

# Readly erweitert Portfolio um WirtschaftsWoche Erster Titel der Handelsblatt Media Group ab sofort verfügbar



Berlin, 15. Mai 2025: [Readly](#), die führende europäische Plattform für digitale Magazine und Zeitungen, hat sein deutsches Angebot um einen weiteren namhaften Titel erweitert: die [WirtschaftsWoche](#). Das wöchentliche Wirtschaftsmagazin der Handelsblatt Media Group ist ab sofort auf Readly verfügbar – und markiert damit den Start einer neuen, bedeutenden Verlagspartnerschaft.

Die WirtschaftsWoche zählt zu den renommiertesten Wirtschaftstiteln im deutschsprachigen Raum. Mit fundierter Berichterstattung, Analysen und Kommentaren zu Wirtschaft, Politik, Technik und Karriere richtet sie sich an Entscheider:innen, Unternehmer:innen und alle, die wirtschaftliche Zusammenhänge verstehen wollen. Für Readly-Nutzer:innen bedeutet die Aufnahme des Magazins eine wertvolle inhaltliche Erweiterung im Bereich Business und Finanzen.

"Durch die Kooperation mit Readly erreichen wir eine Leserschaft, die über klassische markenspezifische Abos kaum zugänglich ist. So erschließen wir für die WirtschaftsWoche neue Zielgruppen und bauen die Präsenz der Marke im digitalen Raum auch abseits unserer eigenen erfolgreichen Plattformen weiter aus", erklärt Wiebke Meeder, Chief Marketing Officer der Handelsblatt Media Group.

„Die WirtschaftsWoche ist für viele Leser:innen eine unverzichtbare Quelle für fundierte Wirtschaftsinformationen. Wir freuen uns sehr, diesen vielfach ausgezeichneten Titel auf Readly anbieten zu können – und zugleich mit der Handelsblatt Media Group einen der bedeutendsten deutschen Verlagspartner an Bord zu holen“, sagt Jan-Sebastian Blender, Head of Content DACH, IT & NL und Managing Director DE bei Readly. „Mit dieser Partnerschaft setzen wir unseren Wachstumskurs im Segment hochwertiger Inhalte konsequent fort.“

Die Zusammenarbeit ist Teil von Readlys Strategie, das inhaltliche Angebot im Bereich Qualitätsjournalismus weiter auszubauen und das Leseerlebnis für Abonnent:innen kontinuierlich zu verbessern.

### **Über Readly:**

Readly ist ein führender europäischer Anbieter für digitale Zeitschriften und Zeitungen. Das Unternehmen bietet eine digitale Abonnementplattform, die Kunden unbegrenzten Zugang zu 8.000 nationalen und internationalen Titeln ermöglicht – alles in einer App und zu einer festen monatlichen Gebühr. Readly hat Abonnenten in 50 Ländern und bietet Inhalte in 17 Sprachen. In Zusammenarbeit mit rund 1.000 Verlagen weltweit digitalisiert Readly die Zeitungs- und Magazinbranche. Weitere Informationen unter: <https://corporate.readly.com>

### **Über die WirtschaftsWoche**

Die WirtschaftsWoche ist das aktuelle, marktwirtschaftlich orientierte Wirtschaftsmagazin für Entscheider. Mehr als 100 Mitarbeiter, Redakteure, Reporter und Korrespondenten aus aller Welt analysieren die wichtigsten Ereignisse in Wirtschaft und Politik, auf den Finanzmärkten und im Management, in Forschung und Technik – Woche für Woche im Magazin und täglich in der App und auf [wiwo.de](http://wiwo.de).

### **Über die Handelsblatt Media Group**

Die Handelsblatt Media Group ist das führende Medienhaus für Wirtschafts- und Finanzinformationen in Deutschland. Die Mediengruppe mit Sitz in Düsseldorf wurde 1946 gegründet und steht für fundierten, unabhängigen Qualitätsjournalismus. Sie erreicht mit ihren Entscheider-Medien wie Handelsblatt und WirtschaftsWoche mehr als zwei Millionen Leserinnen und Leser. Zur Mediengruppe gehören Serviceunternehmen wie iq media marketing gmbh, führender Vermarkter für Entscheidermedien, Solutions by Handelsblatt Media Group GmbH, Spezialist für Corporate Content, Konzept und Vermarktung sowie weitere Beteiligungen. Die Handelsblatt Media Group ist ein Unternehmen der Dieter von Holtzbrinck Medien GmbH.

Presseinformation  
Katharina Braun  
[katharina.braun@readly.com](mailto:katharina.braun@readly.com)

# Despite the Ozempic Hype: More Body Diversity on German Lifestyle Magazine Covers

**Readly analyzes over 350 magazine covers and presents additional Ipsos survey results – People long for true diversity**

Berlin, May XY, 2025 – While weight-loss drugs like Ozempic are visibly shaping body ideals on social media and in everyday life, a recent analysis by digital magazine and newspaper platform Readly reveals: Bodies on the covers of German women's and lifestyle magazines are slowly becoming more diverse – despite the slimming trend. Readly reviewed a total of 353 cover images from the years 2018 and 2024. The result: the share of so-called mid-size bodies on magazine covers rose from 0.55% in 2018 to 4.7% in 2024. Plus-size bodies? Still missing. Not a single

cover featured models beyond mid-size. In addition, over 1,000 people were surveyed by Ipsos about their views on the current state of body positivity.

### **Covers send a strong signal**

“Covers are more than just images – they shape our perception of who is considered beautiful, successful, and visible. The fact that we’re seeing early signs of more body diversity despite the Ozempic trend is encouraging, but we’re still at the very beginning,” says Marie-Sophie von Bibra, Managing Director DACH at Readly. The societal shift becomes even more apparent through the results of the representative Ipsos survey commissioned by Readly:

- 62% of respondents say the body positivity movement is important to them.
- 63% want to see greater diversity among public figures – whether in media, advertising, politics, or pop culture.
- Only 14% of respondents are unbothered by retouched images.

### **Beauty is not a size-zero concept**

Influencer, author, and body positivity activist Melodie Michelberger emphasizes: “If you only ever see the same body types on covers, you learn that other bodies don't belong. This one-sidedness is not an oversight - it is exclusion by announcement. And it contradicts what so many women want: The visibility of diverse body types.”

### **Return to old ideals?**

While Readly’s cover analysis shows progress toward more body diversity, experts and media observers are also noting a countertrend: In fashion and pop culture, ultra-thin body types are making a comeback, with some already warning of a return to the “heroin chic” of the 1990s. This development highlights just how essential visible diversity remains. “The numbers make it clear: people are looking for more authenticity and representation – not just on social media, but also in traditional media formats like magazines,” says Marie-Sophie von Bibra, Managing Director DACH at Readly.

### **About the analysis**

The study includes 353 magazine covers from 2018 and 2024, analysing all visible individuals on the front pages. Bodies were classified as straight-size, mid-size or plus-size through visual evaluation. The accompanying representative online survey was conducted in March 2025 by Ipsos on behalf of Readly. 1,000 participants in Germany were surveyed. Comparative data from Sweden and the UK is also available.

### **About Readly**

Readly is a leading European provider of digital magazines and newspapers. The company offers a digital subscription platform that gives users unlimited access to over 8,000 national and international titles – all in one app and for a fixed monthly fee. Readly has subscribers in 50 countries and provides content in 17 languages. In collaboration with around 1,000 publishers worldwide, Readly is digitising the magazine and newspaper industry.

More information: <https://corporate.readly.com>

Press Contact

Katharina Braun

katharina.braun@readly.com