

FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS BEAUTY CONTACT



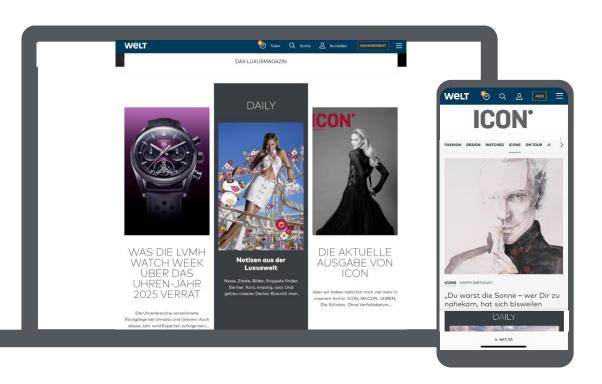
### **ICON DIGITAL**

### MEDIADATA 2025

Status: 12/24 valid from 01 January 2025

### **ICON DIGITAL 2025**

Portrait	р. 3
Categories	р. 4
Portfolio	р. 5
Editorial	р. 6
Issue highlights & dates	р. 7
ICON Digital products	p. 8
ICON Collaborate	p. 9-12
ICON Spotlight	p. 13-17
Advertorials & branded content	p. 18
Brand story WELT + ICON	p. 19
ICON Instagram	p. 20
WELT Lifestyle presenting	p. 21
ICON Digital best cases	p. 22-28
Contact	p. 29



### PORTRAIT

The ICON Channel is the digital destination on welt.de for a luxury-oriented target audience with a strong 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 – exceptionally and elaborately staged.

A variety of integration formats are available – ranging from innovative approaches such as ICON Channel Takeover, ICON Collaborate, and Spotlight to traditional classic formats.



### CATEGORIES

FASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOUR JEWELS BEAUTY

#### ICON Digital is published in the following categories:

**Fashion:** Trends from luxury and high-end fashion brands, international and national fashion labels, major photo shoots, with a special focus on craftsmanship. Fashion is also defined as an intercultural bridge.

**Design:** Trends and news from the design industry: ICON showcases everything that is grand and significant, small and precious, new and timeless – highlighting exceptional craftsmanship and cutting-edge technology.

**Watches:** In addition to traditions, technical innovation and craftsmanship, ICON presents interviews and stories about the people behind the brands. **Icons:** This section features our celebrity interviews: Hollywood icon Sharon Stone describes the changes she experienced after her stroke 21 years ago, while Arnold Schwarzenegger talks about his commitment to environmental protection.

**On Tour:** Top resorts, classic luxury hospitality and news from the automotive industry.

**Jewels:** Showcasing the most breathtaking jewelry pieces and the most precious creations by renowned jewelry designers.

**Beauty:** News on cosmetic products, interviews with fascinating personalities from the beauty industry and emerging insider brands.

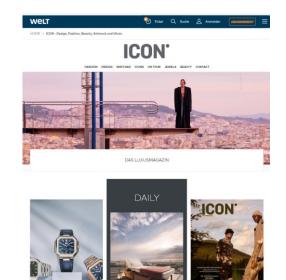
### **ICON GROUP PORTFOLIO**

Die Stilisten 11 38

PRINT

Magazine •

#### DIGITAL



#### LIFE EXPERIENCE



Iconmagazine on welt.de ٠

Notizen aus der

DIE AKTUELLE AUSGABE VON

Social: @icon.magazin ٠

**JM PATEK** 

Customized events •

### **EDITORIAL**

#### **Editorial Synergy**

- The *magazines* of the ICON Group are published 16 times a year
- On *ICON Digital* editorial content from the entire ICON Group (ICON, Mr ICON, WATCHES and Die Stilisten) is showcased
- Additional photo material, video content and in-depth stories are available exclusively on *ICON Digital*

	SHOWTIME	Contra Co	S	Der sennen Teil der deppelnickigen hann			
	ie Nacht war sehr kurz, die Party			ger Bridde, die die Stadtecht Congres and Ganghult verbindet, schweite kanp über der Wassefinie. Wenn der Han Flas in der Wassefinie. Wenn der Han Flas			
	am Abend zuwor zu gut, um früh zu anhen. Die colltime" wie es			The Human are Verschwieden and We			
	bei Shootings heißt, wiederum war gefühlt vorm Auftathen. Nichts davon war Han Hyo-joo anzusehen	Schaupielerin Han Hyo-joo	A MARKED PLANE	Arrentandens" (Chooperers) de Symbo arch fan des Reises sand Pare bei de		The second states and states	
		beine Fonscall vor der Louis Vaimor Show, Wegen der pillefichen Kähr stagen viele		A CONTRACTOR			
	spielerin und Sängerin eine Größe im Enter- teinment und war Ehrengun bei der spektakeli- ren Prefüll Show von Louis Vuitton, deuen eh schon mystische Inzernierung unerwante Un-	Start Séclel (Sir Kachmisso chen) zum lafigen Look			HANDER HANDER	i 💉 i	
					And a state of the		
	Wei wiede hiter Källigkneim monte auch Hyd- joo lächtend den menenningsichen Wildig keiten im Miri-Looi des Cangebern. Am Mor- gen danach neigt sich Secoll wieder fühltom- merlich fieldlich.	einem selbst, etwas aus den Möglichkeiten zu machen. Wobei Glück nicht ganz unwichtig ist.	19 Li Martinet				1
		Wärden Sie sich als eine gläckliche Person bezeichnen? Nun, die möchte ich gerne sein? Manchmal					
	einem kleinen Coffeeshop mit traditionellen Riumlichkeiten im Hitterhof sind überchau- bar eroß. Ankleide und Male-up findem daher	Warden Sa sah als eine gläckliche Presse bezichnen? Nun, die möchte ich gerne sein? Manchmal werde ich schnell traurig. Ich denke, ich bin eher darähbar.	1		Wenn es		
	bar geos, anazonia uno tomano por mome azore in eiros locreto Eschchite in paar Mener weiter stat. Denn Plate braucht es, wenn ein Star wie Hyto-joo kommt. Das Team is groß, sie selbst gleichwehl bescheiden und zauberhilt. Ihr	Sie wechteln oft Gesicht und Genre in Ihren Rollen, rickieren offenbar lieber mehr als einen Erfolg mit	als Captain führen. Ich spürte den Druck und		Vuitton wird		
	Hyo-joo kommt. Das Team ist groß, sie selbst gleichwohl bescheiden und zauberhaft. Ihr	on autorem of content and cover in arter ranen, riskieren offenber Beber mehr als einen Erfolg mit geinhem Master zu wiederholen. In dat Mat, Strate- gie, Hereauforderung, Ich mag das. Und mag es nicht,	gleichneitig hat es Spaß gemacht. Ich war die einzige Frau unter vielen mänflichen Kollegen. Brei Bewunderung schließlich hat mich sehr			and a	
	nufriedenes Wesen sei auf ihre Blagruppe A zurrickamführen, wurde sie einmal zitiert. In jeden Fall ist sie handere und versenafürsge- fähig. Im Shooring, in ihren Raffen sowieso,	Heraustorderung, Ich mag das. Und mag es nicht, immer das Gleiche zu spielen, deswegen suche ich mir immer unterschiedliche Figuren aus.	glücklich genacht.	A Constant of the second second	in Seoul	Wie ein riesiger, mysticher Springbrunnen: Zum Schlassdefilen wurden die Fontinen der	
	fähig. Im Shooting, in ihren Rollen sowieso, das ganze Programm zwischen Action, Thriller und Romatze, Indie und Blockbuner, Kino	Der kanadische Filmstar Ruen Gesline saete vor	In der Geschichte gibt es ja auch eine Prinzessin. Als Sie das Script bekamm, haben Sie sich bezasst für die			lænsagse-Brücke aufgedrebt	
	und Romater, Indie und Blockbutter, Kino und TV. Aktuell int uie in der Superhelden- Serie "Moving" auf Dinney- zu schen, mit ihrem guten Freund Ju Ji-hoon, der auch in	Kurzen exalt des Gleiche Und sieht daris auch einen Grund für seine orfolgeriche, anhaltende Kar- riere. Wie ist das bei Buen? Ich glaube nicht, dass alles immer ein Erfolg sein	Rolle des Captains entschieden? Oder haben Sie gezögert, doch lieber die Prinzessin zu anin? Ganz und gar nicht?	A A	Es ist nicht ganz geklärt, in welcher Beziehung Lou klar aber ist, dass einerseits ungeahnte Kräfte im 5 aber vor allem visionäre. Doch der Reihe nach. War	is Vuitton zum Wettergott steht. Völlig Spiel waren bei der Prefall-Show in Seoul,	
		Ich glaube nicht, dass alles immer ein Erfolg sein wind. Aber ich bereue nichts, denn ich en-					
	dom" bekannt in, hat sie fürs nächste Frühjahr "Dominant Species" gedreht, ein Thriller um	wird. Aber ich bereue nichts, denn ich em- scheide immer allein und ich hube natürlich immer mein Bestes gegeben. Und selbst wenn	In dem Fantary-Theiller "Happinen" spielen Sie eine Polizistin, deren Gläck, endlich eine schöte Woh- nang gefinden zu haben, sich schnell in Förrer		etablieren, solte natürlich nach seiner Berufung in Luxusplayers Louis Vuitton erst recht gelten. Geda Monate später. Der erste Event gleich ganz großes	n Pebruar zum GEO des größten global cht, gemacht, kreiert, getan, keine drei King. Nie zuvor war die Hauztverkehrs-	
	mysteriäte Vorgänge in einem Unternehmen, das känstliches Fleisch hennellt. Sie spielt die Chefin. Nach den Aufrahmen setzten wir um	das Projekt, in dem ich ningewind habe, kein Erfolg wurde, bin ich trotzidem zufrieden.	surfacing. Day Hear and die Resolute meeter		ader Jamaugo-Bicko jennis gonzen vorden für fristigen kulturellem Engagement. Seoul als Desti hungen sind ong, bereits 1919 wurde der onte Store im genann Land. Destjere Noolas Otsaquile halt längst entdeckt, bevor sie als Hauptdarstellerin in	ein Unternehmen. Das dankt mit lang- nation war schnell definiert, die Bezie-	
	an den Titch, auf dem sie zuvor sehr beweglich und wie instinktiv den Ansagen von Fotografin	Schwarpleder kaben gemeinhin eine "Toul-Bux" und je mehr waterschiedliche Rollen sie spielen, dezto nebr Werkzeug, also Fähigkeiten finden sich darin. Geht	komplett von der Auflentselt abgeschnitten, mässen ihr gegenzeitiges Misstrauen umhandeln, Dükrimi- nierung ontragen. In Korea sind die hierarchischen Regeln generell nuch innuer atteng, man fügt sich.		hungen sind eng, bereits 1991 wurde der erste Store im ganzen Land. Designer Nicolas Ghesquière hatt	e in Seoul eröffnet, jetzt sind es 18 und 35 te das koreanische Model Jung Ho-yeon	
	Chehn, Nich den Autralinien setzien wir um an den Tick, wil den is in euro sich beweglich und wie instinktir den Anagen von Forografin Kin Sin au gefolgt ist. Wir specchen Englich ohne Dohnenchen. Bre Sprachfersijken ist immer nach ungewöhnlich für koreanische	Down day auch so?	Regelu generell nach innter strong, man fügt tick. Massen Sie je daranter leiden? Nein Lind weren ich mal das Gefühl hatte war		erdfnete auch diese Show, de "Squidgeme". Dreh als kreather Berster dabel. Und als hätte die Kolle die Inszenierung auf der in Blau getauchten riesige		
	start, Elli Adattag:	sichner, Ja. Seinste wenn ein Projekt neen aus- gefunden hat, und ich sehr darunter gefüten habe, habe ich gelernt, geduldiger zu sein, und bin daran gewachsen. Im Grunde gibt es bei	das hausgemacht.	ALL	die Inszenierung auf der in Blau getauchten riesige ma nicht schon aufregend genug, war ein ungeahm das Szenario noch unwirklicher machte. Es war fan	ter, eiskalter Sturm aufgekommen, der	
	In Korea han die Emanzipation erst später an, Ihre Generation fühlt sich als erste wirklich frei, oder?	bin daran gewachsen. Im Grunde gibt es bei jedem Projekt eine Widrigkeit, insofern lemt man immer daru	In "Moning" auf Dinney+ spielen Sie eine Matter mit Saperkniften, die zur Gefahr werden. Woher bezie-		das Szenano noch unwirklicher machte. Es war far	Vlaslisch,	
	Mein Varer ist Chirurg und meine Mutter Lab- rerin. Sie waren nicht begeintent, als ich mich für diesen Beruf entschied, haben mich aber unter-	Wenn man ein Lieberpaar spielen muss und sich aber	Saperhräften, die zur Gefahr werden. Waher bezis- hen Sie persönlich Stärke! Aus meinen Erfahrungen. Und meine Familie und meine Freunde geben mir Halt.	antin		C. C	
	stürst. Ich solle machen, was ich möchte; die Bedingung war allerdirug, das ich auf der Highechool Reitig bin. Daw war ich, machte dann meinen Manter in Thratter an der Dong-	nicht riechen kann? Das muss man überwinden.		and the second		and the second division of the	
		Auf dem Flag hierber habe ich auf Notflix Ihren Pinaten-Film "Schatz des Königt" gesehen …	It to sit Muleshating sie heate auch eine Ralle? Nicht wirklich. Privat bin ich eher casual unter- wegt, aber wenn ich mal so ein Shooting mache, habe ich Spaß dabei, ja.			Louise Louise	
е	durchstarten. Ich hatte Glück, denn ich bekam direkt Hauptrollen.	Ach, wirklich?! Hat et Sie gereizt, eine weibliche Pinztenanführerin	City as imposed on the Six news and				
	Es heißt, man ist seines eigenen Gläckes Schwied. Ist Erfolg wie Bree nicht einfach ein Verdienst?	za ain? Richtig, Ich muste levnen, wie man mit einem	pieles uinder? Prinidente um Koras uinfleich? Klar! Wir hatten mal eine Frau,			Section 2. A real bank	
	Wir Frauen sind immer bescheiden – ich denke hierzulande noch mehr. Aber es liegt auch an	Schwert umgeht, ich habe dafür dreimal die Woche für drei Monate trainiert. Ich musste ja	Kova sullicke? Klat Wir hatten mal eine Frau, aber sie hat das Amt vorzeitig zufgegeben.				$\gamma^{-n}$
		56				. a.70 : 19	2.
							2
		ON VI in the	magazino				14.5
			muguzine		A STANKING STANKING		
				0	The La Constant		2
	FASHION DESIGN WATCHES ICONS	ON TOUR JEWELS BEAUTY CO	DNTACT	f //0.//0%	K LASU		de la
				x WANA			
		1		in			
	Sector States			✓ II 01:39		03:08	<b>(</b> )
		200				AUTOPLAY	
	and the second	Sec.		VIDEO LOUIS	VUITTON SHOW		
	And the second	anite and	and the second second	Seoul be			
f		1 million					
1210200	Contraction of the local division of the loc				6.10.2023   Dauer 3 Min		
×	「「「「「「「」」」			Von Sandro Rad	los für ICON		
in			Jihoon Kim @jihoonkm		initiierte ein riesiges Spektakel. In Se		
a second s					lodels entlangliefen. Inga Griese war o n und Style. Am nächsten Morgen foto		
	01:08 Standing here	, it feels insane.	03:08 (1) 50	der neuen Ko			
				Axel Spring			
		<u>Spectac</u>	<u>ular Show:</u>	0.000			
Whenlou	is Vuitton Outdoe						
<u></u>			ACC VILLI	Di	aital version of	this intorvio	۸ <i>۱</i>

Digital version of this interview

### **CROSS-MEDIA TOPICS IN ICON 2025**

Month	FOCUS TOPIC	PRINT MAGAZINE	MAGAZINE RELEASE DATE
February	Fashion international	ICON I	February 8–9, 2025
March	Fashion & travel / masculine themes	ICON II / Mr ICON I	March 8–9 & March 25–26, 2025
April	Fashion & design / watches	ICON III / WATCHES I	April 5–6 & April 12–13, 2025
Мау	Fashion & watches	ICON IV	May 10-11, 2025
August	Fashion international	ICON VI	August 30–31, 2025
September	Collector's issue no 5	ICON VII	September 20–21, 2025
October	Fashion & design / masculine themes	ICON VIII / Mr ICON I	October 11–12 & October 25–26, 2025
November	Fashion & jewellery & watches	ICON IX / WATCHES II	November 8–9 & November 15–16, 2025
December	Christmas issue	ICON X	November 29–30, 2025

7

# **ICON DIGITAL**

PRODUCTS

### **ICON COLLABORATE**

#### **THE SERVICE**

Authenticity and the promise of the highest journalistic quality – that's what ICON stands for. With a new native digital offering, it extends its value cosmos to its partner brands.

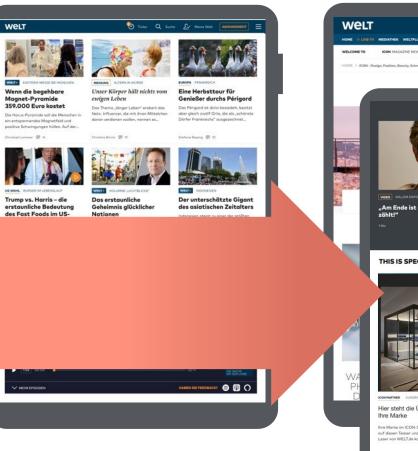
With ICON COLLABORATE, we now offer the publication of a custom editorial special on ICON Digital, which can be presented by you with your brand. This allows our ICON readers to access our opulent thematic presentation with just one click on the editorial teaser—or, alternatively, be directed straight to your website or landing page.

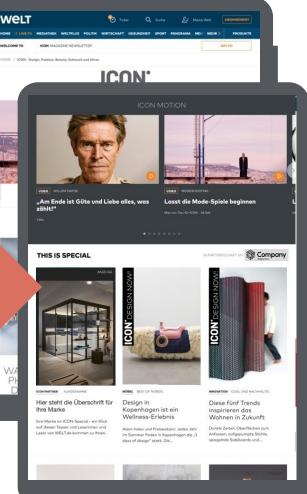
#### **THE IMPACT**

ICON takes pride in partnerships that share common values. This is precisely what is conveyed to our readers:

Your brand, combined with ICON's aesthetically high-quality, up-to-date and unique content, creates a perfect fit.

### **PERFORMANCE DATA**





- Setup of ICON stage teaser and editorial content
- Creation of interactive teasers for desktop & mobile
  - Advertising materials (FC 1 per day):
    - Billboard home (970 x 250 px)
    - 2x Instagram sponsored posts (300 x 250 px)
      (a) ICON.magazin
- Campaign management
- Reporting
- 3 million ad impressions
- Duration: 6 weeks

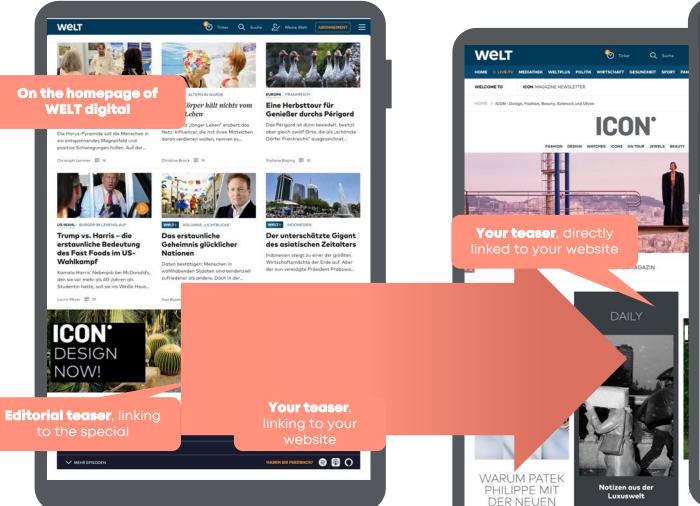
#### Package price:

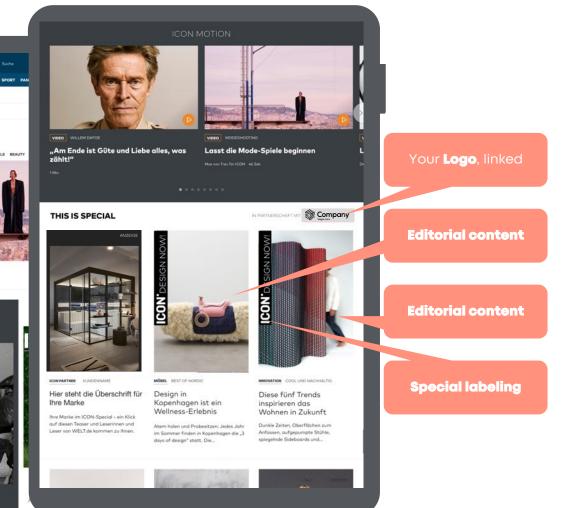
- 26,500 € gross
- Creation costs: 2,500 €

Interactive editorial teaser with a reference to the partner leads to ICON (2x left: ICON &

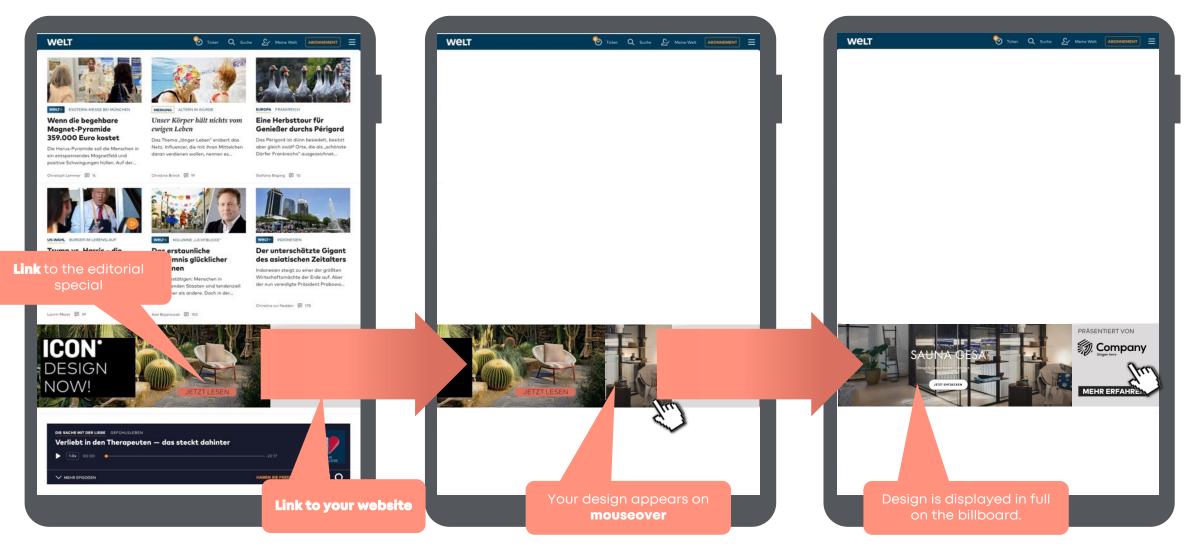
Within the channel, there is a stage for the special featuring the partner logo (linked). Includes 1x advertisement with a link to the partner and 2x editorial content pieces. ICON 66121

### **INTEGRATION ON WELT HOMEPAGE**





### **INTERACTIVE TEASER**



### **ICON SPOTLIGHT**

#### **THE SERVICE**

Your brand at ICON in a visually opulent staging – that's the new native advertising format: **ICON SPOTLIGHT**.

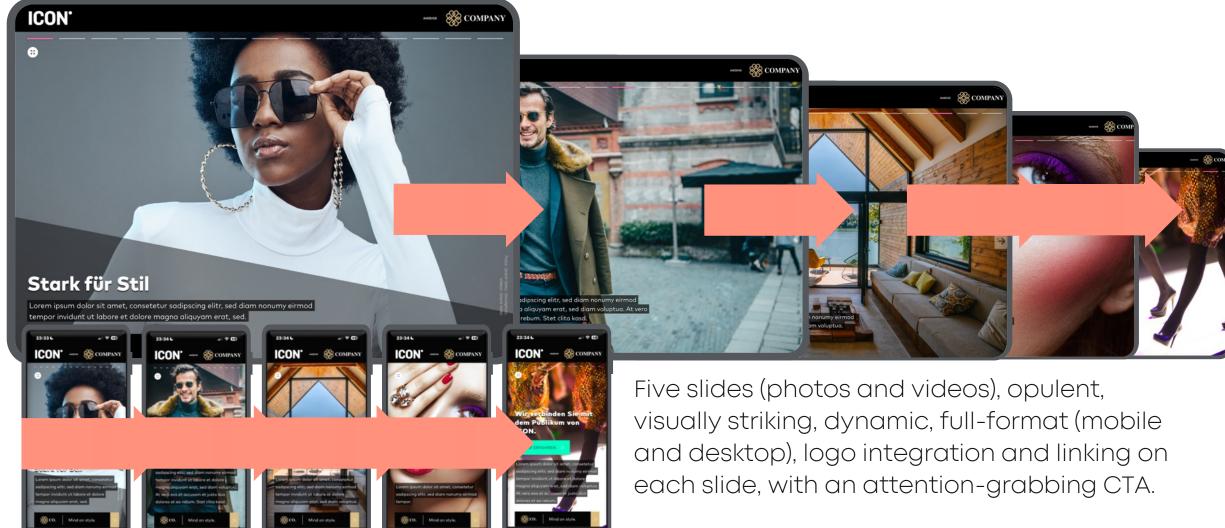
We present your brand in a visually striking and textually powerful format, designed primarily for mobile use but equally impressive on desktop. It works like Instagram, but within the ICON universe.

#### **THE IMPACT**

**ICON SPOTLIGHT** presents the best of your brand in the way it deserves: through largeformat visuals, seamlessly composed into a compact, high-quality and outstanding piece of content.

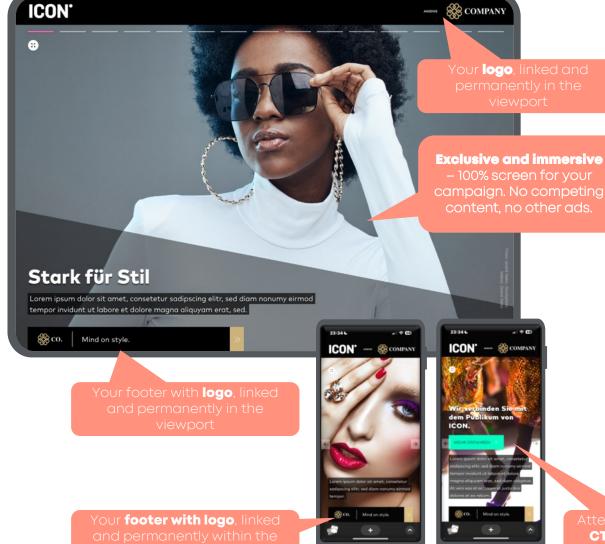
The storytelling integrates multiple direct touchpoints to your offering, your website and your premium product. **ICON SPOTLIGHT** is the exclusive format that captivates with its striking visuals, leaving a lasting impression on ICON's audience.

### **POWERFUL FORMAT**



Welt

### **STRONG CONNECTIONS**



#### **THE FORMAT**

**ICON SPOTLIGHT** is all about your brand exclusively your brand: 100% of the screen dedicated to you, with no distractions, no competing content and no ads. A fullscreen experience—just like in the cinema when the movie begins.

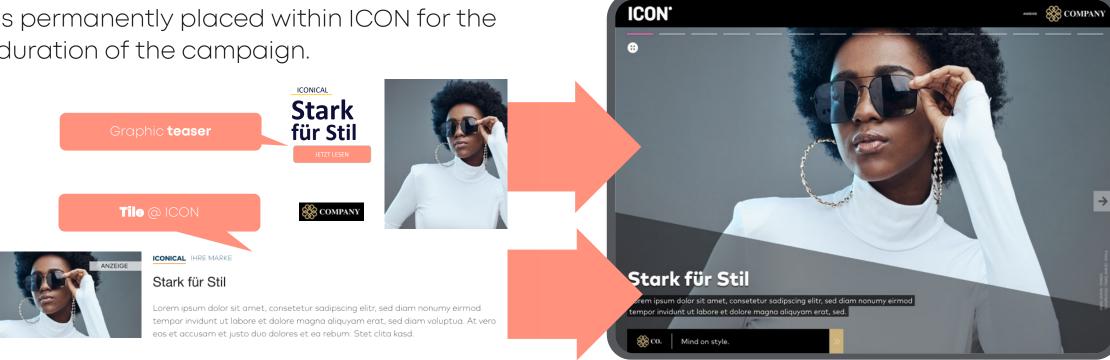
ICON SPOTLIGHT makes it easy for ICON users to connect with your brand. Strategically placed touchpoints, subtly yet always visible, lead directly to your brand.

Attention-grabbing CTA on the fifth slide

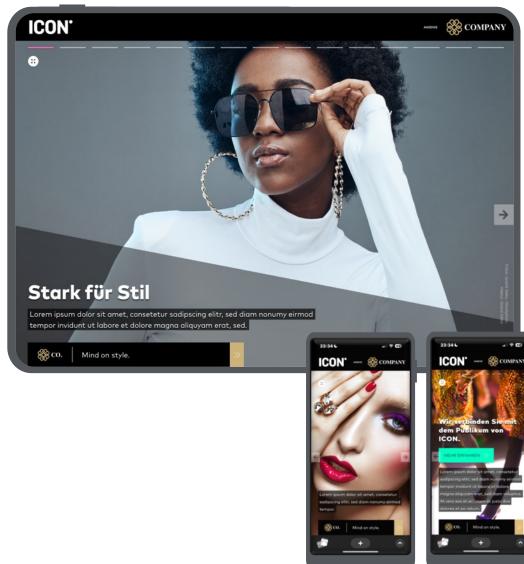
### **STRONG VISIBILITY**

#### **THE TRAFFIC**

Users are directed to **ICON SPOTLIGHT** through graphic teasers (3.6 million AI). A tile is permanently placed within ICON for the duration of the campaign.



### **PERFORMANCE DATA**



- Graphic teaser
  - Billboard (stationary & mobile) and app content ad 4:1 on ICON
  - Multiscreen medium rectangle ROS
  - 3.6 million ad impressions
  - Tile @ ICON
- Creative services:
  - Story creation
  - Teaser creation

  - Project managementTechnical implementation
- Graphic teaser
  - Delivered via ad server
  - Plus fixed placement in the channel
- Campaign management
- Analysis & reporting
- Duration 4 to 6 weeks

#### Package price:

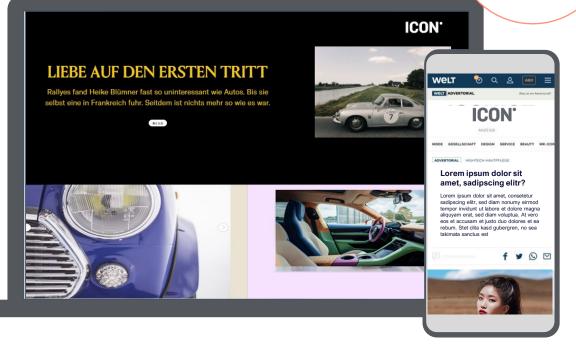
- 20,000 € gross
- Creation costs: 2,500 € (non-discountable)

### YOUR CONTENT IN THE STYLE OF ICON

With an **ADVERTORIAL**, your promotional message is staged in the look & feel of ICON Digital. Your content is seamlessly integrated into storytelling around your products and key purchase messages. The advertising materials you provide are presented in the ICON Digital style, ensuring not only traffic but also a trusted brand environment. Awareness and performance are at the forefront.

#### **BRANDED CONTENT\***

For a native, luxurious presentation on iconmagazine.de, ICON produces photo and video content for the client in the ICON look & feel, shaping the online presence. Video and photo production are included.



**ADVERTORIAL PACKAGE:** 6 weeks | 3,600,000 AIs | 20,000€ gross<sup>1</sup>

Available for crossmedia bookina

### WE CREATE YOUR STORY

An experienced team of journalists and photographers from our Brand Studio editorial team brings your topic to life through an engaging and informative story. Our reporters research, photograph, film and stage your topic in the style of WELT.de. The result: stories that captivate all of Germany, narratives that evoke genuine emotions.

#### **BRAND STORY WELT BASIC PACKAGE<sup>1</sup>**

Duration: 6 weeks, including native teaser | 50,000 page views | 131,000 € gross<sup>1</sup>

#### **BRAND STORY WELT LIFESTYLE BASIC PACKAGE<sup>1</sup>**

Duration: 6 weeks, including native teaser | 15,000 page views | 50,000 € gross<sup>1</sup>

You are the director! Every step, from concept to execution, is coordinated with you 1:1.

Die Zukunft des Lernens ist virtuel

X

in

 $\square$ 

virtuelle Realität hat das Potenzial, das Lernen zu revolu

urch das Eintauchen in eine 3-D-Umgebung über die neue Meta Quest 3 eispielsweise wird das Lernen interaktiver, reale Szenarien können simuliert rerden und Lernende ohne Anreise zusammenkommen. Und das verändert di



Also bookable on **ICON**, ICON takeover

available

Samuel Eto'o will zu

Meta Quest 3

WELT BRAND ST

virtuell

RRAND STORY METAVERSE

Die Zukunft des Lernens ist

/eröffentlicht am 12.12.2023 | Lesedauer: 7 Minuten Die virtuelle Realität hat das Patenzial da

Art und Weise wie wir lernen enorm

ernen zu revolutionieren. Denn durch das iintauchen in eine 3-D-Umgebung über die eue Meta Quest 3 beispielsweise wird das

nen interaktiver, reale Szenarien können uliert werden und Lernende ohne Anreise ammenkommen. Und das verändert die

f ▼ () in ⊠

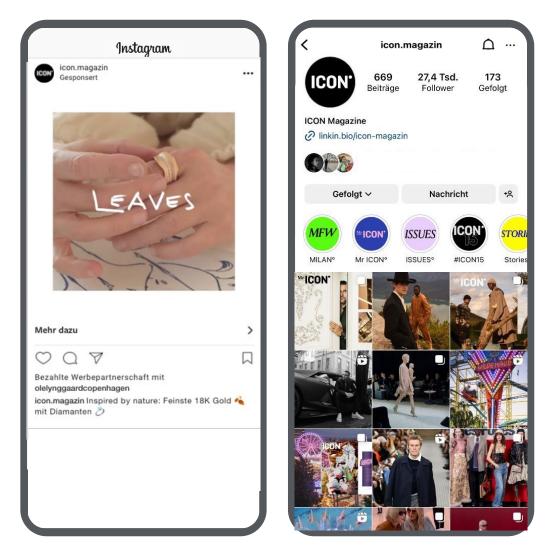


Meta Quest 3

### **ICON x INSTAGRAM**

On ICON's social media platform on Instagram, the editorial team shares behind-the-scenes stories, personal insights from interviews and ICON fashion shoots. Sponsored Instagram posts are targeted to specific audiences, gaining authenticity through users' trust in the ICON brand. Photo, video, slideshow or carousel ad integrations are available, with A/B testing upon request.

SPONSORED INSTA-POSTS PACKAGE: Approx. 4 weeks | 4 sponsored posts/stories | 10,000 € gross<sup>1</sup>

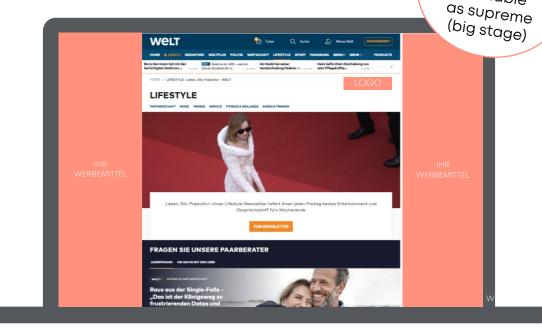


4 sponsored posts: 200,000 Als 27.5K followers (as of 11/2024)

### WELT LIFESTYLE PRESENTING

With the *LIFESTYLE CONTENT PRESENTING Deluxe*, you exclusively present the Lifestyle channel with fixed logo integration<sup>1</sup>, desktop with a double dynamic sidebar, multiscreen with a medium rectangle and mobile with a lead ad.<sup>2</sup>

**CONTENT PRESENTING DELUXE\*:** TKP 40.00 € gross | reach upon request



Maximum presence:

Also available

#### Example visualization

1) Customer logo integration is optional; the logo must be provided as an SVG file at least 7 days before launch.

2) Additional formats available upon request.

\*Exclusivity for ad placements is guaranteed, except for CMS areas and Outbrain. TKP 40.00 €. Reach upon request, varying by period and duration. Ad materials must be submitted at least 3 business days before launch.

# **ICON DIGITAL**

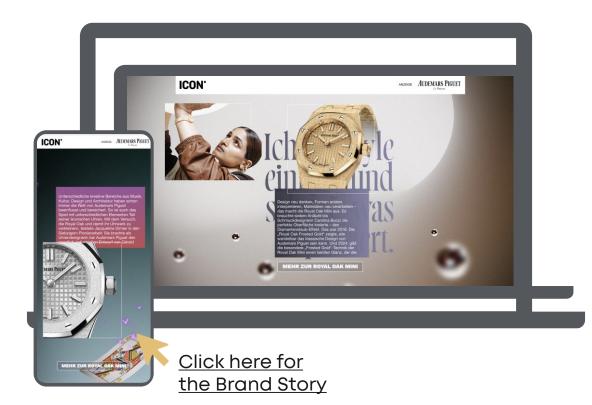
BEST CASES

### PRIYA RAGU X ROYAL OAK MINI A DIGITAL EXPERIENCE

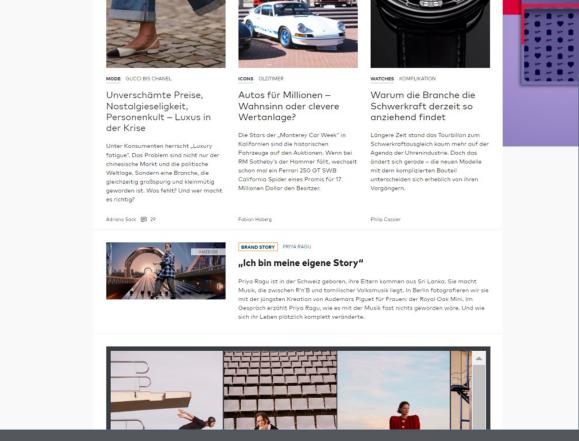
The interactive BRAND STORY for Audemars Piguet on ICON focuses on the Swiss singer PRIYA RAGU, whose fascinating personality and her distinct perspective on life and craft reflect the essence of the new ROYAL OAK MINI: a timepiece for strong women who live their lives unapologetically.

The story takes the viewer into the world of Priya Ragu and the Royal Oak Mini — featuring five themes that represent different aspects of the singer and the timepiece.

The result is a dynamic yet high-quality portrayal of spirit, attitude and values, combined with movement, strong statements and unexpected interactive storytelling that creates an inspiring digital experience.



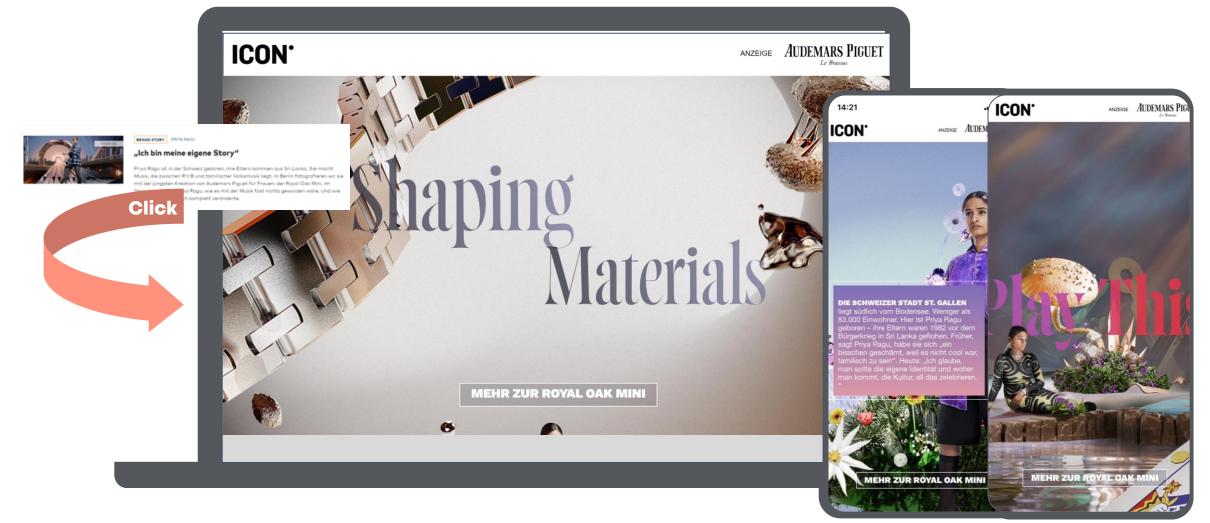
### **AUDEMARS PIGUET: BRANDSTORY**



14:37 ···· 14:20 11 2 Welt 🕙 Q & 🗚 Welt 🕙 Q & 🗚 HOME > ICON - Design, Fashion, Beauty, Schmuc ICON ASHION DESIGN WATCHES ICONS ON TOU BRAND STORY PRIYA RAGU "Ich bin meine eigene Story" DAS LUXUSMAGAZIN 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 eränderte. i welt.de



### **AUDEMARS PIGUET: BRANDSTORY**



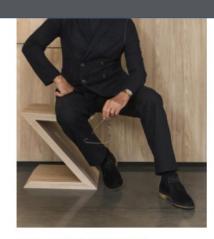
### **GRAND SEIKO: BRANDSTORY**



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.



MODE GIORGIO ARMANI WIRD 90

"Ich stehe früh auf, mache eine Stunde Sport und ernähre mich gesund"

Giorgio Armani feiert seinen 90. Geburtstag. Doch das stimmt ihn nicht nachdenklich, er arbeitet weiter. Und egal, was kommt: Er bleibt der erfolgreichste Designer aus dem Modeland Italien.



FASHION MODE DER HAUPTSTADT

#### Die Fashion Week steht fi Berlin, das noch nicht gentrifiziert wurde

Es gab Jahre, da konnte man die l Fashion Week dafür kritisieren, zu versuchen wie Mailand oder Paris Längst vorbei. Heute beweist die Veranstaltung, welche Kraft Provokationen in einer Stadt habe noch nicht völlig gentrifiziert ist.





Utirs

**Meistern** 

entwickelt und produziert Grand Seik

verpflichten sich dabei einem enorme handwerklichen Anspruch. Für den git

in Japan ein spezielles Wort: Takumi.

**GS** Grand Seiko

Von Hand ge-

fertigter Luxus.

Luxusuhren. Die Uhrmachermeister



FASHION MODE DER HAUPTSTADT

#### Die Fashion Week steht für das Berlin, das noch nicht gentrifiziert wurde

Es gab Jahre, da konnte man die Berlin Fashion Week dafür kritisieren, zu versuchen wie Mailand oder Paris zu sein. Längst vorbei. Heute beweist die Veranstaltung, welche Kraft Provokationen in einer Stadt haben, die noch nicht völlig gentrifiziert ist.

Inaa Griese 🖃 8

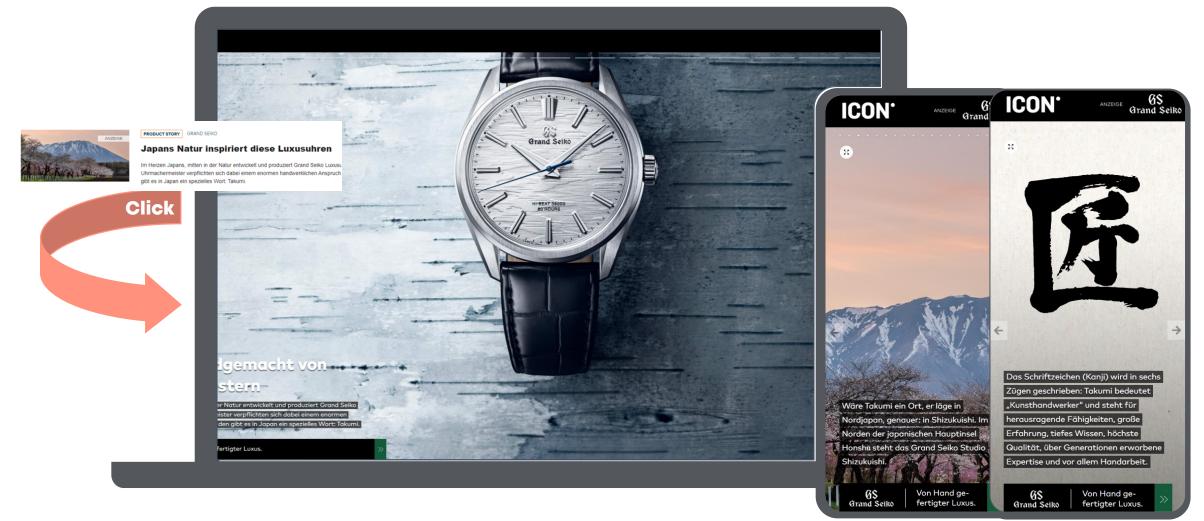


#### PRODUCT STORY GRAND SEIKO

#### Japans Natur inspiriert diese Luxusuhren

Im Herzen Japans, mitten in der Natur entwickelt und produziert Grand Seiko Luxusuhren. Die Jhrmachermeister veroflichten sich dabei einem enormen handwerklichen Anspruch. Für den gibt es in Japan ein spezielles Wort: Takumi

### **GRAND SEIKO: BRANDSTORY #2**



Customized, native story (stationary + mobile), created in close coordination with the brand and clien in the look & feel of the ICON Channel on WELT Digital | Display period: June 2024



### **ADVERTORIAL: HACKETT**

Presentation and integration of the Hackett London campaign on ICON digital: the advertisements were executed in the look & feel of ICON Digital. The Hackett London content was seamlessly integrated into a story focused on their products and purchase messages. The campaign aimed to enhance brand awareness as well as performance.



Views	Dwell time	Impressions	Clicks	CTR
3,776	2:57	3,602,872	4,211	0.12%

# ICON'

#### **CAROLA CURIO**

Publisher ICON Group

+49 151 54331679

carola.curio@axelspringer.com

#### LILIANA JAAR-GARCIA

#### ICON Digital

+ 49 151 18893735

liliana.jaar-garcia@axelspringer.com

#### SANDRA METZNER

Senior Brand Manager

+49 151 15089944

sandra.metzner@axelspringer.com

Hamburg

Munich

Berlin

Media Impact GmbH & Co. KG Zimmerstraße 50 10888 Berlin

> www.mediaimpact.de welt.de/iconmagazine

