:

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:

Druckauflage:

03.07.2026

04.06.2026

ca. 63.500 Ex.

Das Sonderheft „Spitzenkarriere“ zeigt, wie Top-Karrieren entstehen – von den entscheidenden Fähigkeiten über wirksame Netzwerke bis zu den Branchen mit den höchsten Gehältern und den besten internationalen Business-Schools. Ergänzend liefert es inspirierende Beispiele, was man aus den Erfolgswegen anderer lernen kann.

WAS IST DER INHALT DES HEFTES?

Das Sonderheft gliedert sich in drei Teile



CEO sein

Dieser Teil beschreibt, was es heute bedeutet, **an der Unternehmensspitze zu führen**: welche Fähigkeiten, Haltungen und Entscheidungslogiken in einem anspruchsvollen Umfeld gefragt sind und wie Top-CEOs ihren Weg, ihre Verantwortung und die Realität der Rolle reflektieren. Fokus: **Einordnung, Orientierung und Leadership in der Praxis**.

CEO werden

Hier steht der **Weg in die Spitzenposition** im Mittelpunkt: welche Mechanismen und Dynamiken Karrieren nach oben prägen, welche Hebel den Aufstieg beschleunigen und wie man sich strategisch auf eine Top-Rolle vorbereitet. Fokus: **Karrierestrategie, Positionierung und professionelle Vorbereitung**.

CEO bleiben

Dieser Abschnitt zeigt, wie man sich **in der Rolle langfristig behauptet**: wie man die Startphase meistert, mit Druck und Erwartungen umgeht, typische Risiken vermeidet und sich als Führungspersönlichkeit weiterentwickelt, während sich Anforderungen und Rahmenbedingungen verändern. Fokus: **Resilienz, Weiterentwicklung und nachhaltige Wirksamkeit an der Spitze**.

Außerdem: Leben/Stil: Wie leben CEOs?

SONDERHEFT

Ausgabe 2/2026



„Die 500 reichsten Deutschen“

Ausgabe 1/2026

Erscheinungstermin:

02.10.2026

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:

03.09.2026

Druckauflage:

ca. 63.500 Ex.

manager magazin veröffentlicht exklusiv einmal im Jahr das Sonderheft »Die 500 reichsten Deutschen«. Die Redaktion berichtet über die **erfolgreichsten und vermögendsten Unternehmer:innen in Deutschland**.

Neben dem Ranking enthält das Magazin Hintergrundberichte und Porträts über die Top-Unternehmer:innen sowie Einblicke in das Leben der Superreichen.

WARUM GIBT ES DIE REICHSTENLISTE?



”

“Es geht um eines der wichtigsten, emotionalsten und politischsten Themen, die wir hier in unserem Land haben - nämlich: **Die absolut Superreichen.**

Welche Akteure haben Einfluss auf unsere Gesellschaft und wie gehen diese mit diesem Einfluss um? **Vermögen bedeutet in erster Linie Macht und ich glaube, den Hochvermögenden muss man auf die Finger schauen.“**

*Simone Salden,
Stellvertretende Chefredakteurin*

SO LEBEN DIE SUPERREICHEN

Die Themen der Ausgabe



Zusätzlich werden alle Artikel des Sonderhefts auch auf manager-magazin.de veröffentlicht.

Im Podcast »Das Thema« spricht Chefredakteurin Simone Salden zudem in drei Sonderfolgen mit spannenden Interview-Partner:innen über die Aufstiegsgeschichten der Top-Platzierten.

Die Themen des Sonderhefts:

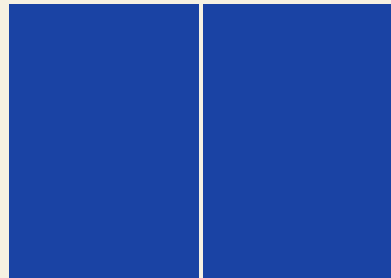
- Luxusbrands
- Handel
- Sport und Fitness
- Künstliche Intelligenz
- Geldanlage
- Luxusreisen
- Gastronomie



STARKE PLATZIERUNGEN

IHRE WERBEMÖGLICHKEITEN

Mit garantiert hoher Sichtbarkeit



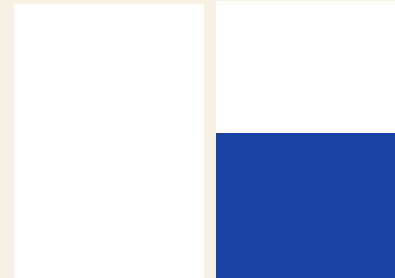
.....
**2/1 Seite:
Innenteil**
.....

84.000 EUR
.....



.....
**1/1 Seite:
Innenteil**
.....

42.000 EUR
.....



.....
**1/2 Seite quer:
Innenteil**
.....

24.200 EUR
.....



.....
**1/3 Seite hoch:
Innenteil**
.....

18.200 EUR
.....

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

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

Barbara Fuß

Sales Consultant
Telefon +49 211 887 1355
barbara.fuss@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

Sandra Pinz

Sales Consultant / Brand Manager
Telefon +49 40 6965951
sandra.pinz@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

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

WIR SIND #MEHRWERTSTIFTER:INNEN

IQMEDIA.DE/KONTAKT

CONTACT → SALES INTERNATIONAL



Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Manager International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

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

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



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

DELIVERING VALUE

IQMEDIA.DE/INTERNATIONAL-PAGE