

ICON'

DIGITAL 2024

ICON DIGITAL

Der ICON Channel ist die digitale Destination für seine luxusorientierte Zielgruppe mit hoher Affinität zu Stil, Eleganz und Exklusivität.

Die Marke ICON definiert sich übergreifend als Inspirationsquelle für eine markenaffine Community, die den journalistischen Fokus insbesondere auf Mode, Design, Schmuck und Uhren zu schätzen weiß.

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

ICON

FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS BEAUTY CONTACT

DAS LUXUSMAGAZIN

DAILY

GRAUES BÜRO TRIFFT GRÜNE LUNGE BEI PRADA

Notizen aus der Luxuswelt

News, Zitate, Bilder, Snippets finden Sie hier. Kurz, knackig, cool. Und getreu unserer Devise: Braucht man Luxus in unsicheren Zeiten? Dann erst

DIE AKTUELLE AUSGABE VON ICON

SWING TIME

Aber wir haben natürlich noch viel mehr in unserem Archiv: ICON, MrICON, UHREN.

ICON DIGITAL

FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS BEAUTY

ICON digital erscheint in folgenden Kategorien:

Fashion: Trends der Luxus- und Highend-Fashion-brands, inter- und nationale Modemarken, große Shootings, ein besonderer Fokus auf Handwerkskunst, Mode auch definiert als interkulturelle Brücke.

Design: Trends und News aus der Designbranche : ICON zeigt alles, was groß und wichtig, klein und kostbar, neu und zeitlos ist, großes handwerkliches Können und Spitzentechnologie.

Watches: Neben Traditionen, technischer Innovation und Handwerkskunst zeigt ICON hier Interviews und Geschichten mit den Menschen hinter den Brands.

Icons: Hier finden sich unsere Celebrity-Interviews wieder: Hollywood-Ikone Sharon Stone beschreibt die Veränderungen nach ihrem Schlaganfall vor 21 Jahren. Arnold Schwarzenegger berichtet von seinem Engagement für den Umweltschutz.

On Tour: Spitzen-Resorts, klassische Luxus-Hotellerie und News aus der Automobilbranche

Jewels: hier werden die atemberaubendsten Schmuckstücke und kostbarsten Kreationen der Schmuckdesigner gezeigt.

Beauty: News zu Kosmetikprodukten, Interviews mit spannenden Persönlichkeiten aus der Beauty-Branche und neue Insidermarken.

ICON GROUP PORTFOLIO

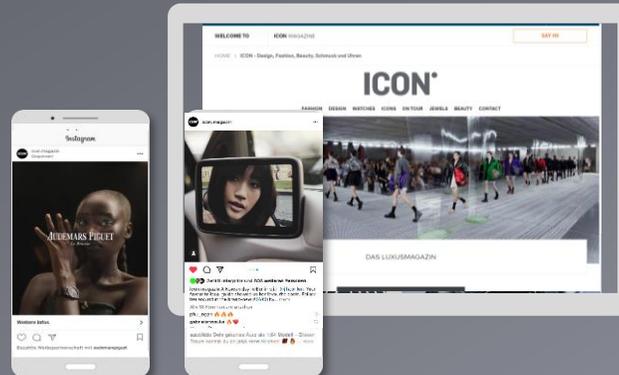
ICON

PRINT



- Magazine
- Supplements

DIGITAL



- Digital und Social
- Social: @icon.magazin

EVENTS



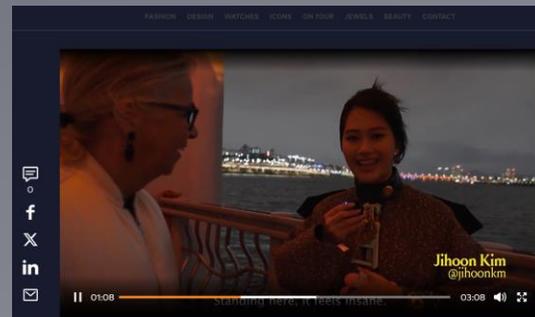
- ICON talks
- ICON dinner
- ICON meets

EDITORIAL

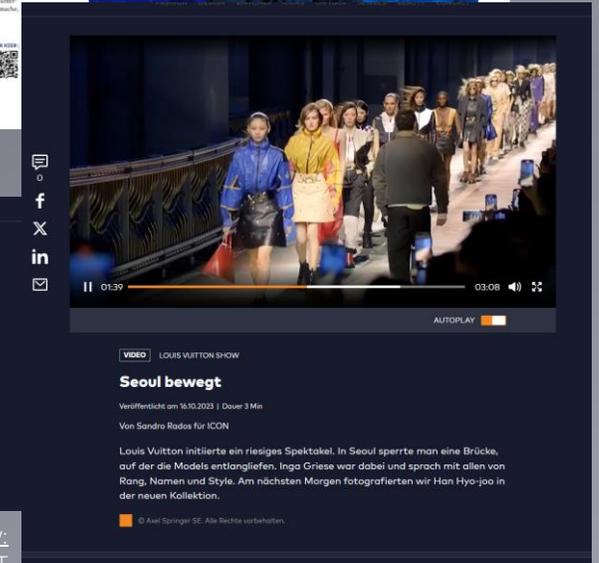
Redaktionelles Zusammenspiel von Print & Digital:

- 9 x im Jahr erscheint ICON als **Magazin** in WELT AM SONNTAG
- Weitere Bilder und Bewegtbild sowie die ausführlichen Geschichten auf **ICON Digital**

Inga Griese, Gründerin und Herausgeberin, Alexandra Würzbach, Chefredakteurin



Ganz große Show: Wenn Louis Vuitton sich selbst übertrifft - Video - WELT



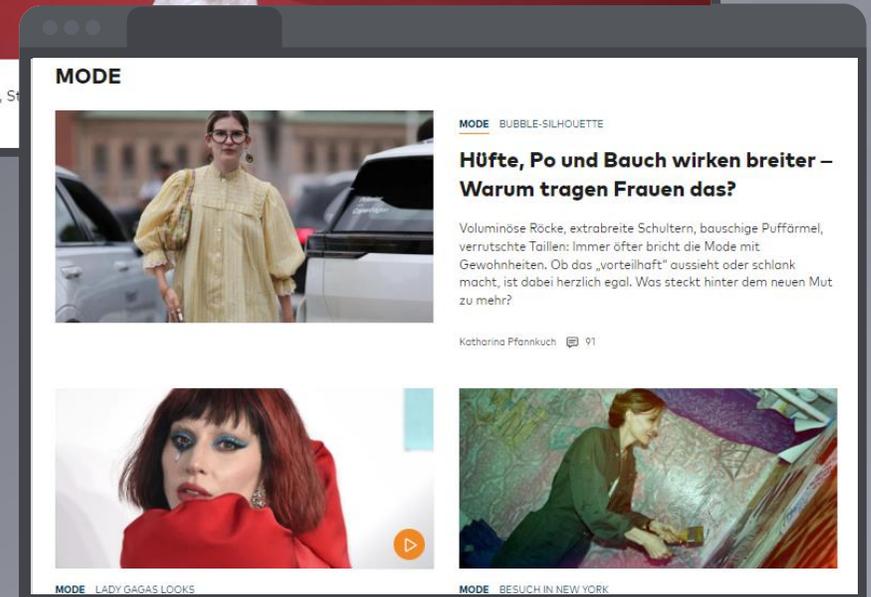
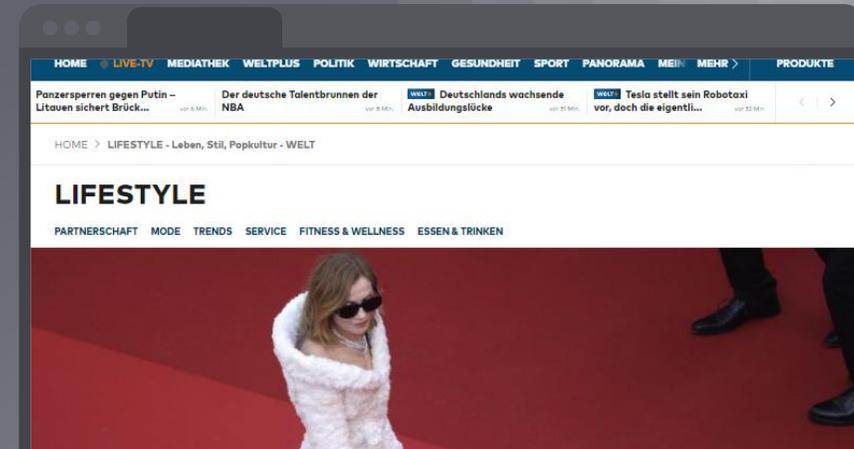
Digitale Variante dieses Interviews

LEBEN, STIL & POPKULTUR

Lifestyle richtet sich an eine junge Zielgruppe mit hohem Interesse an Themen, die die unmittelbare Lebensweise und Gesellschaft betreffen.

Lifestyle versteht sich als trendaffines, unterhaltsames Portal für eine moderne Community, die Interesse an Zeitgeist und Popkultur hat sowie Inspiration für die eigene Lebensart sucht.

Hier finden sich zeitlose Inhalte mit persönlicher Note – empathisch und meinungsstark umgesetzt in verschiedenen Kategorien.



LIFESTYLE

PARTNERSCHAFT MODE TRENDS SERVICE FITNESS & WELLNESS ESSEN & TRINKEN

LIFESTYLE erscheint in folgenden Kategorien:

Partnerschaft: Warum scheitern Beziehungen? Wie findet man eine neue Liebe? Und welchen Sex wollen Frauen? Hier bekommen unsere Leser Ratschläge rund um alles, was das Liebes-, Sex- und Datingleben angeht

Mode: Was trägt man wie – und warum? Wer konnte auf dem Roten Teppich überzeugen? Designer, Models, Labels, Modetrends und Stilkritiken – hier versammeln sich Themen zu Mode und Stil sowie schnelle News aus der Branche.

Trends: Hier finden sich Geschichten zu gesellschaftlichen, feministischen, zeitgeistigen Themen; Popkultur, so wie alles von Home bis Design – inkl. Auto- und Möbelneuheiten, Homestorys etc.

Zudem Interviews mit Prominenten oder Film- und Serien-Kritiken (auch Trash-TV wie Bachelor oder GNTM).

Service: Diese Kategorie umfasst die Bereiche Horoskope, Ratgeber (etwa Fahrberichte, Einrichtungs-, Wohn- und Gartentipps) sowie alles zum Thema Unterwegs/Reisen.

Fitness & Wellness: Tipps und Geschichten zu Sport, Wellbeing, Pflege, Schönheit sowie Frisuren- & Make-up-Trends.

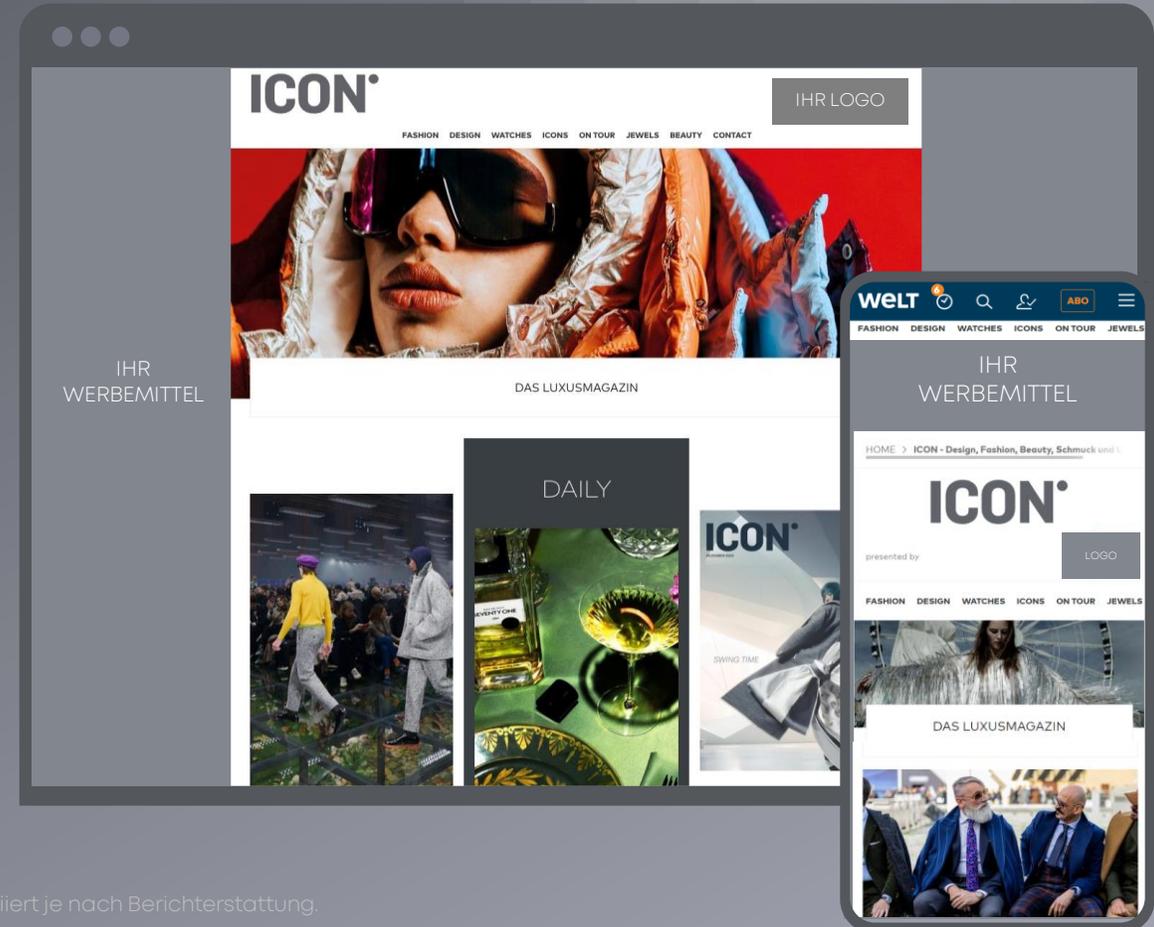
Essen & Trinken: Auf der Suche nach Rezepten, Restaurantkritiken, Foodtrends, Tipps rund um gesunde Ernährung und den passenden Weinen, Champagnern oder den neuesten Sommerdrinks? Das alles versammelt sich in dieser Kategorie.

EXKLUSIVES PRESENTING ICON

Präsentieren Sie den gesamten Channel mit einer festen Logointegration¹, Desktop mit einer Double Dynamic Sitebar und Multiscreen mit einem Medium Rectangle und Mobil mit einer Lead Ad.²
375.000 Ad Impression garantiert.

Content Presenting Deluxe*:

7 Tage* | 375.000 AIs | 15.000 € Brutto



*Exklusivität auf Werbemittel gewährleistet, ausgenommen CMS-Flächen und Outbrain. TKP 40,00 €. Laufzeit variiert je nach Berichterstattung.

Beispielhafte Visualisierung. Werbemittel müssen spätestens 3 Werktage vor Live angeliefert werden.

1) Integration des Kundenlogos ist optional, Logo muss spätestens 7 Tage vor Live als SVG-Datei angeliefert werden.

2) Weitere Formate auf Anfrage und zu entnehmen aus dem Handbuch: [Handbuch Content Presenting.pdf](#)

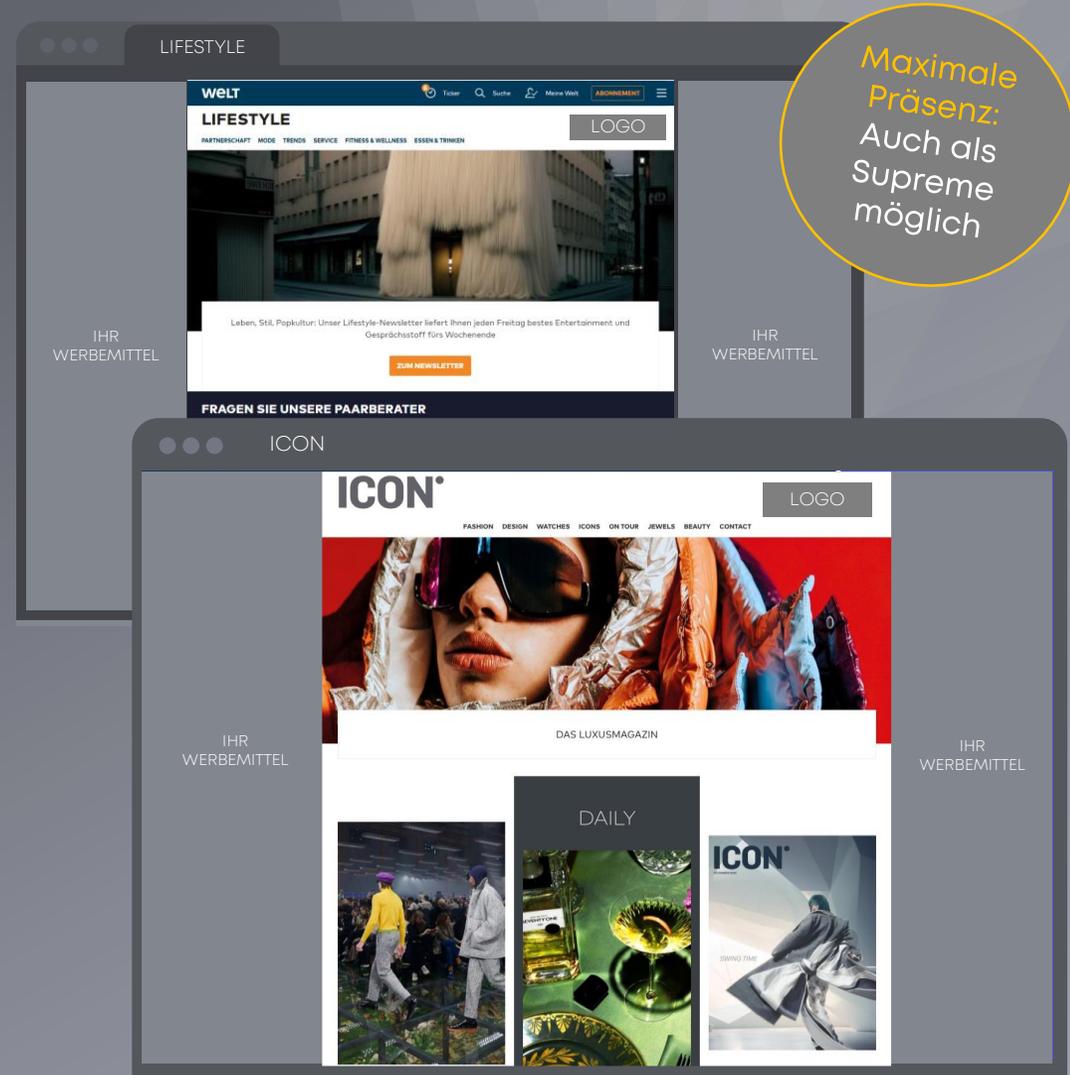
ICON Digital nicht verfügbar in der App.

ICON & LIFESTYLE PRESENTING

Luxus x Lifestyle – mit der Kombination der Channel ICON und Lifestyle!
Belegen Sie neben ICON zusätzlich noch den Channel Lifestyle mit einer festen Logointegration¹, Desktop mit einer Sitebar, Multiscreen mit einem Medium Rectangle und Mobil mit einer Lead Ad.²

Content Presenting Deluxe*:

7 Tage | 725.000 AIs | 29.000€ Brutto



*Exklusivität auf Werbemittel gewährleistet, ausgenommen CMS-Flächen und Outbrain. TKP 40,00 €. Laufzeit variiert je nach Berichterstattung.

Beispielhafte Visualisierung. Werbemittel müssen spätestens 3 Werktage vor Live angeliefert werden.

¹ Integration des Kundenlogos ist optional, Logo muss spätestens 7 Tage vor Live als SVG-Datei angeliefert werden.

² Weitere Formate auf Anfrage und zu entnehmen aus dem Handbuch: [Handbuch Content Presenting.pdf](#)

ICON Digital nicht verfügbar in der App.

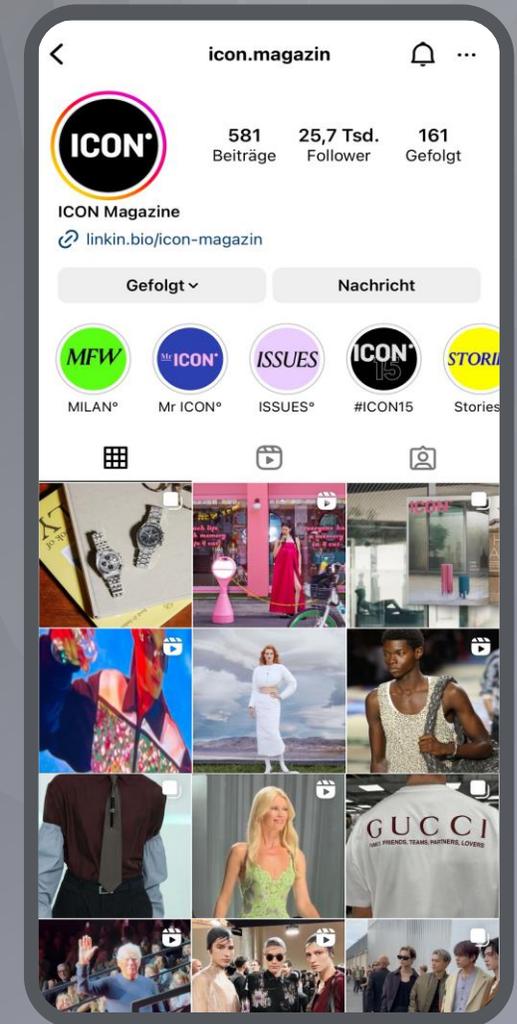
@ICON.MAGAZIN

Auf der Social-Media-Plattform von ICON auf Instagram postet die Redaktion 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. Foto, Video, Slideshow oder Carousel-Ad Einbindungen möglich. A/B-Testing auf Wunsch.

PAKET:

ca. 4 Wochen | 4 Sponsored Posts | Insta Post
10.000€ Brutto¹ | Insta Stories 10.000€²

¹) zzgl. 800 € Kreativkosten
²) zzgl. 1.600 € Kreativkosten



4 Sponsored Posts: 200.000 AIs
26,4 Tsd. Follower (1/2024)

ICON ADVERTORIAL

Werbliche Anzeigen werden im Look & Feel von ICON Digital dargestellt.

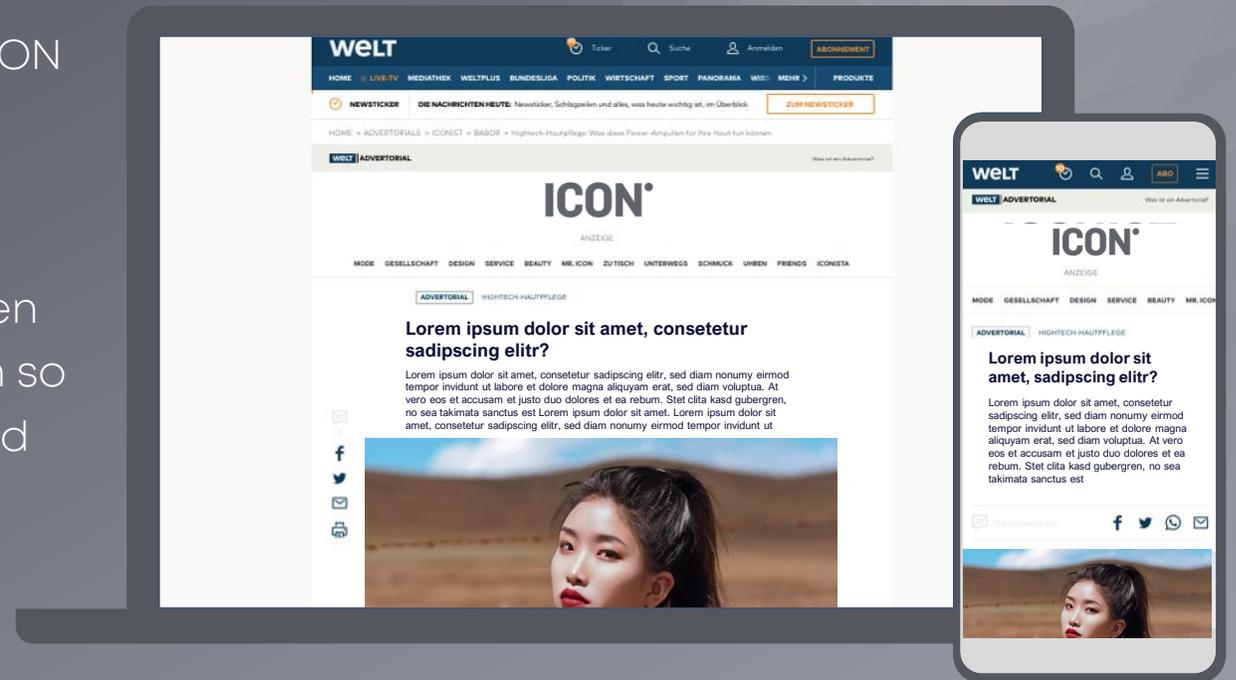
Ihre Inhalte werden in Geschichten rund um Ihre Produkte & Kaufbotschaften integriert.

Die von Ihnen angelieferten Werbeinhalte werden im Stil von ICON Digital präsentiert und erhalten so zusätzlich zum Traffic ein vertrauensvolles Umfeld der Marke.

Awareness und Performance stehen im Fokus.

PAKET:

6 Wochen | 3.600.000 AIs | 20.000€ Brutto¹



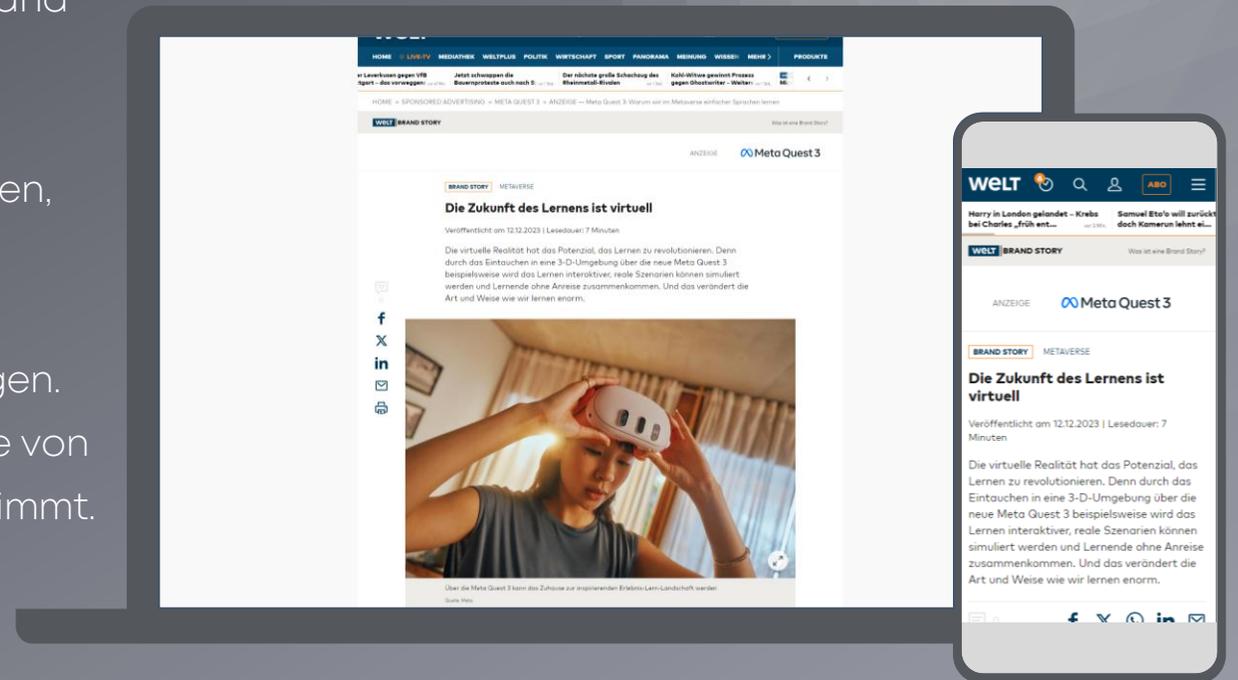
¹ zzgl. 2.500 € Kreativkosten (nicht SR- oder AE fähig)
Beispielhafte Visualisierung

BRAND STORY

Die besten Journalisten und Fotografen aus unserer Brand Studio Redaktion setzen ihr Thema individuell in einer spannenden und informativen Geschichte um. Unsere Reporter gehen raus, recherchieren vor Ort, fotografieren, filmen und inszenieren ihr Thema im Stil von WELT.de. Es entstehen Geschichten, die ganz Deutschland interessieren, Geschichten, die echte Emotionen erzeugen. Das Beste: Sie sind als Kunde der Regisseur, alle Schritte von der Idee bis zur Umsetzung werden 1:1 mit Ihnen abgestimmt.

PAKET:

6 Wochen inkl. Nativeteaser | 50.000 Page Views |
131.000€ Brutto¹



¹ zzgl. 8.000 € Kreativkosten (nicht SR- oder AE fähig)

Case: MetaQuest3: <https://www.welt.de/sponsored/meta-quest-3/article249013954/ANZEIGE-Meta-Quest-3-Warum-wir-im-Metaverse-einfacher-Sprachen-lernen.html>

LUXURY & LIFESTYLE BUNDLE

Diese User erreichst du:

Frauen und Männer die sich stark für Urlaubsreisen (Aff. 105), Mobiltelefone/ Telefone/ Smartphones (Aff. 106), Schuhe (Aff. 104), Babynahrung/ -pflegemittel (Aff. 119) und/ oder ebook-Reader (Aff. 116) interessieren.

Detaillierte Zielgruppeninformationen

Geschlecht:

♂ 48% ♀ 52%

Haushaltsnettoeinkommen:

2.000€ - 3.000€: 24%
3.000€ und mehr: 54%

Ausbildung:

Weiterführende Schule oder Abitur/Fachabitur:
26%

PAKET¹:

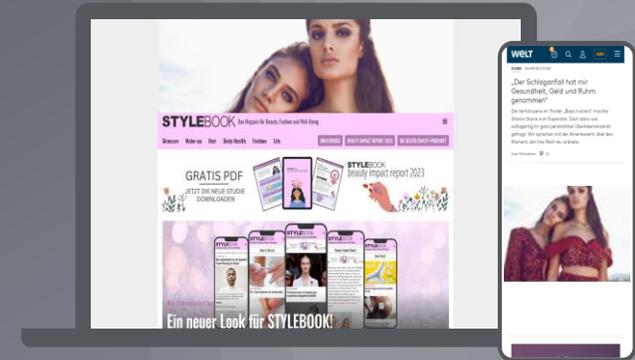
1 Woche | 1.500.000 AIs² | 39.600€ Brutto

67%
Vorrabatt

Quelle: agof daily digital facst 04.01.2023; Basis: Digital WNK (61,63 Mio); Einzelmonat Oktober 2022
Trafficverteilung zwischen den Marken und RoP inkl. Targeting nach Verfügbarkeit

1) Dynamic Sitebar o. Billboard + Mobile Medium Rectangle

2) Vorbehaltlich aktueller Verfügbarkeiten: Trafficverteilung zwischen den Marken und RoP inkl. Targeting nach Verfügbarkeit



Buchbare Formate: Dynamic Sitebar o. Billboard +
Mobile Medium Rectangle

1,5 Mio. AIs, 1 Woche Laufzeit



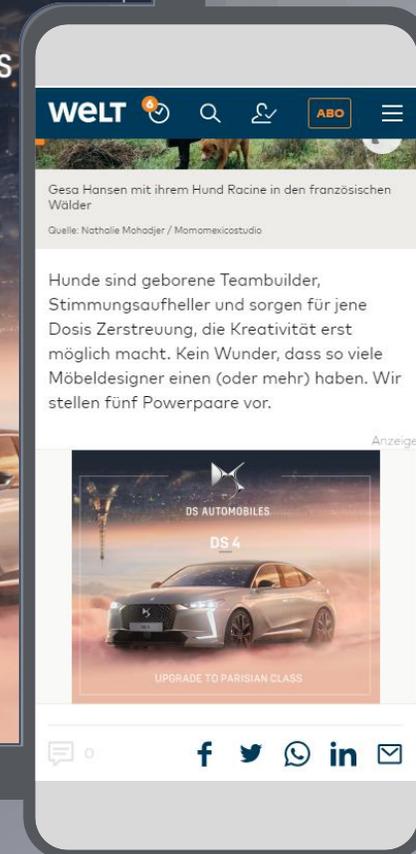
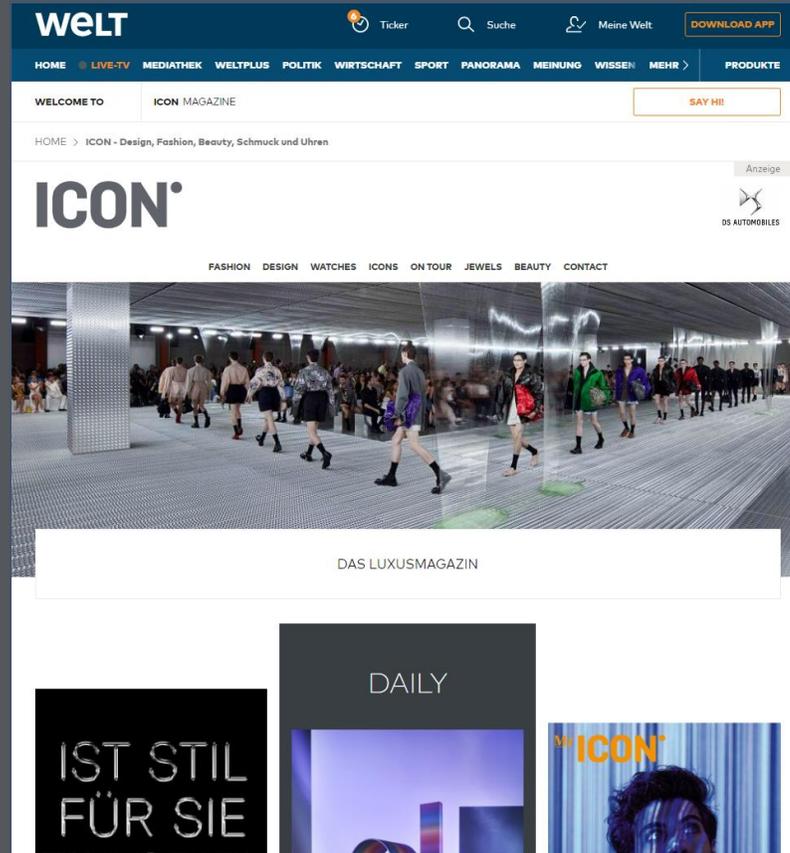
stylebook.de RoS,
welt.de
Channel Lifestyle
und **ICON RoS**



Kontextuelles
Targeting
„OVK – SHOPPING“
im Media Impact
Portfolio RoP



DS AUTOMOBILES: CONTENT PRESENTING



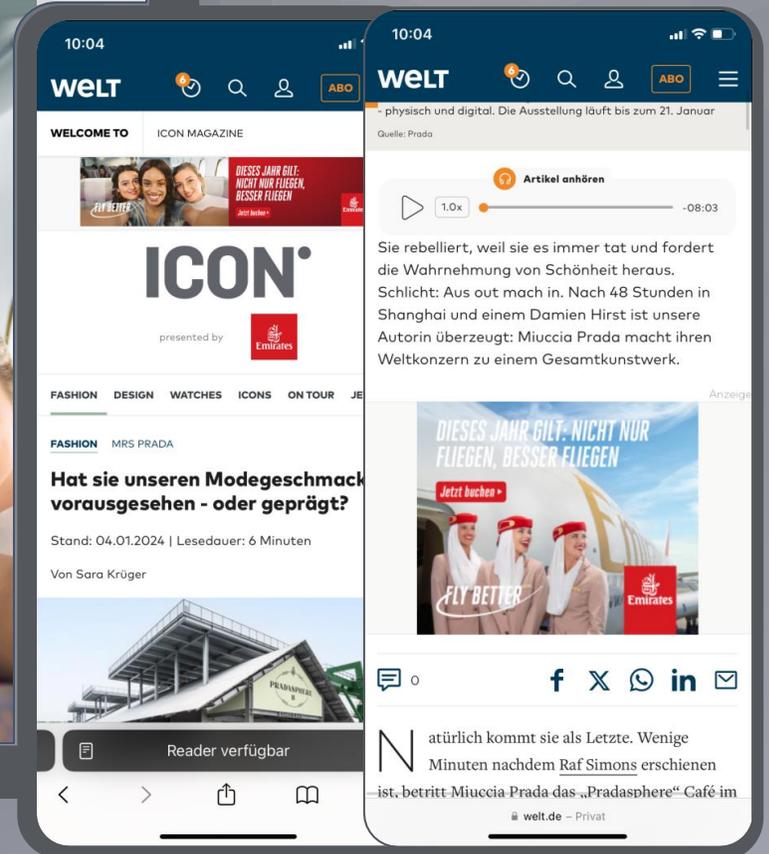
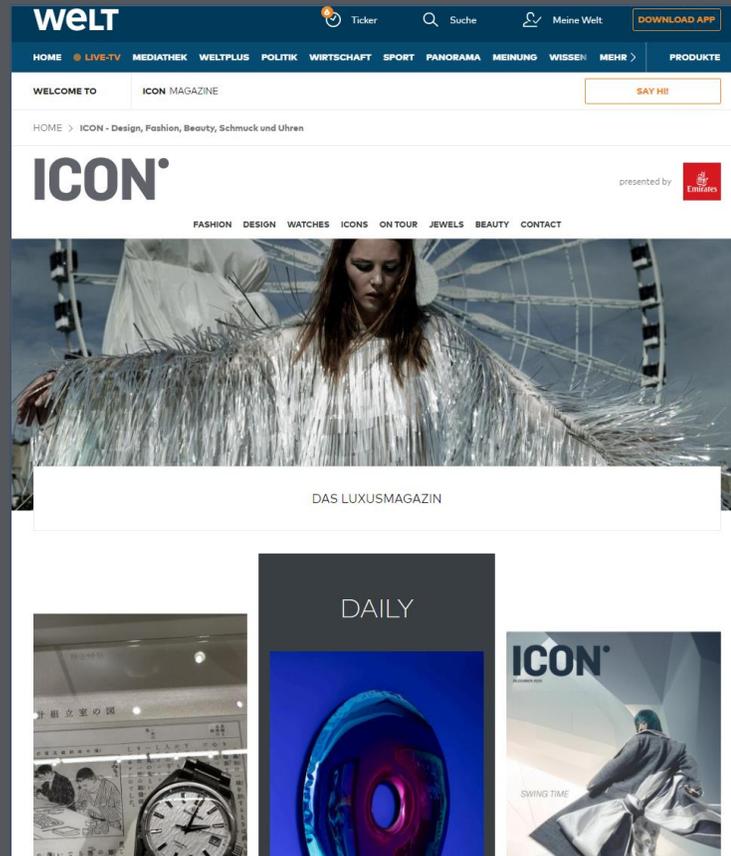
DOC BERGER: CONTENT PRESENTING

The image displays a comprehensive marketing strategy for Doc.Berger | Effect, centered around content presentation on the 'welt' platform. It features three main components:

- Product Photography:** Two white cylindrical containers of 'Retinol Serum 0.5' and 'Retinol Serum 1.0' are shown against a black background.
- Desktop Website Integration:** A screenshot of the 'welt' website shows a 'WELCOME TO ICON MAGAZINE' banner. The banner includes the 'DOC.BERGER | EFFECT' logo and the headline 'ZEITLOS SCHÖN.' Below the banner, there are navigation links for 'FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS BEAUTY CONTACT' and a 'SAY HI' button. A secondary banner for 'UNSER ADVENTSKALENDER VOM 3. - 10. DEZEMBER' is also visible.
- Mobile App Interface:** Two smartphone screens show the 'welt' app. The left screen displays a 'News, Zitate, Bilder, Snippets' section with a play button and a volume slider. The right screen shows a 'WELCOME TO ICON MAGAZINE' banner with the headline 'ENTDECKE DIE WELT DER SCHÖNHEIT.' and a 'DOC.BERGER | EFFECT' logo. Below the banner, there are navigation links for 'FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS' and a 'UNSER ADVENTSKALENDER VOM 3. - 10. DEZEMBER' banner.

Additional text elements include 'ENTDECKE DIE WELT DER SCHÖNHEIT' and 'Effektive Wirkstoffkosmetik für alle Hauttypen.' on the right side of the desktop layout, and 'BALENCIAGA GOES HOLLYWOOD' at the bottom of the mobile app interface.

EMIRATES: CONTENT PRESENTING



AUDEMARS PIGUET: BRANDSTORY #1

MODE GUCCI BIS CHANEL

Unverschämte Preise, Nostalgiegierigkeit, Personenkult – Luxus in der Krise

Unter Konsumenten herrscht „Luxury fatigue“. Das Problem sind nicht nur der chinesische Markt und die politische Weltlage. Sondern eine Branche, die gleichzeitig großspurig und kleinmütig geworden ist. Was fehlt? Und wer macht es richtig?

Adriano Sack 29

ICONS OLDTIMER

Autos für Millionen – Wahnsinn oder clevere Wertanlage?

Die Stars der „Monterey Car Week“ in Kalifornien sind die historischen Fahrzeuge auf den Auktionen. Wenn bei RM Sotheby's der Hammer fällt, wechselt schon mal ein Ferrari 250 GT SWB California Spider eines Promis für 17 Millionen Dollar den Besitzer.

Fabian Höberg

WATCHES KOMPLIKATION

Warum die Branche die Schwerkraft derzeit so anziehend findet

Längere Zeit stand das Tourbillon zum Schwerkraftausgleich kaum mehr auf der Agenda der Uhrenindustrie. Doch das ändert sich gerade – die neuen Modelle mit dem komplizierten Bauteil unterscheiden sich erheblich von ihren Vorgängern.

Philip Cassier

BRAND STORY PRIYA RAGU

„Ich bin meine eigene Story“

Priya Ragu ist in der Schweiz geboren, ihre Eltern kommen aus Sri Lanka. Sie macht Musik, die zwischen R'n'B und tamilischer Volksmusik liegt. In Berlin fotografieren wir sie mit der jüngsten Kreation von Audemars Piguet für Frauen: der Royal Oak Mini. Im Gespräch erzählt Priya Ragu, wie es mit der Musik fast nichts geworden wäre. Und wie sich ihr Leben plötzlich komplett veränderte.

WELT 14:37

HOME > **ICON** - Design, Fashion, Beauty, Schmuck

ICON

FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR

BRAND STORY PRIYA RAGU

„Ich bin meine eigene Story“

Priya Ragu ist in der Schweiz geboren, ihre Eltern kommen aus Sri Lanka. Sie macht Musik, die zwischen R'n'B und tamilischer Volksmusik liegt. In Berlin fotografieren wir sie mit der jüngsten Kreation von Audemars Piguet für Frauen: der Royal Oak Mini. Im Gespräch erzählt Priya Ragu, wie es mit der Musik fast nichts geworden wäre. Und wie sich ihr Leben plötzlich komplett veränderte.

welt.de

AUDEMARS PIGUET: BRANDSTORY #2

ICON* ANZEIGE AUDEMARS PIGUET *Le Brassus*

Shaping Materials

MEHR ZUR ROYAL OAK MINI

Click

BRAND STORY PRIYA RAGU
„Ich bin meine eigene Story“
Priya Ragu ist in der Schweiz geboren, ihre Eltern kommen aus Sri Lanka. Sie macht Musik, die zwischen R'n'B und tamilischer Volksmusik liegt. In Berlin fotografieren wir sie mit der jüngsten Kreation von Audemars Piguet für Frauen: der Royal Oak Mini. Im Gespräch mit Priya Ragu, wie es mit der Musik fast nichts geworden wäre. Und wie sich ihre Identität komplett veränderte.

14:21 **ICON*** ANZEIGE AUDEMARS PIGUET *Le Brassus*

DIE SCHWEIZER STADT ST. GALLEN liegt südlich vom Bodensee. Weniger als 83.000 Einwohner. Hier ist Priya Ragu geboren – ihre Eltern waren 1982 vor dem Bürgerkrieg in Sri Lanka geflohen. Früher, sagt Priya Ragu, habe sie sich „ein bisschen geschämt, weil es nicht cool war, tamilisch zu sein“. Heute: „Ich glaube, man sollte die eigene Identität und woher man kommt, die Kultur, all das zelebrieren.“

MEHR ZUR ROYAL OAK MINI

MEHR ZUR ROYAL OAK MINI

KONTAKT

ICON^o

DIGITAL

IHRE ANSPRECHPARTNER
IM SALES FINDEN SIE **HIER**