

UHREN

MEDIADATEN 2026

Status: 10/25, gültig ab 01. Januar 2026



AGENDA

Intro	S. 3
Redaktionelle Elemente	S. 4
Redaktionsleitung & Freie Autoren	S. 5
Termine	S. 6
Formate & Preise	S. 7
Ad Specials	S. 8
Print Advertorial	S. 9
Print Branded Content	S. 10
Interactive Brand Story	S. 11
UHREN & ICON Digital	S. 12
Technische Daten	S. 13
Kontakt	S. 14
Best Case Covergatefold	S. 15
Events Best Cases	S. 16



INTRO

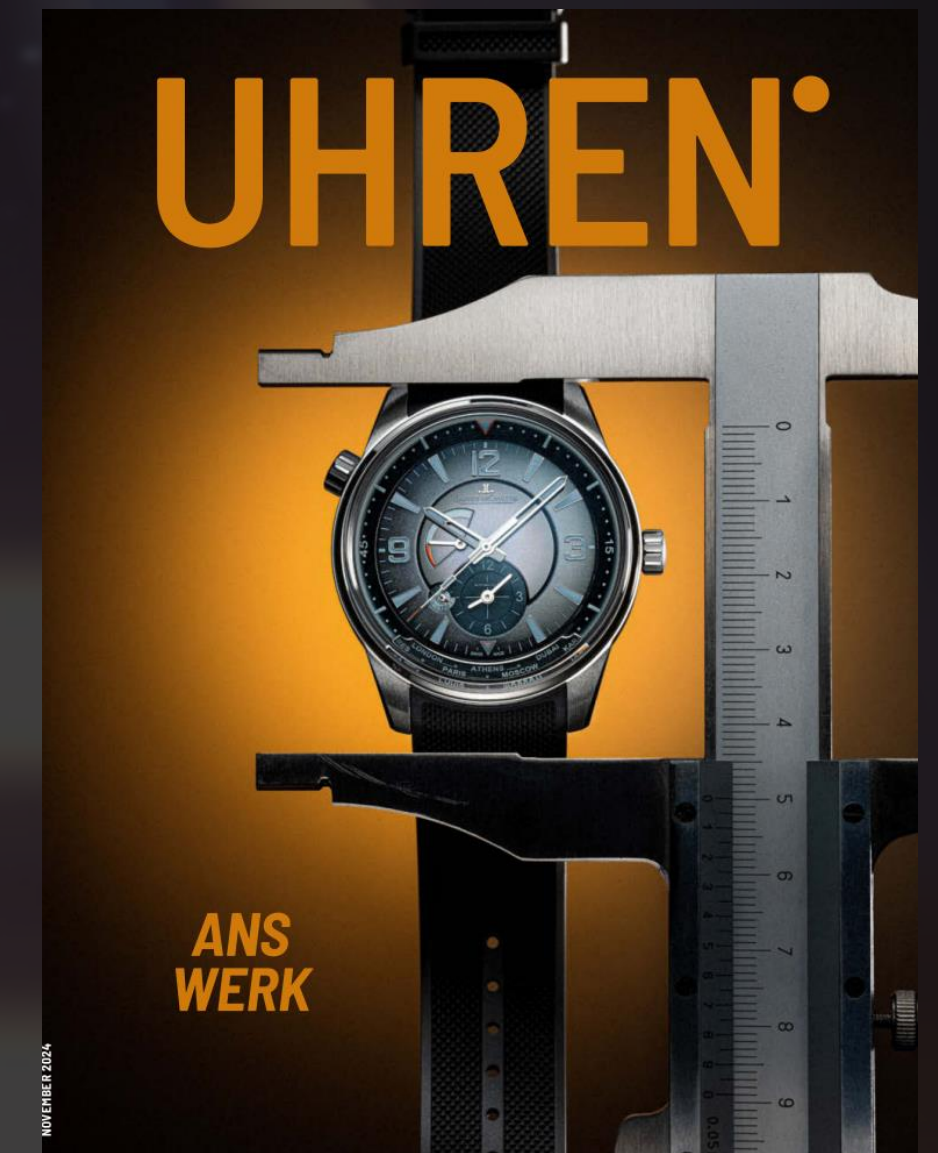
UHREN ist das exklusive Magazin der ICON Group für Uhrenliebhaber, Kenner und Sammler und positioniert sich als stilprägendes Leitmedium für die Uhrenbranche im Luxussegment.

Unter der redaktionellen Leitung von Dr. Philip Cassier widmet sich das Magazin nicht nur der Tradition und der technischen Innovation, sondern auch den Menschen, die hinter den Marken und in den Ateliers eine wichtige Rolle spielen.

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

UHREN 2x im Jahr (Sa. + So.)

ET: 02./03.05.2026 und 14./15.11.2026



REDAKTIONELLE ELEMENTE

ZEITFENSTER

PRIVAT MIT MADEMOISELLE
Madelinetage, die sich mit Uhren beschäftigen, haben bei der Firmenebene eine gewisse Bedeutung. Einmal im Jahr, wenn es um den Jahresabschluss geht, wird ein spezielles Event organisiert. Madeline, die Tochter des Firmenchefs, ist dabei immer mit einem besonderen Geschenk anwesend. Das Geschenk ist ein Uhrwerk, das sie selbst entworfen hat. Es ist ein Meisterwerk der Uhrentechnik, das sie in Zusammenarbeit mit einem der besten Uhrmacher der Welt entwickelt hat. Das Uhrwerk ist nicht nur ein Kunstwerk, sondern auch ein Dokument der Firmengeschichte. Es zeigt die Entwicklung der Uhrentechnik über die Jahre hinweg und ist ein Beweis für die Leidenschaft und das Engagement der Madelinetage für ihre Arbeit.



SIE LÄUFT UND LÄUFT UND LÄUFT
Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.



BESTENS GESTIMMT
In dem Moment, in dem die Uhr beginnt zu ticken, ist es als ob die Zeit stehen bleibt. Die Uhr ist ein Meisterwerk der Uhrentechnik, das die Zeit in Sekundenbruchteilen misst. Die Uhr ist ein Meisterwerk der Uhrentechnik, das die Zeit in Sekundenbruchteilen misst. Die Uhr ist ein Meisterwerk der Uhrentechnik, das die Zeit in Sekundenbruchteilen misst.



INHALT

20 LIFTING - ABER RICHTIG
Schön, dass ihr wieder da seid - vier tolle Uhren mit einem Gesicht

24 WATCHES, WONDERS AND MORE
Der Einstieg durch die Uhrmacher mit besonderen Geschichten

22 WIE NEU, NUR BESSER
Ein Gespräch über den Austausch mit dem Alter und die Uhrmacher

26 WO DIE SIND, IST OBEN
Zwei Herren gestalten die Zukunft der Uhren

28 JAHRE DURCH SAN FRANCISCO
Ursprung, Leidenschaft und die Uhrmacher in der Stadt

30 ECHTE WERKHEIT
Was ist ein echtes Uhrwerk? Ein Gespräch mit einem Meister

34 VÖLLIG LOSGELÖST
Faszination für die Uhrmacher und die Uhr

48 HARBURG AM ARM
Jan Lehmhus hat sich die Uhrmacherwelt erobert

47 AUF DER PIRCH
Alexander Stücken über drei Uhren, die Sammler begeistern

48 TEPFEL
Was passiert, wenn Richard Mills und Ferrari zusammenarbeiten?

49 WAHRE LEGENDE
200 Jahre Breitling - wie ein Uhrmacher Dinge erschuf, die die Welt nicht wollte

SCENE

GELUNGENE INTEGRATION
Der Begriff der Integration, den in der Uhren-Welt alle die Kettler führen, die selbst eine kleine Welt bauen, bedeutet vor allem ein Zusammenspiel von verschiedenen Disziplinen. Es geht um die Integration von Kunst, Technik und Wissenschaft. Es geht um die Integration von Tradition und Innovation. Es geht um die Integration von Handwerk und Design. Es geht um die Integration von Leidenschaft und Professionalität. Es geht um die Integration von Leidenschaft und Professionalität.



NEUE RÖLLE
Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.



JÄGER & SAMMLER

DREI FÜR MORGEN

Welche Uhren sind derzeit besonders begehrtestenswert? Unser Kolonist Alexander Stücken kommt den Markt ganz genau. Hier schreibt er, wann es momentan Ausschau hält



von Ines: Die Top-Comps am Universal Geneser sind für Uhrmacher eine echte Legende. Die neue Folge Kolonist von 1967 geht auf eine Geschichte von drei Jahren zurück. Seit dem Herbst von 1967 hat jeder Uhrenliebhaber seinen eigenen Jäger & Sammler. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.



REPORT

GUTE WERKE

Bei aller Bedeutung des Designs kaufen Kenner Uhren noch immer für das, was im Gehäuse arbeitet. Doch echte Innovationen sind gerade bei den Werken schwer zu finden. Jan Lehmhus hat sich detaillierter umgesehen - und weiß nun, was die Entwickler derzeit umtreibt



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

MECHANIK

Sollte es um Jahre oder Jahrzehnte gehen, die sich auf die Geschichte der Uhrentechnik beziehen, so wird im Jahr 2025 die 100. Geburtstag der ersten mechanischen Uhr gefeiert. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

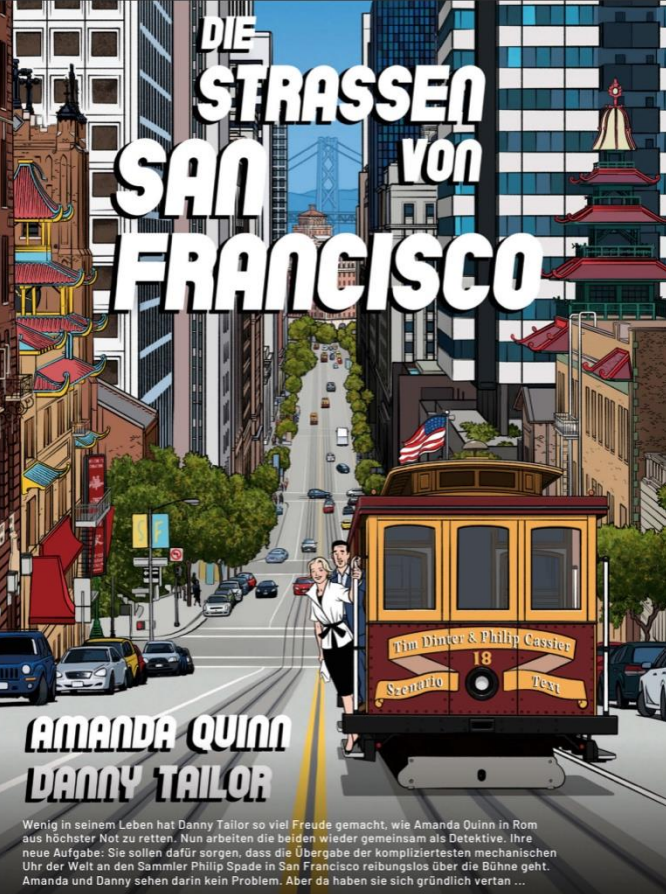


UHREN Comic

DIE STRASSEN VON SAN FRANCISCO

AMANDA QUINN DANNY TAILOR

Wenn in seinem Leben hat Danny Taylor so viel Freude gemacht, wie Amanda Quinn in ihm. Am liebsten hat er sie in der Werkstatt gesehen, wo sie an den Uhren arbeitet. Sie ist eine Meisterin der Uhrentechnik, die die Zeit in Sekundenbruchteilen misst. Sie ist eine Meisterin der Uhrentechnik, die die Zeit in Sekundenbruchteilen misst. Sie ist eine Meisterin der Uhrentechnik, die die Zeit in Sekundenbruchteilen misst.



UHREN

DIE UHREN VON AMANDA, DANNY & CO.

Chopard **Reisepocketwatch und Perpetuum mobile** der 18. Klasse der Diamant- und Edelstein-uhren. 77 Karat Diamant besitzt. Approximativ wird es zu einem weltberühmten Werk mit Handarbeit, 80.000 Euro

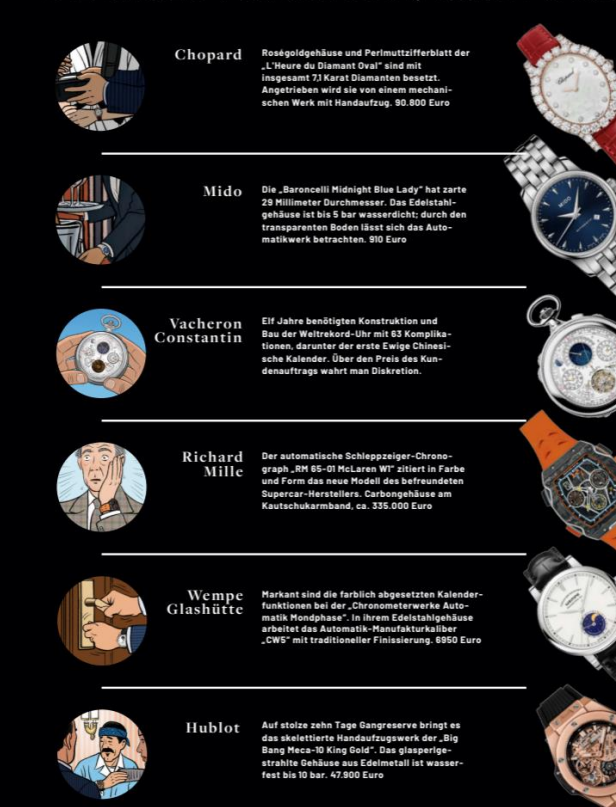
Mido **Die „Barometer Midnight Blue Lady“** hat einen 39 Millimeter Durchmesser. Das Edelstahlgehäuse ist mit 18 Karat Gold beschichtet. Das strapazierfähige Lederband ist aus dem Schweizer Bogenholz gefertigt. 300 Euro

Vacheron Constantin **Ein Jahre lang beständiges Konstruktionswerk** ist die „Calatrava“ der Vacheron Constantin. Derzeit der erste Vacheron Constantin-Kalender. Über den Preis des Konstruktionswerks wird nicht berichtet.

Richard Mille **Der internationale Dichtungs-Kalender-Chronograph** RM 68-01 mit einem 47 Millimeter Durchmesser. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt.

Wempe Glashütte **Markant sind die farblich abgesetzten Kalenderfenster** der „1888“ der Wempe Glashütte. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt.

Hublot **Auf einem Jahr 2000 Superregulator** bringt es das „Ultimate Regulator“ der Hublot. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt. Das Gehäuse ist aus Titan gefertigt.



Zeitfenster Heftinhalt Rubrik „Jäger & Sammler“ Mechanik UHREN Comic

Lindner „John Chrono“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl
14.000 Euro, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Technik in mechanischen Uhren wurde vor Jahrhunderten erfunden - aber erst in der letzten Zeit hat sie sich wirklich in futuristischen Spielzeugen wie unsere Modelle sogar besonders stark. Blicken wir doch einfach mal nach vorn.

OUT OF SPACE

ARTWORK: LUNA SINIC

John Phillip „Alexander Reflector“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

John Phillip „Alexander Reflector“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

John Phillip „Alexander Reflector“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

John Phillip „Alexander Reflector“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

John Phillip „Alexander Reflector“ Automaten, Gehäuse aus Titan und Stahl, 14.000 Euro



Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert. Die Uhren sind heute nicht nur ein Accessoire, sondern auch ein Statement. Sie zeigen die Persönlichkeit des Trägers und sind ein Beweis für den Reichtum und den Erfolg. Die Uhrenindustrie hat sich über die Jahre hinweg verändert und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Modeindustrie.

Editorial Shooting

REDAKTIONSLEITUNG UND FREIE AUTOREN



DR. PHILIP CASSIER

MITGLIED DER CHEFREDAKTION UHREN
SENIOR EDITOR ICON GROUP



SARA KRÜGER

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
ICON GROUP

JAN LEHMHAUS

Freier Autor

ALEXANDER STILCKEN

Freier Autor

TERMINE

AUSGABE	ET	VORGEZOGENER AS*	AS	DU
UHREN I	02./03.05.2026	02.03.2026	23.03.2026	13.04.2026
UHREN II	14./15.11.2026	14.09.2026	05.10.2026	19.10.2026

*AS für Premiumpplatzierungen,

FORMATE UND PREISE

ANZEIGEN	FORMAT	ANZEIGENPREISE
2/1 Seite	510 mm Breite x 335 mm Höhe*	53.600,00 €
1/1 Seite	255 mm Breite x 335 mm Höhe*	32.400,00 €
1/3 Seite hoch*	94 mm Breite x 335mm Höhe*	Auf Anfrage
Vorzugsplatzierungen		
Opening Spread	2. Umschlagseite + Seite 3	67.000,00 €
1. DPS im Innenteil	510 mm Breite x 335 mm Höhe*	59.000,00 €
Against Editorial	Linke Seite neben Editorial	39.000,00 €
Facing Table of Content I (FTC I)	Linke Seite neben Inhalt	38.500,00 €
Facing Table of Content II (FTC II)	Linke Seite neben Inhalt II	37.800,00 €
Umschlagseiten	3. Umschlagseite (IBC)	35.200,00 €
	4. Umschlagseite (OBC)	43.800,00 €
Innenseiten	1. rechte Seite	38.500,00 €
	2. rechte Seite	37.800,00 €

*plus 5 mm Beschnitt umlaufend

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

Vorbehaltlich Änderungen / Stand November 2024 / Ad Specials sind nicht rabattnehmend, jedoch AE-fähig, Ad Special Aufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines verbindlichen Musters des Ad Specials und dessen Rückbestätigung bindend. Technische Kosten sind weder rabatt- noch AE-fähig.



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 53.600 € zzgl. Kreativkosten (tba.)*

1/1 Seite 32.400 € zzgl. Kreativkosten (tba.)*

Auf Anfrage größere Strecken und weitere Sonderwerbformate möglich.

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

ANZEIGE
ANZEIGE

Die Erfolgsgeschichte des Schweizer Luxusuhrenherstellers Audemars Piguet, der in Le Brassus Scheiterte, aber zu der ganzen Welt zu Hause ist, beginnt 1875. Eine Geschichte, in der Zeit keine Rolle zu spielen scheint, in den vergangenen Jahren überschreibt das Schweizer Unternehmen sowohl technische als auch ästhetische Grenzen, um immer anspruchsvollere Mechanismen zu fertigen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen, denn die Marke Audemars Piguet zählt zu den größten Icons der Schweizer Haute Horlogerie. Bis heute gelten die exklusiven Modelle – allen voran die 1972 erstmals vorgestellte „Royal Oak“, der Bestseller im Portfolio – als Zeitschere, bei denen Tradition und Innovation in einem Atemzug genannt werden können. Verantwortlich für das ikonischste Design ist der legendäre Uhrmacher Gerald Genta. 15. April 1972 – die Geburtsstunde des noch nie Dagewesenen: eine achteckige Linierte, ein von acht sichtbaren Schrauben durchbohrtes Gehäuse in Tonneau-Form, eine sichere Dichtung, durch die die Funktion der Wasserdichtigkeit gewahrt wird, ein Armband, das an die Facetten eines Diamanten erinnert, und schließlich Stahl. Die Ästhetik der Royal Oak wurde durch zahlreiche Einflüsse geprägt. Sie knüpfte an die Audemars Piguet-Uhren der 30er- bis 60er-Jahre mit ihrem aufgewinkelten Design an und griff auf die Entwicklungen der zeitgenössischen Architektur der 60er- bis 70er-Jahre zurück. Sie war Teil eines kulturellen Aufbruchs, der die Welt der zeitgenössischen Kunst, Architektur und Musik erfasste. Eines ist klar: Die Royal Oak ist mehr als eine Uhr. Sie ist ein Objekt des Designs und der Kultur, ein Symbol ihrer Zeit. Entstanden mitten in einer tiefgreifenden kulturellen und künstlerischen Revolution zu Beginn

Die Royal Oak brach mittels Optik und edler Verarbeitung von Stahl bisherige Konventionen. Hier zu sehen in einer Anzeige in DER SPIEGEL, 1976 mit dem ersten Modell von 1972, designt von Gerald Genta, und der Damenuhr, entworfen von Jacqueline Dimier. Damals wie heute war die Royal Oak eine Uhr, die mit ihrem Design gesellschaftliche Strömungen sowie die Kunst und Kultur der jeweiligen Zeit widerspiegelt.

Die Royal Oak feiert ihren 50. Geburtstag und zeigt par excellence, wie die hohe Uhrmacherkunst geprägt ist durch die Einflüsse ihrer Zeit.

Ebenfalls besonders war das übergroße Gehäuse von 39 Millimetern. Zu dieser Zeit waren kleine Uhren aus Gold die Handstücke von Frauen und Männern. Karren im Luxussegment ist laut Gerald Genta auf die Inspiration einer Taschenuhrenkonstruktion, in welcher Schrauben den Helm mit dem Untertitel der Ausrüstung sichern, zurückzuführen. Wenn sich eine Konstruktion eines Menschen von Wasser isolieren kann, wird sie daselbst für eine Uhr sein. Das Designelement der Schrauben dient als starkes Symbol. Es erinnert daran, dass ihr Erscheinen 1972 ein Akt des Aufbruchs war, ein Manifest, das mechanische Widerstandsfähigkeit, Technik und Affinität ausdrückte.

Ebenfalls besonders war das übergroße Gehäuse von 39 Millimetern. Zu dieser Zeit waren kleine Uhren aus Gold die Handstücke von Frauen und Männern. Karren im Luxussegment ist laut Gerald Genta auf die Inspiration einer Taschenuhrenkonstruktion, in welcher Schrauben den Helm mit dem Untertitel der Ausrüstung sichern, zurückzuführen. Wenn sich eine Konstruktion eines Menschen von Wasser isolieren kann, wird sie daselbst für eine Uhr sein. Das Designelement der Schrauben dient als starkes Symbol. Es erinnert daran, dass ihr Erscheinen 1972 ein Akt des Aufbruchs war, ein Manifest, das mechanische Widerstandsfähigkeit, Technik und Affinität ausdrückte.

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 53.600 € zzgl. Kreativkosten (tba.) & Produktionskosten laut Aufwand*
- 1/1 Seite 32.400 € zzgl. Kreativkosten (tba.) & 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.



Beispielvisualisierung ICON

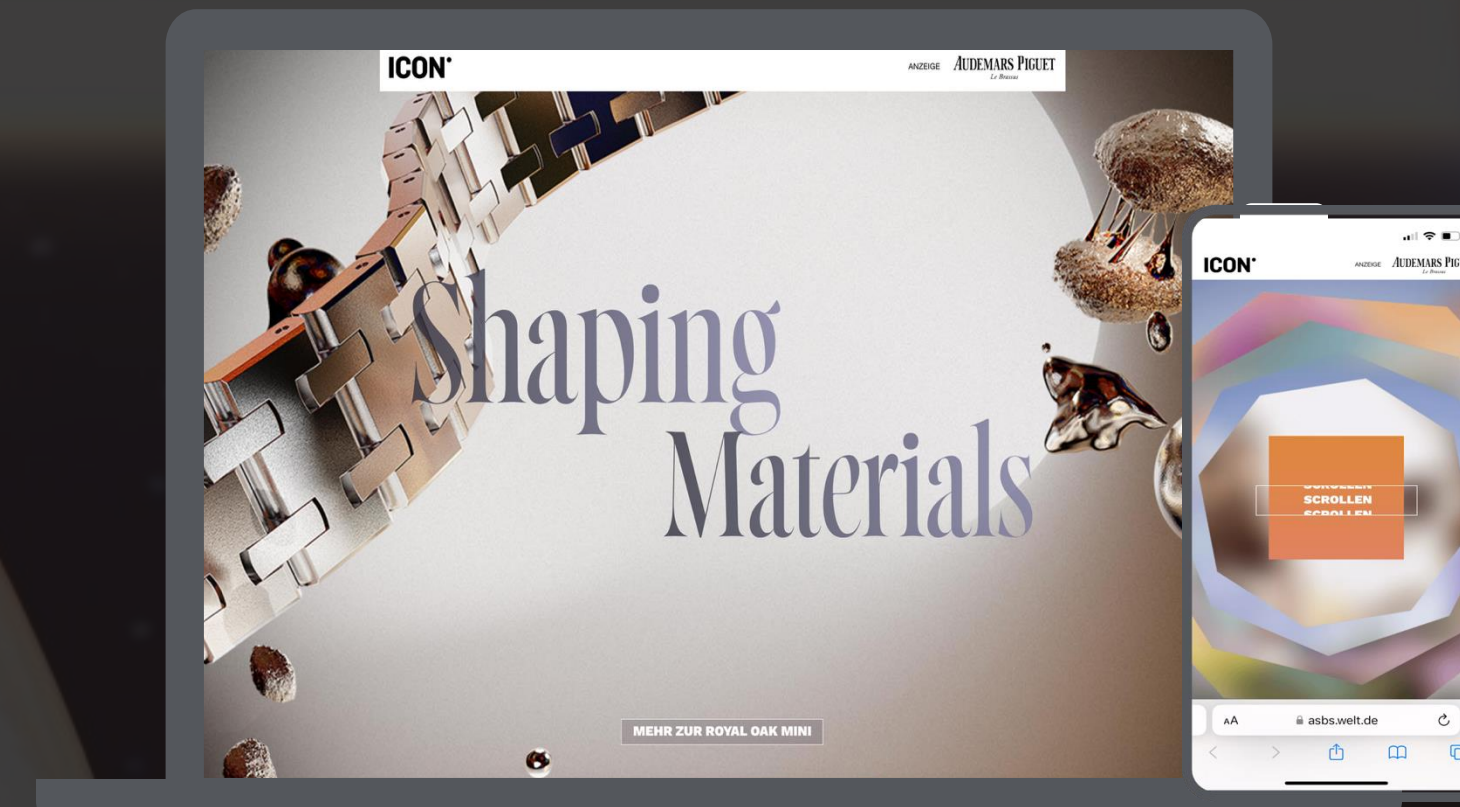
INTERACTIVE BRAND STORY

Eine crossmediale, fantasievolle und spannende Inszenierung, die zum Staunen und Entdecken einlädt.

Von der Konzeption der inhaltlichen und optischen Idee, über das Shooting, der Testimonial-Akquise und der finalen Umsetzung der Story wird alles aus einer Hand über ICON ausgeführt.

Print: Brand Story in UHREN oder ICON 2/1 Seite möglich

Digital: Brand Story auf iconmagazine mit mehreren über CGI animierte, bildgewaltige Welten, mobil & stationär ausgespielt



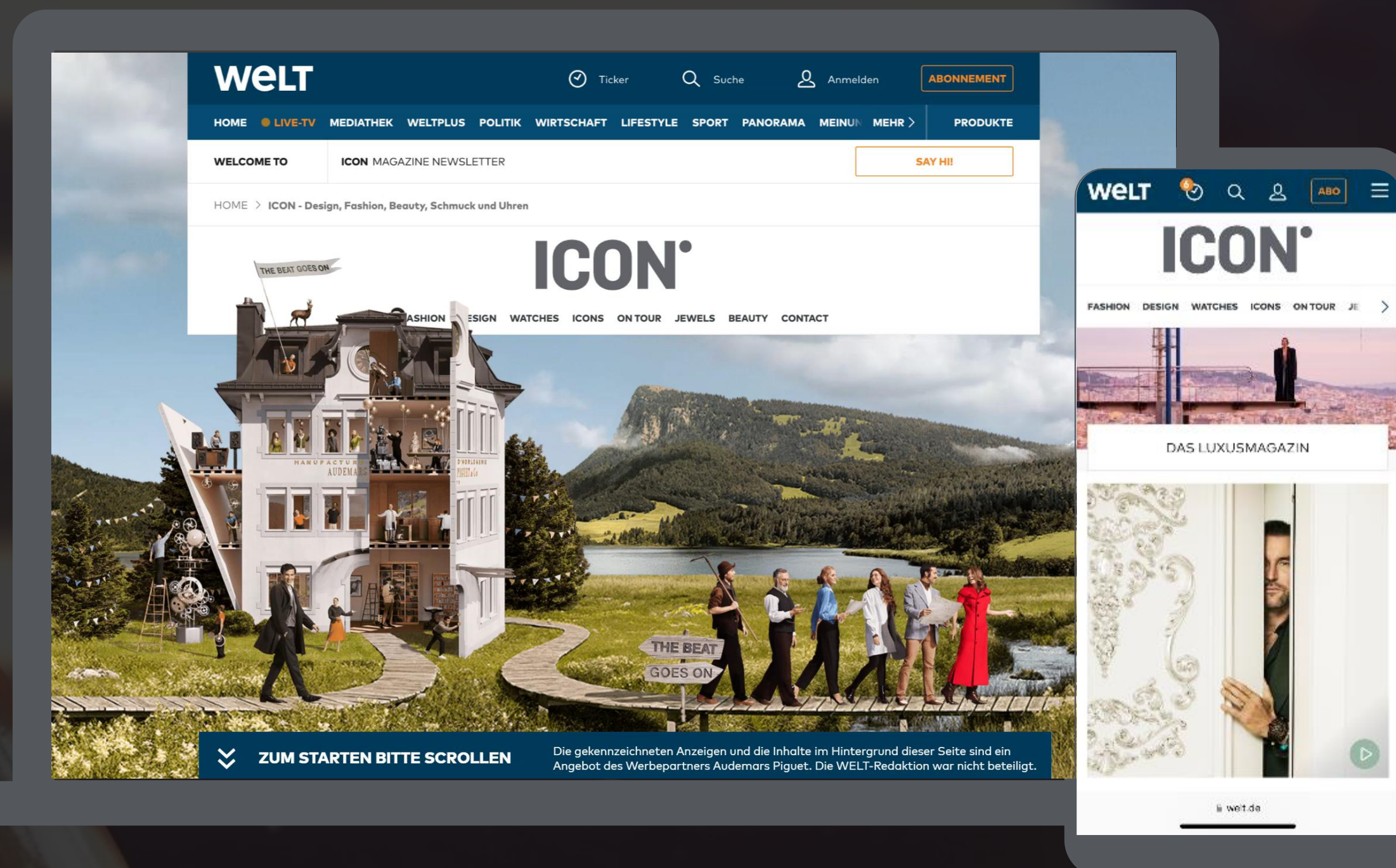
ICONMAGAZINE DIGITAL

Watches Channel verfügbar.

iconmagazine ist die digitale Destination auf WELT.de für seine luxus-orientierte Zielgruppe mit hoher Affinität zu Stil, Eleganz und Exklusivität.

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

Vom exklusiven ICON Takeover bis hin zu nativen Einbindungen, sind die verschiedensten Einbindungsformen möglich.



➔ Social Media

➔ Advertorial & Branded Content

TECHNISCHE DATEN

Format	1/1 Seite B x H: 255 mm x 335 mm 2/1 Seite B x H: 510 x 335 mm
Druckverfahren	Umschlag: Bogenoffset / Inhalt: Tiefdruck
Papier	Umschlag: 250g/m2 Bilderdruck matt Inhalt: 65g/m2 Kabel Terrapress G
Auflösung	300 dpi
Beschnittzugabe	5 mm umlaufend
Verarbeitung	Klammerbindung
ICC-Profil	Umschlag: ISOcoated v2 300% Inhalt: PSR LWC PLUS V2 M1
Farben	CMYK 4/4
Datenformat	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

Lieferadresse DU

<http://www.duon-portal.de>
apdtp-berlin@axelspringer.de
<https://transfer.axelspringer.de>

UHREN'

CAROLA CURIO

Publisher ICON Group

+49 151 54331679

carola.curio@axelspringer.com

Hamburg

ELIETTE-NABILA KORTE

Senior Brand Manager

+49 151 150 89 550

eliette-nabila.korte@axelspringer.com

Berlin

hello.icon@axelspringer.com

Media Impact GmbH & Co. KG | ICON Group | Zimmerstraße 50 | 10117 Berlin

www.iconmagazine.de | www.mediaimpact.de

www.mediaimpact.de

www.iconmagazine.de

Verlag: Axel Springer Deutschland GmbH, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin

Bildrechte: Luna Simic

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)

ICON & UHREN FRIENDS

Gemeinsam mit Bucherer lud ICON im September 2025 eine handverlesene Anzahl exklusiver Community-Mitglieder zu einem außergewöhnlichen Dinner-Erlebnis in den Store in Frankfurt ein.

Im Gespräch mit ICON Senior Editor Dr. Philip Cassier brachte Olivier Gantenbein, Global Associate Director Haute Horlogerie, das gerade lancierte "Masterworks"- Konzept eindrucksvoll zum Leben. Das elegante Event umfasste Begrüßung & Cocktail durch die Boutiqueleitung gefolgt von einer Einführung in die Idee hinter dem Konzept. Anschließend wurden vier Menü-Gänge serviert – jeder begleitet von der Präsentation einer besonderen Uhrenkategorie.

ICON- und UHREN-Leser sowie Follower hatten im Vorfeld die Möglichkeit, sich zu bewerben, sich kurz vorzustellen und ihre persönliche Leidenschaft für Luxusuhren zu teilen.

