

UHREN

MEDIA DATA 2026

Status: 10/25, valid from January 1, 2026



UHREN 2026

Introduction	p. 3
Editorial elements	p. 4
Editorial team & authors	p. 5
Dates	p. 6
Advertisements & formats	p. 7
Ad specials	S. 8
Print advertorial	p. 9
Print branded content	p. 10
Interactive Brand Story	p. 11
Technical data	p. 12
UHREN & ICON Digital	p. 13
Contact	p. 14
Best cases Supplements & Covergatefold	p. 15-16
Best case Events	p. 17



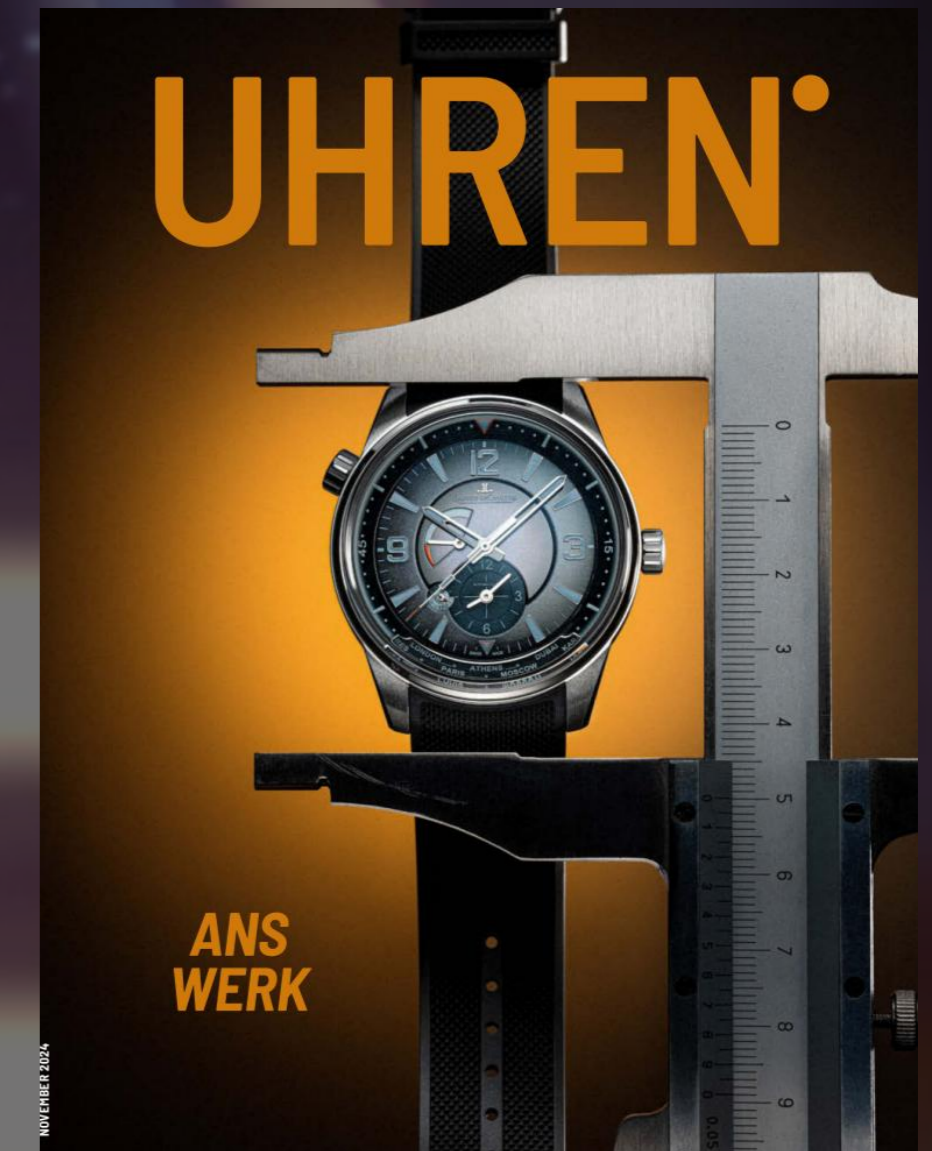
UHREN

UHREN is the exclusive magazine of the ICON Group for watch enthusiasts, connoisseurs, and collectors, positioning itself as a style-defining leading medium for the luxury watch industry.

Under the editorial direction of Dr. Philip Cassier, the magazine focuses not only on tradition and technical innovation, but also on the people who play an important role behind the brands and in the workshops.

Print run: 150,000 copies
(distributed in domestic subscriptions and domestic EV)

ET: May 2/3, 2026
and November 14/15, 2026
UHREN twice a year (Sat. + Sun.)



EDITORIAL TEAM AND FREELANCE WRITERS



DR. PHILIP CASSIER

MEMBER OF THE EDITORIAL BOARD
WATCHES SENIOR EDITOR ICON GROUP



SARA KRÜGER

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
ICON GROUP

JAN LEHMHAUS

Freelance Author

ALEXANDER STILCKEN

Freelance Author

DATES

ISSUE	PUBLICATION DATE	ADVANCED AD*	ADVERTISING DEADLINE	PRINT MATERIAL DEADLINE
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 for premium placements

FORMATS AND PRICES

AD

2/1 double page spread

1/1 single page

1/3 page portrait*

Premium placements

Opening Spread

1st double page inside

Against Editorial

Facing Table of Content (FTC)

Facing Table of Content II (FTC II)

Cover page

Premium single page

*plus 5 mm bleed all around

FORMAT

510 mm x 335 mm

255 mm x 335 mm

94 mm x 335mm

2nd cover page + page 3

510 mm x 335 mm

Left hand side against editorial

Left hand side against Table of
ContentLeft hand side against Table of
Content II

3rd cover page (IBC)

4th cover page (OBC)

1st right hand page

2nd right hand page

GROSS RATES

53,600.00 €

32,400.00 €

on request

67,000.00 €

59,000.00 €

39,000.00 €

38,500.00 €

37,800.00 €

35,200.00 €

43,800.00 €

38,500.00 €

37,800.00 €

Subject to change, all prices in euros plus VAT, *subformats only by arrangement/availability, **plus technical costs on request, general terms and conditions. Advertising orders are executed in accordance with our general terms and conditions for newspapers, the additional terms and conditions of the respective title, and the general terms and conditions for advertising orders in online media. Our complete general terms and conditions can be found at www.mediaimpact.de/de/agb.

AD SPECIALS

Special advertising materials for special occasions.

Whether classic or advertorial, we can handle (almost) all types of advertisements. For example, a fold-out insert can be placed prominently in the middle of the magazine. The thicker paper means that the magazine is opened at this point first.

8-, 6-, or 4-page fold-out insert?

Cover gatefold? Click here to see our best cases:

Best Case Supplement

Best Case Covergatefold

Subject to change / Status October 2025 / Ad specials are not eligible for discounts but are eligible for AE. Ad special orders are only binding for the publisher after submission of a binding sample of the ad special and its reconfirmation. Technical costs are not eligible for discounts or AE.



ADVERTORIAL

Advertorials are advertisements with an editorial look and feel. These are created individually for the customer in the look and feel of UHREN. Implementation takes place after the customer briefing in close consultation with the customer.

With supplied material (image & text)

Gross price advertorial:

2/1 page €53,600 plus creative costs (tbd.)*

1/1 page €32,400 plus creative costs (tbd.)*

Larger spreads and other special advertising formats are available on request.

No creative costs apply for advertorials delivered ready-made. Motif approval by the publisher is required. Creative costs include concept, text, and layout. Advertorials are marked with the word "ADVERTISEMENT"

ANZEIGE

Die Erfolgsgeschichte des Schweizer Luxusuhrenherstellers Audemars Piguet, der in Le Brassus heimisch ist, beginnt 1875. Eine Geschichte, in der Zeit keine Rolle zu spielen scheint. In den vergangenen Jahren überschritt 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 Zeitschmerz, bei dem Tradition und Innovation in einem Atemzug genannt werden können. Verantwortlich für das ikonische Design ist der legendäre Uhrmacher Gérald Genta. 15. April 1972 – die Geburtsstunde des noch nie Dagewesenen: eine achteckige Linette, ein von acht stabilen 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

der schwersten Krise der Schweizer Uhrenindustrie – ausgelöst durch die Quarzkrisis, die durch die Finanz- und Ölkrise noch verschärft wurde. Die erste Sportuhr aus Stahl im Luxussegment ist laut Gérald Genta auf die Inspiration einer Taucherglocke zurückzuführen, in welcher Schrauben den Helm mit dem Unterteil der Ausrüstung sichern, zurückzuführen. Wenn sich eine Konstruktion eines Menschen von Wasser isolieren kann, wird sie dieselbe 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 zierten kleine Uhren aus Gold die Handtaschen von Frauen und Männern. Kurzum: Die Royal Oak war eine Revolution. Und der Name, wuchtig und voller Geschichte, ist Programm: In einer Ära verstrickte sich der englische König Karl II. im Jahr 1651 während der Schlacht von Worcester. Später wurde der Name von der Royal Navy für Schiffschiffe übernommen. Die Legende dieser britischen Kriegsflootte „Royal Oak“ aus dem 19. Jahrhundert ist der Name des heutigen Bestellers entstanden. Ziel war es, ein Modell zu entwickeln, das sowohl sport-

lich als auch elegant und sowohl für den Abend als auch für die täglichen Aktivitäten des modernen Mannes geeignet war. Entstanden ist eine Ikone in einem unverwechselbaren Look, im avantgardistischen Stil, der seither ein Markenzeichen der Manufaktur ist. Viele Trendsetter entdeckten das Potenzial der Uhr und so wurde die Royal Oak zum Verkaufsschlager. Zum zwanzigsten Jubiläum (1993) eröffnete die Marke Audemars Piguet eine moderne und zeitgemäße Interpretation des Klassikers: die „Royal Oak Offshore“ – einen hellen Chronographen. 11 Jahre dem Design nach der damals erst 22-jährige Emmanuel Geste, der die Royal Oak komplett neu interpretierte und mit einer 42-mm-Große die Tore für überdimensionale Uhren weit öffnete. Die Ära der Übergrößen wurde eingeleitet. 1990 stand unter dem Motto: „Mehr ist mehr!“ und für die Mode und überdimensionale Kunst dieser Zeit galt: „Alles ist verfügbar.“ In der Haute Horlogerie der Royal Oak spiegelt sich diese kulturelle Entwicklung in imposanten und selbstbewussten Objekten wider. Ähnlich wie beim Klassiker darunter es bei der Royal Oak Offshore, bis sich die „Beast“, wie sie von Sammlern genannt wird, am Markt durchsetzte. Heute gibt es von der Royal Oak Offshore zahlreiche Varianten. Ihr Erscheinungsbild ist von unterschiedlichen Materialien geprägt, wie z. B. geschmiedetem Karbon. Von 1992 bis 2009 wurden mehrere „Jumbo“-Modelle mit dem extrahalen Kaliber 2121 in Serie eingeführt. Anfang der 2000er-Jahre kamen die

44-Millimeter-Modelle der Royal Oak Offshore dazu. Bei der neuen Generation der Royal Oak Offshore wurde das Design von Gehäuse und Zifferblatt weiterentwickelt, um eine optimale Ästhetik und Ergonomie zu gewährleisten. Beim Material kann zwischen Edelstahl, Titan und 18 Karat Rosegold gewählt werden. Anlässlich des 25. Geburtstags der Offshore im Jahr 2018 stellte Audemars Piguet eine Re-Edition sowie eine limitierte Jubiläumsgabe des ersten Royal Oak Offshore-Chronographen vor. Neueste Präzisionstechniken, Fortschritte in der Mikroelektronik und neuartige Materialien aus der Weltraum-, Medizin- und Energietechnik nahmen und nehmen bis heute Einfluss auf die Weiterentwicklung der Uhren im Hause Audemars Piguet. Besonders die „Royal Oak Concept“ dient seit 2002 als gelungenes Experimentierfeld. Hightech-Materialien sowie ein Blick auf das hochmoderne Uhrwerk im Inneren machen sie zu etwas ganz Besonderem. 2022 wird der runde Geburtstag der Royal Oak mit diversen Sondereditionen und neuen Modellen gefeiert. Ein Highlight ist sicherlich die erstmals offen gestaltete, skulpturierte Uhr mit fliegenden Tourbillon. Aber auch feine, schlanke Modelle der Royal Oak sowie wackelige, late und zum Teil mit Diamanten besetzte Modelle der Offshore-Reihe sind als Liebhaberstücke zu sehen und werden Sammler begeistern. Danach wie heute ist die Royal Oak-Familie die Verbindung zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

ANZEIGE

1892 Audemars Piguet ist Pionier der Minutenvorgabens-Armbanduhr.

1921 sorgt das Haus AP gleich für zwei Neuerungen: zum einen mit der faszinierenden Taschenuhr aller Zeiten mit einem Uhrwerk von nur 1,32 mm Höhe und zum anderen mit einer Alternative zur klassischen analogen Armbanduhr. Der ersten Uhr mit digitaler Zeitabgabe und einer springenden Stunde.

1972 Die Geburtsstunde der „Royal Oak“, einer Ikone der Uhrenwelt. Das ursprüngliche Design überstand die Jahrzehnte und wird noch heute unverändert in der Uhrenkollektion präsentiert. Kurzum: ein großartiges Jahr, um „königlich“ zu werden.

1993 Zum 20-jährigen Jubiläum der Royal Oak lanciert Audemars Piguet eine Luxusuhr mit einem 42-mm-Gehäuse: die „Royal Oak Offshore“. Die beliebte Variante der Ikone bringt viele verschobene und in limitierter Auflage hergestellte Sondereditionen hervor.

2002 Dreibiß Jahre Royal Oak waren für die Manufaktur ein Anlass, um dem Leadermodell ein Update zu verpassen: die innovative Royal Oak „Concept“. Das Gehäuse und das Werk bestehen aus neuartigen Materialien aus der Weltraum-, Medizin- und Energietechnik.

2021 Eröffnung des brandneuen Musée Atelier Audemars Piguet. Das Museum in der AP Heimat Le Brassus bringt die Vergangenheit, die Gegenwart und die Zukunft des visionären Hauses in Einklang.

2022 Das 50. Jubiläum der Royal Oak feiert Audemars Piguet u. a. mit einem brandneuen Timepiece. Die neue edelstahlene Royal Oak „Jumbo“ mit Automatikwerk erscheint im ersten Halbjahr.

DIE KULTUR EINER UHR

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

Royal Oak 50th anniversary

Sample visualization WATCHES | 2022

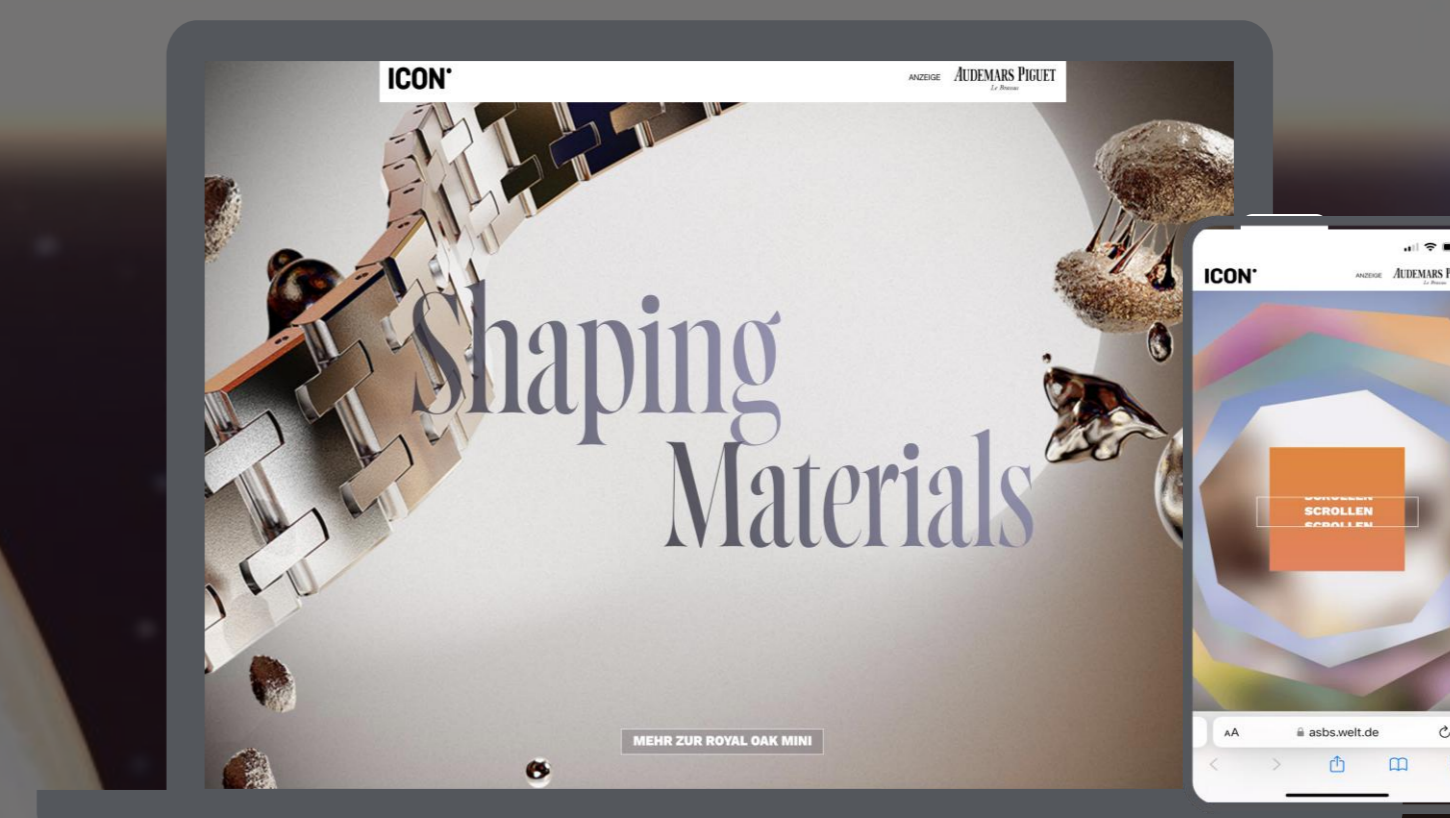
INTERACTIVE BRAND STORY

A cross-media, imaginative, and exciting production that invites you to marvel and discover.

From the conception of the content and visual idea, to the shoot, the acquisition of testimonials, and the final implementation of the story, everything is carried out by ICON from a single source.

Print: Brand story in UHREN or ICON 2/1 page possible

Digital: Brand story on iconmagazine with several visually stunning worlds animated via CGI, played out on mobile and stationary devices



TECHNICAL DATA

Format	1/1 page W x H: 255 mm x 335 mm 2/1 page W x H: 510 x 335 mm
Printing process	Cover: sheetfed offset / Contents: gravure printing
Paper	Cover: 150 g/m ² matt art paper Contents: 65 g/m ² UPM Ultra G.
Resolution	300 dpi
Bleed allowance	5 mm all around
Processing	Staple binding
ICC-profile	Cover: ISOcoated v2 300% Contents: PSR LWC PLUS V2 M1
Colors	CMYK 4/4
Data format	PDF/X-1a, PDF/X-3, PDF/X-4

Delivery address Proofs

Planning and advertising
management
Axel Springer Germany GmbH
Zimmerstraße 50
10117 Berlin
c/o Schützenstraße 15-17
10117 Berlin

Delivery address DU

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

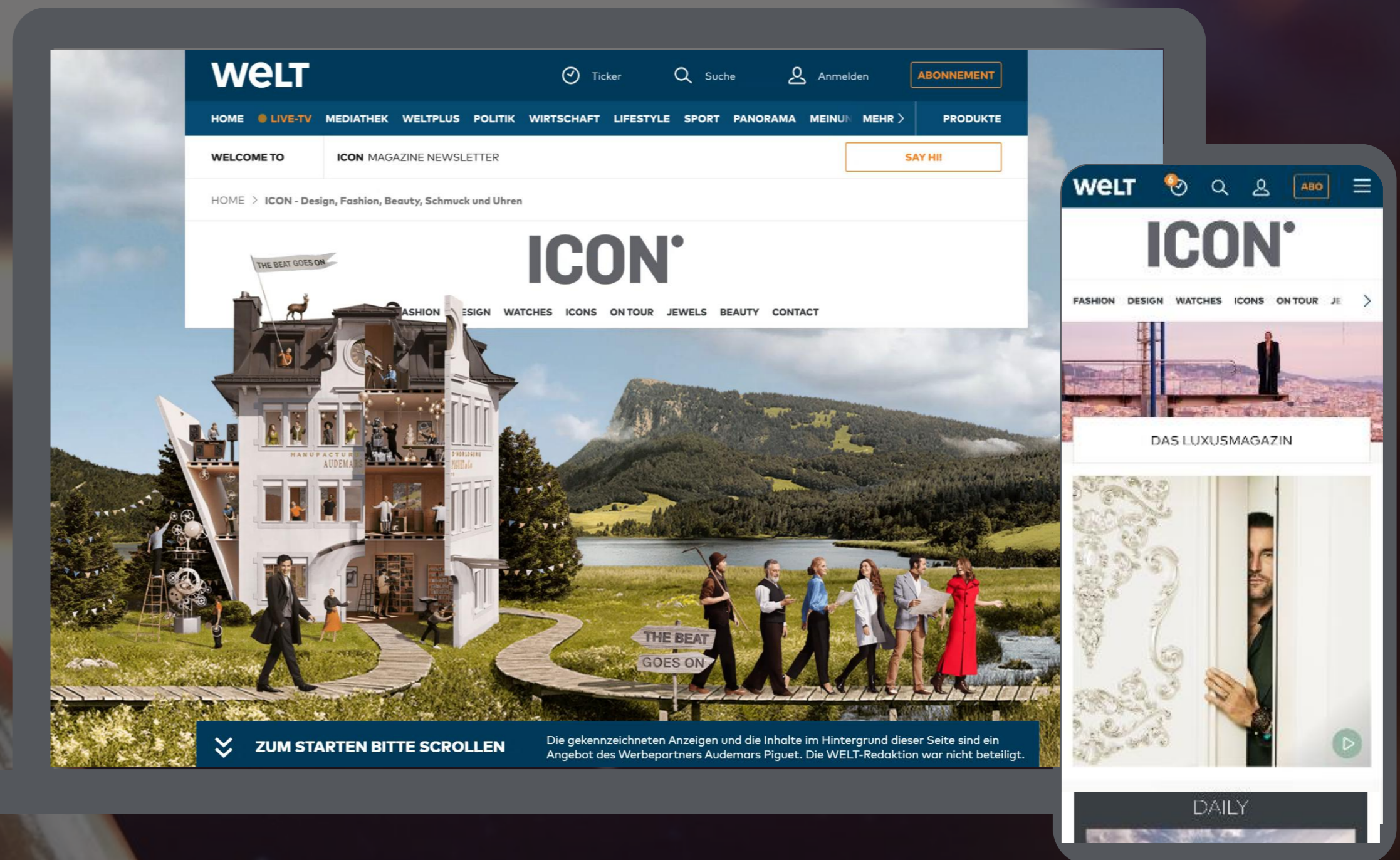
ICONMAGAZINE DIGITAL

Watches Channel available

iconmagazine is the digital destination on WELT.de for its luxury-oriented target group with a high affinity for style, elegance, and exclusivity.

As the digital counterpart to the high-class magazine ICON, the digital offering consistently focuses on the most beautiful stories from the international world of style—staged in an extraordinary and elaborate manner.

Various forms of integration are possible, from exclusive presentation of the ICON channel to native integrations.



Social Media

Advertorial
& Branded Content

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

Publisher: Axel Springer Germany GmbH, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin

Image rights: Luna Simic

COVERGATEFOLD

Fold-out and large-format, the 4-page cover gatefold:

Tag Heuer used the special advertising format of the cover gatefold to achieve maximum visibility in ICON III (April 2023) and its anniversary campaign “60 years of Carrera.”

Additional outer & inner page + opening spread (2nd US + p. 3)



Additional outside & inside pages + opening spread (2nd page + p. 3)

If a cover gatefold is booked, ICON Brand Management will cancel the reservation of the opening spread accordingly

6-PAGE SUPPLEMENT

First published in UHREN:
In the middle of the magazine, there is a 6-page insert from HUBLOT, designed by ICON with the world-famous entrepreneur Chiara Ferragni.



ICON FRIENDS

In September 2025, ICON teamed up with Bucherer to invite a select group of exclusive community members to an extraordinary dinner experience at the store in Frankfurt.

In conversation with ICON Senior Editor Dr. Philip Cassier, Olivier Gantenbein, Global Associate Director Haute Horlogerie, impressively brought the newly launched “Masterworks” concept to life.

The elegant event included a welcome and cocktail reception hosted by the boutique management, followed by an introduction to the idea behind the concept. This was followed by a four-course meal, each course accompanied by the presentation of a special category of watches.

ICON and UHREN readers and followers had the opportunity to apply in advance, introduce themselves briefly, and share their personal passion for luxury watches.

