

# UHREN



**MEDIADATEN 2024**

Status: 11/23 gültig ab 01. Januar 2024

# UHREN 2024

Intro	S. 3
Redaktionelle Elemente	S. 4
Chefredaktion & Autoren	S. 5
Termine	S. 6
Anzeigen & Formate	S. 7
Ad Specials	S. 8
Print Advertorial	S. 9
Print Branded Content	S. 10
Anzeigen Referenzen	S. 11
Technische Daten	S. 12
Neu: ICON Digital	S. 13
Kontakt	S. 14
Best Cases Beihefter & Covergatefold	S. 15-16
Social Media & Advertorial & Branded Content Digital	S. 17-18



# UHREN

Das exklusive Magazin für Uhrenliebhaber und Kenner, feiert die zunehmende Marktentwicklung und das große Interesse an Uhren von höchster Qualität!

Unter der redaktionellen Leitung von Dr. Philip Cassier folgt das Magazin nicht nur Traditionen, technischer Innovation und Handwerkskunst. Auch die Menschen hinter den Brands und in den Studios spielen eine große Rolle.

Jetzt neu: UHREN 2x im Jahr (Sa. + So.)

Druckauflage: 150.000 Exemplare  
(distribuiert in Abo-Inland und EV Inland)

ET: 20./21.04.2024 und 16./17.11.2024



# REDAKTIONELLE ELEMENTE

### ZEITFENSTER

**10 INSTRUMENT MIT WEICHEM KERN**  
Zu den technischen Spezialitäten des Zeitfensters gehört die Uhrmennt...  
**15 JETZT WIRD'S BUNT**  
Was ist ein Zeitfenster...  
**18 MADEMOISELLES GOÛT**  
Kann eine Modistin bei einem...  
**20 NEULAND**  
Viele Modisten...  
**22 NACHTEULEN**  
Die „Machete“...  
**24 UNTERWASSER**  
Wie die „Jiffy“...  
**26 CARL F. BUCHERER**  
Heritage Chronometer Celebration

### INHALT

**10 ZEITFENSTER**  
**15 MEIN NAME AN DER TÜR**  
**20 DIE KRÖNUNG**  
**22 WERKSTÄTTENBERICHT**  
**24 AM ARM**  
**26 LIEBLINGE**  
**30 DAS SCHÖNE RETTEN**  
**32 AYE, I'M CAPTAIN!**  
**42 UNTERWASSER**  
**48 CARL F. BUCHERER**

### REPORT

## MEINE TÜR, DEINE TÜR

In den Innenstädten öffnen immer mehr Monobrand-Boutiquen. Manche werden von den Uhrenmarken selbst betrieben, andere von Juwelieren. Was steckt dahinter?

**D**er New Wall ist eine von Hamburgs bekanntesten Einkaufsstraßen. Man kann dort eine Menge Luxusmarken kaufen, vor allem aber, und von Jahr zu Jahr mehr, Uhren. Neben den in der Stadt schon lange etablierten Juwelieren eröffnen hier und dort auch immer weitere Boutiquen, die ausschließlich die Produkte eines oder zweier Uhrenmarken anbieten. In der Straße stehen nun schon lange über ein Dutzend dieser Boutiquen, die ausschließlich die Produkte eines oder zweier Uhrenmarken anbieten. In der Straße stehen nun schon lange über ein Dutzend dieser Boutiquen, die ausschließlich die Produkte eines oder zweier Uhrenmarken anbieten.

### REPORT

## AM ARM

Die Uhr, die Elektronik und Mechanik vereint: Was Jan Lehmann mit einer SI-GAD09 von Grand Seiko in Japan erlebte

**Z**u Besuch in Japan ist Grand Seiko für knapp eine Woche in der SI-GAD09, eine Uhr, die die Uhrzeit und die Zeitzone anzeigt. Die Uhr ist ein Meisterwerk der japanischen Uhrenindustrie, das die Uhrzeit und die Zeitzone anzeigt. Die Uhr ist ein Meisterwerk der japanischen Uhrenindustrie, das die Uhrzeit und die Zeitzone anzeigt.

### REPORT

## KREUZFAHRT

DANNY TAILOR & AMANDA QUINN

Ihren letzten Fall hatten Amanda Quinn und Danny Taylor vor Inzest: Bei der Oscar-Verleihung ließen sie eine scheinbar entwerfende Uhr gegen eine wohlhabige Spinne wieder aufleben. Eine Serie Geschehnisse und ein Geschick. Von der Forderung nach Hilfe gebeten, mischen sich Amanda und Danny unter die Passagiere und treffen einen alten Rivalen.

### REPORT

## DIE UHREN VON AMANDA, DANNY & CO.

Hermès, Cartier, Chopard, Piaget, Omega, Tudor

Zeitfenster

Heftinhalt

Report „Monobrand-Boutiquen“

Report „Am Arm“

UHREN Comic



Editorial Shooting

# CHEFREDAKTION UND FREIE AUTOREN



**INGA GRIESE**

Gründerin - Chefredakteurin  
ICON Group



**DR. PHILIP CASSIER**

Mitglied der Chefredaktion UHREN  
Senior Editor ICON Group

**JAN LEHMHAUS**

Freier Autor

**ALEXANDER STILCKEN**

Freier Autor

# TERMINE

<b>AUSGABE</b>	<b>ET</b>	<b>VORGEZOGENER AS*</b>	<b>AS</b>	<b>DU</b>
UHREN I	20./21.04.2024	29.02.2024	07.03.2024	21.03.2024
UHREN II	16./17.11.2024	26.09.2024	03.10.2024	17.10.2024

\*AS für Premiumpplatzierungen

# ANZEIGEN UND FORMATE

## ANZEIGEN

2/1 Seite

1/1 Seite

1/3 Seite hoch\*

### Vorzugsplatzierungen

Opening Spread

1. DPS im Innenteil

Against Editorial

Facing Table of Content (FTC)

Facing Table of Content II (FTC II)

Umschlagseiten

Innenseiten

## FORMAT

510 mm x 335 mm

255 mm x 335 mm

94 mm x 335 mm

2. Umschlagseite + Seite 3

520 mm x 365 mm

Linke Seite neben Editorial

Linke Seite neben Inhalt

Linke Seite neben Inhalt II

3. Umschlagseite (IBC)

4. Umschlagseite (OBC)

1. rechte Seite

2. rechte Seite

## ANZEIGENPREISE

48.700,00 €

29.400,00 €

auf Anfrage

60.900,00 €

54.500,00 €

35.400,00 €

35.000,00 €

34.300,00 €

32.000,00 €

39.800,00 €

35.000,00 €

34.300,00 €

Aufträge bitte an [hello.icon@axelspringer.com](mailto:hello.icon@axelspringer.com) senden.

\*Unterformate ausschließlich nach Absprache/Verfügbarkeit, zuzüglich technischer Kosten auf Anfrage



# AD SPECIALS

Besondere Werbemittel für besondere Anlässe.

Ganz gleich ob klassisch oder advertorial, (fast) alle Anzeigen sind bei uns möglich. Prominent kann z.B. ein aufklappbarer Beihefter in Heftmitte platziert werden. Durch das stärkere Papier wird an dieser Stelle das Magazin als erstes aufgeklappt.

8-, 6- oder 4-seitiger ausklappbarer Beihefter?  
Covergatefold?

Hier geht's zu unseren Best Cases:

Best Case Beihefter

Best Case Covergatefold





# KLASSISCHES ADVERTORIAL

Advertorials sind Anzeigen mit redaktioneller Anmutung. Diese werden individuell für den Kunden im Look & Feel von UHREN erstellt. Umsetzung erfolgt nach dem Kundenbriefing in enger Absprache mit dem Kunden.

Mit angeliefertem Material (Bild & Text)

Bruttopreis Advertorial:

2/1 Seite 58.900 € zzgl. 4.290 € Kreativkosten\*

1/1 Seite 33.700 € zzgl. 2.290 € Kreativkosten\*

Auf Anfrage größere Strecken und weitere Sonderwerbformate möglich.

\*Bei fertig angelieferten Advertorials entfallen die Kreativkosten. Motivfreigabe durch den Verlag erforderlich. Kreativkosten (inkl. Konzept, Text und Layout, Advertorials werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet

Beispielvisualisierung Mr ICON

**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 Geisteshaltung, inspiriert durch das Meer, die den Sinn für Entdeckungen schult und Erinnerungen schafft, welche zur Selbstfindung beitragen. Neben der Selbstentdeckung sind dabei auch aktive und soziale Erkundungen wichtig: neue Reiseziele und Kulturen oder kulinarische Angebote genauso wie nachhaltiges Handeln, soziale Verantwortung, Achtsamkeit und die Wohlfühlbedeutung zu Bord. So zeichnen sich die luxuriösen Suiten durch ein Design aus, das anspruchsvollen Luxus und Komfort vereint. Die Badestimmer verfügen über eine Fußbodenheizung, einen Dyson Supersonic™ Haartrockner sowie umweltfreundliche Details wie nachfüllbare Pflegeprodukte oder recycelbare Kaffeepads für die Espressoemaschine. Es gehört zum Selbstverständnis, dass alle Suiten einen direkten Meerblick

Das Design der Suiten wurde in Zusammenarbeit mit dem Architektur- und Interio-Design-Studio Penner und De Bruin entwickelt. Raumhohe Fenster und neutrale Farben maximieren das natürliche Licht und italienische Einrichtungsdetails verleihen jeder Suite wahre Eleganz

Ein- und Abfliegen ist in einem so genannten Außenpool immer möglich

Das Leben auf dem Schiff EXPLORA I bietet viel: Sport, Wellness und Relaxieren mit unermesslichem und grandiosen Terrassen

Das Leben auf dem Schiff EXPLORA I bietet viel: Sport, Wellness und Relaxieren mit unermesslichem und grandiosen Terrassen

haben und über geräumige private Terrassen mit Daybeds verfügen, auf denen man im Freien sitzen, essen und sonnenbaden kann. Das stellt eine Erweiterung des Wohnbereichs dar, bringt „Zuhause auf See“ – unvergleichlich.

Menschen. Jedes Menü wird sorgfältig komponiert und die Sommeliers von Explora Journeys sorgen für eine hervorragende Weinbegleitung von lokalen exklusiven Weingütern. Auch ausgefallene alkoholfreie Getränke gehören zu ihrem raffinierten Angebotspektrum. Der Abend darf noch nicht zu Ende gehen? Keine Sorge und kein Stress: Statt einer überfüllten Hauptveranstaltung zu besuchen, können die Gäste kleinen Konzerten an einem der drei Steinway-Spirio-Flügel folgen oder sich mit inspirierenden Karaoke-

Explora Journeys sind ein Erlebnis wie kein anderes. Es ist die abgestimmte Mischung aus bekannten Destinationen und weniger besuchten Orten, die die Gäste begeistert und inspiriert. Dazu gehören in 2023 bis 2025 die norwegische Fjorde, Großbritanien 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 östlichen, Ost- und Südafrika und die Marianen-Inseln – die von der EXPLORA I und EXPLORA II angesteuert werden.

1. Juli 2023 wird die EXPLORA I in See für ihre Jungfernfahrt vom britischen Southampton nach Kopenhagen. Auf Welt-Fahrt werden zwölf Häfen in vier angefahren. Darunter sind alte Welterbestätten wie das norwegische Trollheimen, die Skagen und herrliche Fjorde, die UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt

Bord ist, kann dem Alltag entfliehen, Reiseziele und Kulturen erleben, Gleichgesinnten knüpfen und sich neue, was wirklich zählt. Die Gäste das den „Ocean State of Mind“

www.explorajourneys.com

**ANZEIGE**

Souveräne Performance auf der Straße – der Alfa Romeo Stelvio B-Tech pushtet mit sportlicher Dynamik und stylischen Designakzenten.

## DRESSCODE: SCHWARZ

Alfa Romeo Giulia und Stelvio zeigen stylische schwarz glänzende Akzente mit der neuen B-Tech Ausstattungslinie

Was für ein Auftritt! Die Technologie und die Fahrfreude eines Alfa Romeo werden jetzt ergänzt um ein Design, das mit Elementen in glänzenden Schwarzton die Blicke einfängt. B-Tech heißt die Ausstattungslinie von Alfa Romeo Giulia und Alfa Romeo Stelvio. Diese umfasst exklusive schwarz lackierte Karosseriedetails wie den V-förmigen Rahmen des Kühlergrills, die Abdeckkappen der Außenspiegel und die die Abdeckkappen der Außenspiegel und die Serienmäßig dunkle Leichtmetallfelgen unterstreichen zudem den aggressiven Look, dem auf der Straße eine souveräne Performance folgt. So garantieren Aggregate in diversen Leistungsstufen in Kombination mit einem 8-Stufen-Automatgetriebe und patentierter Fahrwerkstechnologie ein stets dynamisches sportliches Fahrerlebnis. Selbstverständlich mit dabei: das innovative Infotainmentssystem Alfa™ Connect 8,8" -Radio mit Apple CarPlay bzw. Android Auto™. Zeit für die Show.

Glänzend schwarz lackierte Abdeckkappen der Außenspiegel (oben) sowie Leichtmetallfelgen in neuem Design (unten).

Die Schriftzüge am Heck (oben) sind braunrot und unterstreichen die exklusiven Gesamteindruck des Alfa Romeo Giulia B-Tech (unten).

# BRANDED CONTENT

Branded Content sind Anzeigen mit redaktioneller nativer Anmutung.

Für eine native, luxuriöse Inszenierung produziert ICON Foto- und Bewegtbildmaterial im UHREN Look & Feel zur Gestaltung des Branded Contents.

Konzeption und Produktion inklusive einer Video- und Fotoproduktion mit optionaler digitaler Verlängerung.

Bruttopreise Branded Content:

2/1 Seite 58.900 € zzgl. ab 18.000 € Kreativkosten +

Produktionskosten laut Aufwand\*

1/1 Seite 33.700 € zzgl. ab 10.000 € Kreativkosten +

Produktionskosten laut Aufwand\*

\*Kreativkosten (inkl. Konzept, Text und Layout – Exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen). Branded Content Formate werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet. Individuelle Umsetzungen & längere Strecken: Preise auf Anfrage

Digitale Verlängerung möglich.



## Das Geheimnis von Siegertypen

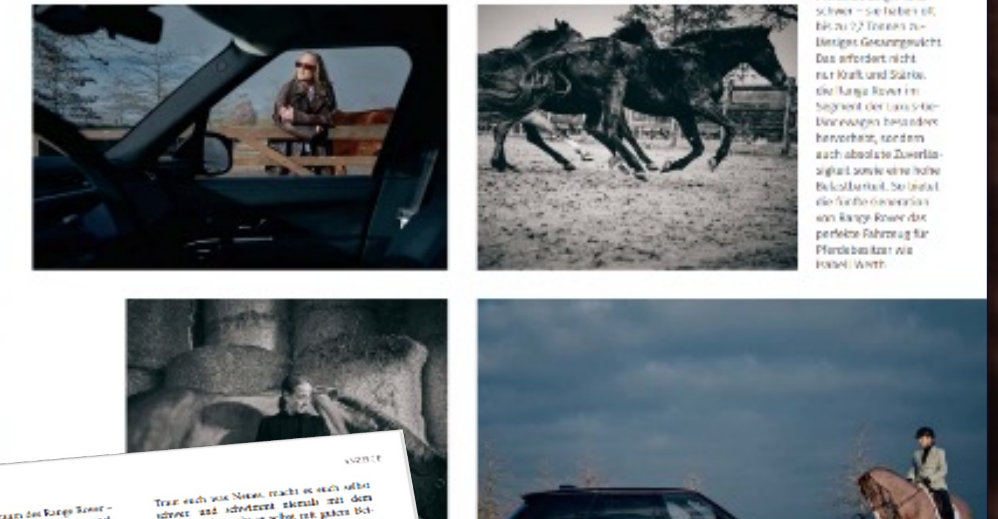
Anmut, Eleganz, Kraft und absolute Verlässlichkeit. Diese Grundvoraussetzungen haben für Isabel Werth, eine der erfolgreichsten Reiterinnen, einen unschätzbaren Wert. Was es heißt, über sich selbst hinauszuwachsen, Leistung zu bringen und Stärke zu zeigen, das zeigt ihre Erfolgsgeschichte.

„Man kann nur sagen, wie man reitet“, wird Isabel Werth, die vierfache Olympiasiegerin, immer wieder gefragt. Die Reiterin ist nicht nur eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt, sondern auch eine der beliebtesten. In ihrer Karriere hat sie sich als Vorbild für viele junge Reiterinnen etabliert. Isabel Werth ist nicht nur eine erfolgreiche Reiterin, sondern auch eine charismatische Persönlichkeit. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist. Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist. Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist.



## Leidenschaft und Durchhaltevermögen sind Eigenschaften, die sowohl auf Isabel Werth als auch auf Range Rover zutreffen.

„Ich liebe es, mich zu bewegen, wenn ich nicht reite.“ Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist. Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist. Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist.



## DER GESCHMACK DER ZUKUNFT

Die geschmackliche Höhe liegt nicht im Geschmack des Speises, sondern in der Art der Zubereitung. Die Reiterin Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist. Isabel Werth ist eine der erfolgreichsten Reiterinnen der Welt. Sie ist eine der wenigen Reiterinnen, die nicht nur in der Welt der Reiterei, sondern auch in der Welt der Medien erfolgreich ist.

# ANZEIGEN REFERENZENZEN

WAS MACHT EINE ROLEX ZU EINER ROLEX?

Es sind nicht die Rubinen. Es ist nicht der Stahl, den wir benutzen, oder die Größe, die wir wählen. Es ist nicht die Sonne oder ein einzelnes Teil, die bei uns mit ständiger Aufmerksamkeit und zahllosen Feinheiten von Hand gefertigt, poliert und zusammengebaut werden. Es ist die Zeit, die wir einbringen. Die vielen Tage und Momente, die nötig sind, bis wir schließlich den besten Wert und jahrelanger Erfahrung denken können, die unser Werkstück verdient. „Superlatif“ ist die Zeit, unsere Aufmerksamkeit, unsere Verantwortung, unsere Integrität. Dazu, da ist also, was wir machen, aber wir machen es also, damit Sie es sich zu jeder Zeit zu eigen machen können.

#Perpetual

ROLEX

HUBLOT

ROLEX

KENNT ROUTEN UND ROUTINEN.

Das neue CLE Coupé! Shaped by desire.

Mercedes-Benz

Mercedes-Benz

CHANEL

HAUTE HORLOGERIE

J12 DIAMANTTOURBILLON

PATEK PHILIPPE GENEVE

REUNION DE MAIGRENE TRAFLET

EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN. MAN ENFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.

JAHRESKALENDER CHRONOGRAPH FRT. 1609

RICHARD MILLE

A Racing Machine On The Wrist

TONDA FF GMT RATTRAPANTE

PARMIANI FLEURIER

JAEGER-LECOULTRE THE WATCHMAKER OF WATCHMAKERS

REVERSO

Eröffnung Boutique München, Maximilianstraße 24 - November 2023

PROUD TO BE THE ORIGINAL

Glashütte ORIGINAL

Deutsche Uhrenkunst seit 1845

Glashütte Original Boutique - QF, Quartier an der Frauenkirche  
Töpferstraße 4 • 01067 Dresden • Tel. +49 351 351 82 12 59 70

Beijing • Chengde • Dresden • Hong Kong • Macao • Seoul • Shanghai • Shenyang • Tokyo • Vienna • Xian • Zhengzhou

MONTBLANC

1858 Kied Sea

Tutima GLASHÜTTE

FÜR DIE GEMACHT, DIE MACHEN.

# TECHNISCHE DATEN

<b>Format</b>	1/1 Seite: 255 mm breit x 335 mm hoch
<b>Druckverfahren</b>	Umschlag: Bogenoffset / Inhalt: Tiefdruck
<b>Papier</b>	Umschlag: 150 g/m <sup>2</sup> , Inhalt: 65g/m <sup>2</sup> UPM Ultra Matt G
<b>Auflösung</b>	300 dpi
<b>Beschnittzugabe</b>	5 mm umlaufend
<b>Verarbeitung</b>	Rückendrahtheftung
<b>ICC-Profil</b>	Umschlag: ISO coated Inhalt: PSR_LWC_PLUS_V2_M1 Eurofarben 4/4
<b>Farben</b>	CMYK 4/4
<b>Datenformat</b>	PDF/X-1a, PDF/X-3, PDF/X-4

## Lieferadresse Proofs

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

## Datenanlieferung DU

AdMedia-Pool  
[apdtp-berlin@axelspringer.de](mailto:apdtp-berlin@axelspringer.de)



# NEU: ICON DIGITAL

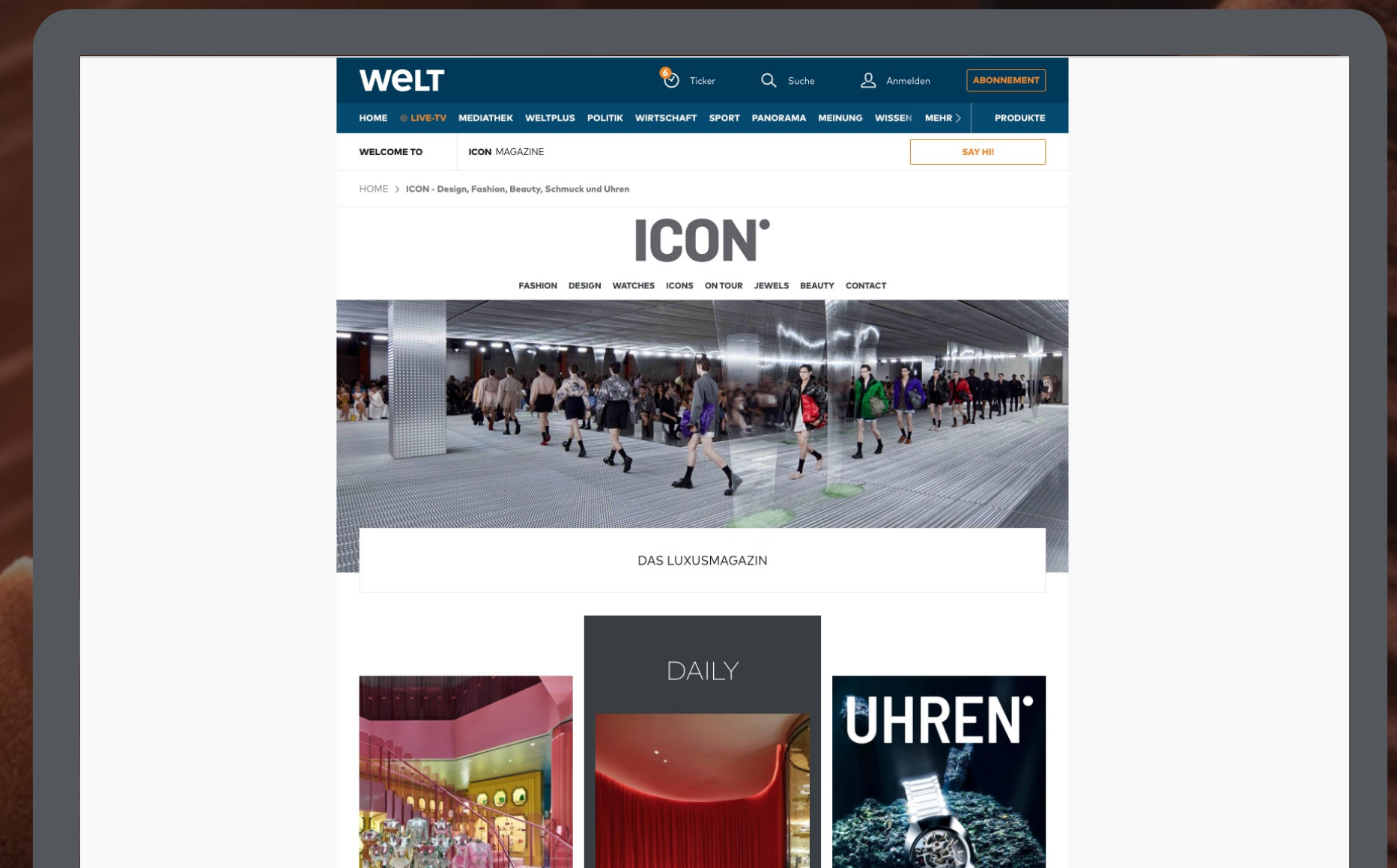
Am 01.11.2023 lancierte ICON auf WELT.de eine neue digitale Destination für seine luxus-orientierte Zielgruppe mit hoher Affinität zu Stil, Eleganz und Exklusivität.

Als digitales Pendant zum Highclass-Magazin ICON setzt das neue Digitalangebot konsequent auf die schönsten Geschichten aus der internationalen Welt des Stils – außergewöhnlich und aufwendig inszeniert.

## Exklusives Presenting von ICON digital

Eine Woche präsentiert der Kunde den Channel mit einer Logo-integration<sup>1</sup>, einer Sitebar und einem Mobile Medium Rectangle.

Watches Channel verfügbar.



Social Media

Advertorial  
& Branded Content

# UHREN'

## **CAROLA CURIO**

Publisher ICON Group

+49 151 54331679

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

Hamburg

## **ELIETTE-NABILA KORTE**

Senior Brand Manager

+49 151 150 89 550

[eliette-nabila.korte@axelspringer.com](mailto:eliette-nabila.korte@axelspringer.com)

Berlin

Media Impact GmbH & Co. KG | ICON Group | Zimmerstraße 50 | 10888 Berlin  
[www.iconmagazine.de](http://www.iconmagazine.de) | [www.mediaimpact.de](http://www.mediaimpact.de)

# 6-SEITIGER BEIHEFTER

Erstmalig publiziert in UHREN:  
In Heftmitte ein 6-seitiger Bound-In von  
HUBLOT, gestaltet von ICON mit der  
weltweit bekannten Unternehmerin Chiara  
Ferragni.

UHREN II erschien am 21.11.2021



# COVERGATEFOLD

Aufklappbar und großformatig,  
der 4-seitige Covergatefold:

Tag Heuer nutzte die Sonderwerbeform des Covergatefolds, um sich mit maximaler Sichtbarkeit in ICON III (April 2023) und ihrer Jubiläumskampagne „60 years of Carrera“ zu platzieren.

Zusatzaußen- & Innenseite + Opening  
Spread (2.US + S.3)



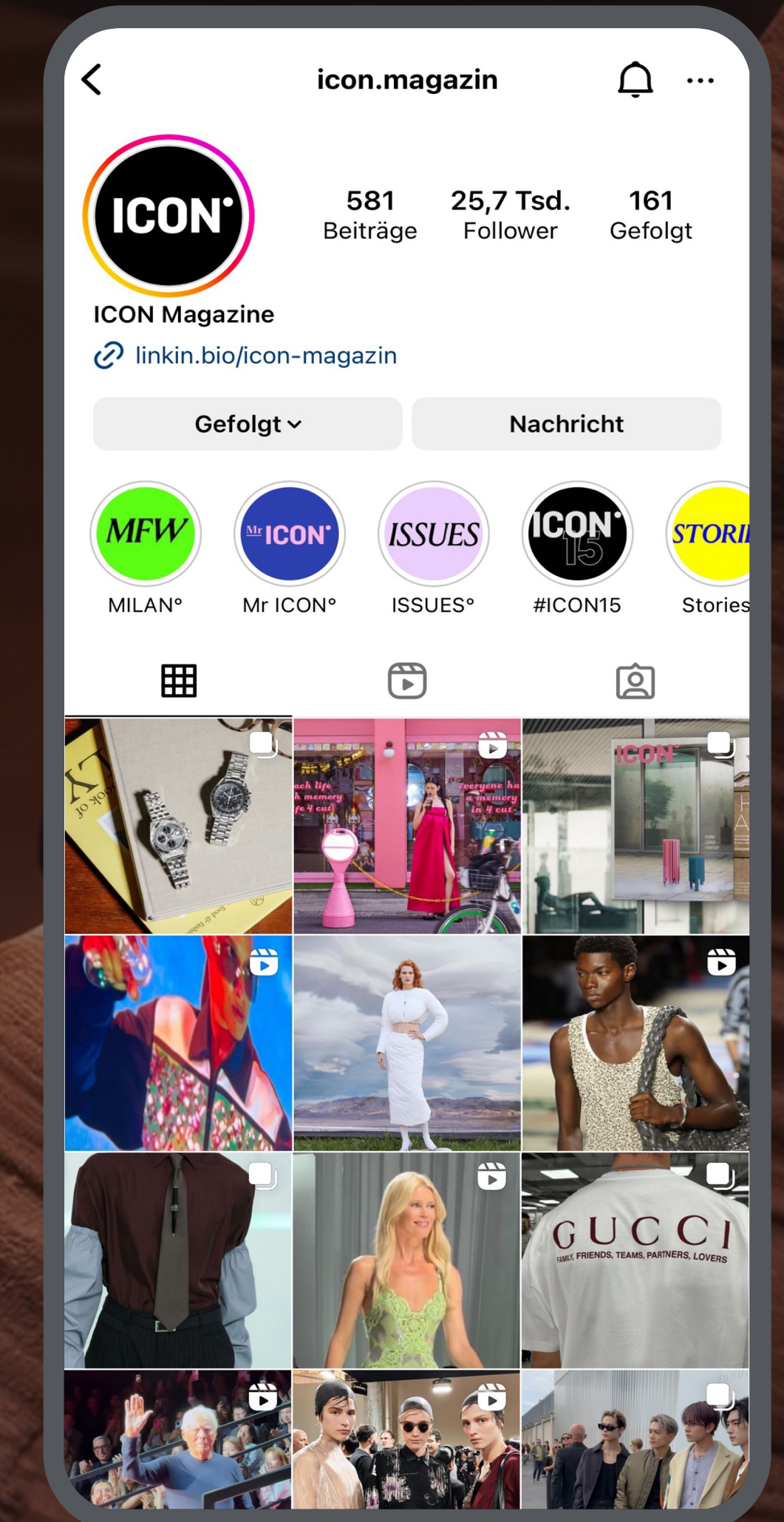
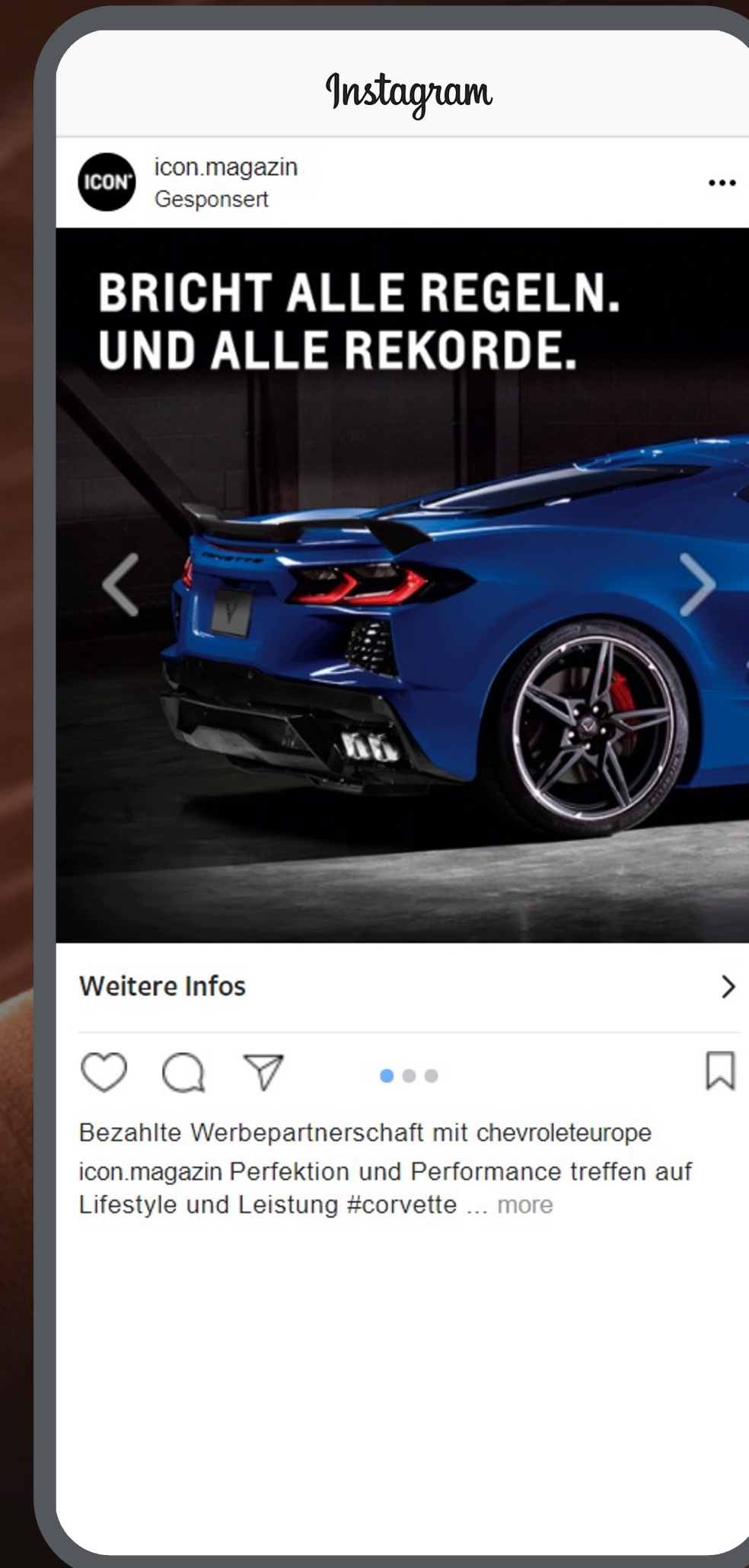
Zusatzaußen- & Innenseite + Opening Spread (2.Us + S.3)



# INSTAGRAM SPONSORED POSTS & STORIES

icon.magazin ist die Social-Media-Plattform von ICON.

- Behind-the-scene-Stories, persönliche Einblicke während Interviews und ICON-Fashion-Shootings
- Sponsored Insta-Posts werden zielgruppenspezifisch ausgespielt und erfahren Authentizität durch das Vertrauen der User in die Marke ICON.
- Gebucht werden 4 Sponsored Posts, die pro Post in einem anderen Zeitraum ausgespielt werden. Gern kann der Kunde hier Wunschdaten äußern.
- Foto, Video, Slideshow oder Carousel-Ad Einbindungen möglich
- A/B-Testing auf Wunsch



4 Sponsored Posts: 200.000 Als  
25,7 Tsd. Follower (10/2023)

# ADVERTORIAL & BRANDED CONTENT

Advertorial:

Ein digitales Advertorial im Look & Feel von UHREN wird mit angeliefertem Material (Bild & Text) erstellt.

Branded Content\*:

Für eine native, luxuriöse Inszenierung auf iconmagazine.de produziert UHREN Foto- und Bewegtbildmaterial im UHREN Look & Feel zur Gestaltung des Online-Auftritts.

UHREN produziert für den Kunden Branded Content, dieser beinhaltet Bild & Text.

Eine Video- und Fotoproduktion ist inklusive.

