

# Lufthansa magazin

 Lufthansa

## exclusive

# W

 Lufthansa

Woman's World

# 1,5 Mio.

**luxusliebende Erfolgsmenschen** lesen das Lufthansa Magazin – den Reichweiten-Millionär.  
**successful, luxury-loving high-flyers** read Lufthansa Magazin – the coverage millionaire.





60

Mio.

Passagiere der Lufthansa sind  
60 Millionen Kontakt-Chancen.  
*Lufthansa passengers means  
60 million opportunities to see.*

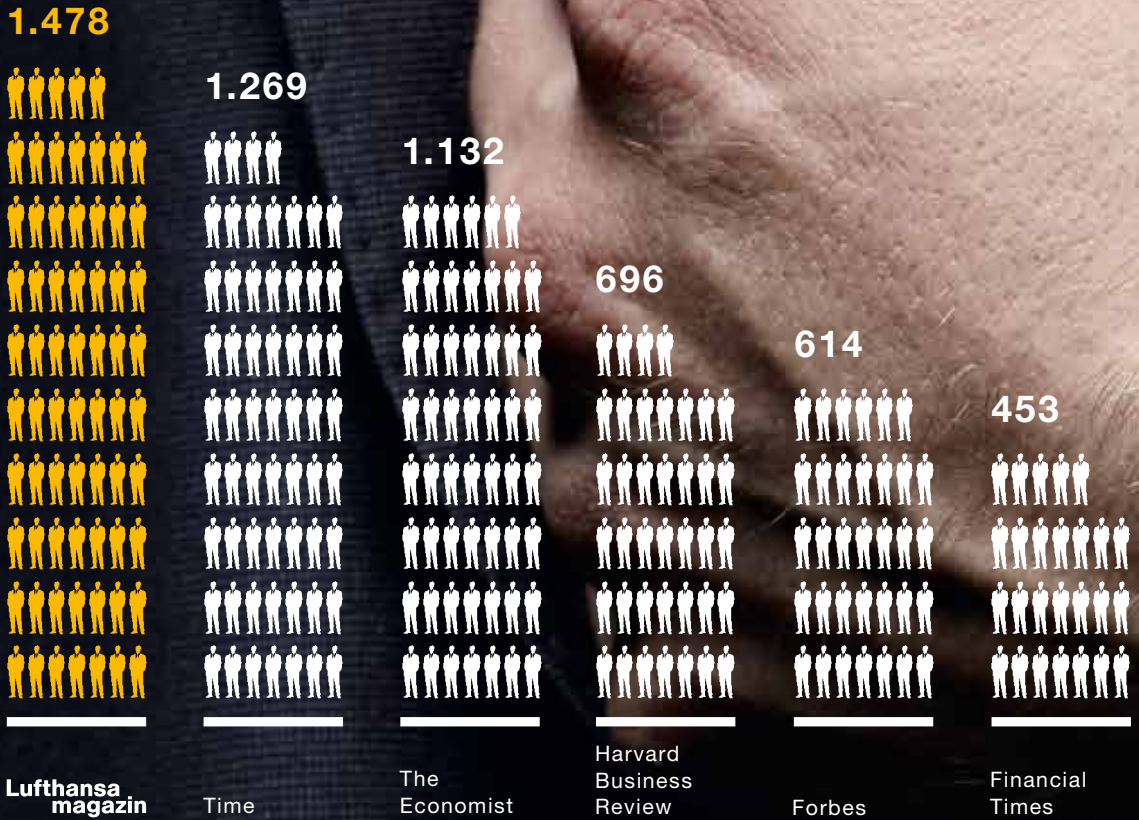


273.000 Leser des Lufthansa Magazins verdienen jedes Jahr mehr als  
*273,000 Lufthansa Magazin readers have an annual income of more than*

1000.0000€

Das Lufthansa Magazin gehört unter den paneuropäischen Entscheider-Magazinen zur *Among pan-European magazines for decision-makers, Lufthansa Magazin belongs to the*

# High Society

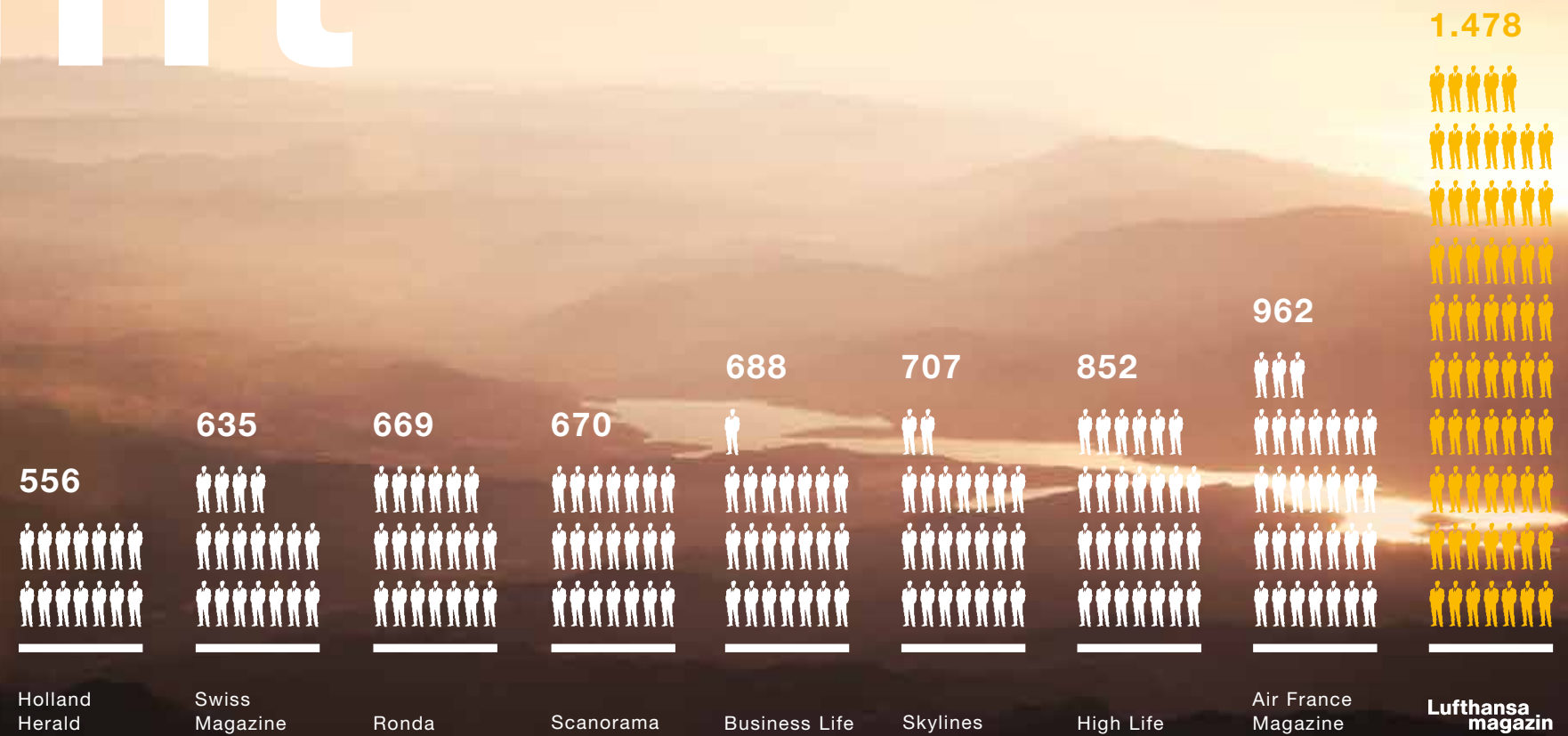


Reichweite in Tausend/Coverage in thousand, Quelle/Source: IPSOS Affluent Survey Europe 2017.



Unter Europas Bordmagazinen  
 ist das Lufthansa Magazin der  
*Among Europe's on-board magazines,*  
*Lufthansa Magazin is the*

# Inflight Hero



# Lufthansa magazin

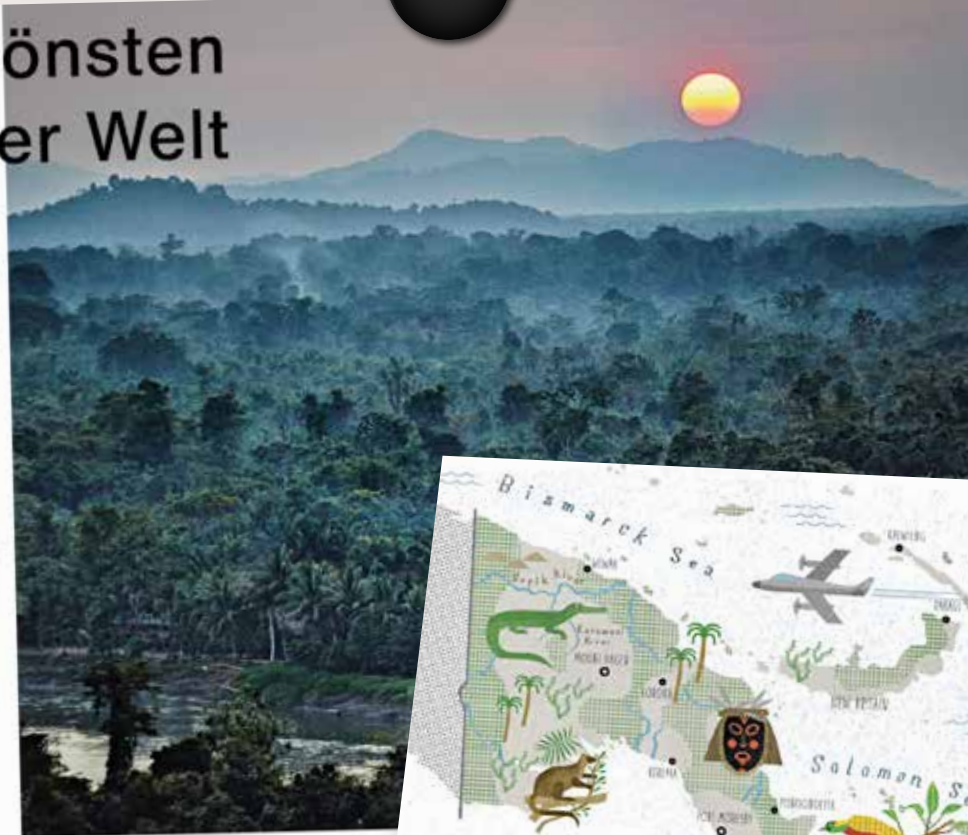
06 | 17



## Am schönsten Ende der Welt

Papua-Neuguineas ist eines der letzten Naturparadiese. Nur 21 000 Besucher verirrt sich im vergangenen Jahr in das Dschungelreich nördlich von Australien. Unser Reporter flog in den Urwald - dort traf er auf Buschpiloten, Krokodiljäger und stolze Stammeskrieger

*The most beautiful end of the earth Papua New Guinea, which lies north of Australia, is a natural paradise - one of the last in the world. Only 21 000 visitors traveled there last year. Our reporter flew into the jungle, where he met bush pilots, crocodile hunters and proud tribal warriors*



## Kosmos



**MIAMI BEACH**  
**Kunst, meine Teure!**

**LOS ANGELES**  
**Groovy**

**ARI DINKEL - LONDON - BERLIN**  
**So schmeckt der November**

**MODE**  
Hier sind nur noch für Frauen und Brillen? Hier zeigen, auch greifbar, moderne und praktische Modelle, die sich von der klassischen Form abheben.

**REISE**  
Hier ist der Ort, um für die besten Anblicke der Natur zu stehen, die man sehen kann. Hier ist die Natur, die man sehen kann. Hier ist die Natur, die man sehen kann.

**LEBENSSTIL**  
Hier ist der Ort, um für die besten Anblicke der Natur zu stehen, die man sehen kann. Hier ist die Natur, die man sehen kann. Hier ist die Natur, die man sehen kann.

Das rundum erneuerte Lufthansa Magazin will für den Bereich der Bordunterhaltung weltweit neue Maßstäbe setzen. Das bisherige Layout wurde hierfür konsequent überarbeitet: Die luftige und klare Gestaltung des Magazins orientiert sich jetzt stark an internationalen Lifestyle-Titeln, ohne an Eigenständigkeit einzubüßen. Ein Anspruch, der perfekt zu einer Weltmarke wie Lufthansa passt. Unser journalistisches Portfolio haben wir erweitert: Neben starken Reporter-geschichten aus aller Welt sowie Interviews mit Hollywood-stars werden Mode-, Design- und Food-Themen stärkere inhaltliche Rollen spielen.

The completely revamped Lufthansa magazine aims to set new global standards for in-flight entertainment. The existing layout has been completely reworked: the clear, breezy design of the magazine is now strongly oriented towards international lifestyle publications, while retaining its individual character and perfectly reflecting the high standards that you would expect from a global brand like Lufthansa. We have expanded our journalistic portfolio: in addition to powerful reports from across the globe and interviews with Hollywood stars, fashion, design and food topics will play a bigger role in the content.

Regelmässige Fashion-Shootings, neue Autoren-Kolumnen und ein mosaikhafter Hefteinstieg schärfen das Profil des Lufthansa Magazins.

Regular fashion shoots, new author columns and a mosaic-style introductory section give Lufthansa magazine a sharper profile.



Adrian Pickshaus  
Chefredakteur  
Editor-in-Chief



# 315.000

**Top-Kunden der Lufthansa** gehören zur gesellschaftlichen Oberschicht, sie erhalten das Lufthansa Exclusive persönlich nach Hause. *top Lufthansa customers belong to the highest social category and get Lufthansa Exclusive delivered personally to their home.*

Persönlicher  
Heftversand in ganz  
Deutschland  
*Personally  
delivered  
Germany-wide*







GQ  
89

Manager Magazin  
111

WirtschaftsWoche  
121

Capital  
134

Lufthansa  
**exclusive**  
315

Unter Deutschlands Magazinen für Macher ist das Lufthansa Exclusive der *Among Germany's magazines for movers and shakers* Lufthansa Exclusive is the

# BOSS

Auflage in Tausend/Circulation in thousand, Quelle/Source: IVW 1/2017, verkaufte Auflage.



# Der Spießer

Fressen oder gefressen werden: Dan Silveira jagt in Kalifornien Fische mit der Harpune – und wildert im Revier der Haie. Auf Tauchgang mit einem Grenzgänger



Er produziert Skandale und gibt sich unschuldig: *Jean Paul Gaultier*. In den Achtzigern entstaubte er die französische Mode: Korsagen über Roben, BHs spitz wie Waffen, präsentiert von schrägen Models wie Rosy de Palma und opulenten wie Beth Ditto. Für Stars wie Madonna entwarf er Bühnen-Outfits, die ihn zur Legende werden ließen. Vor einem Jahr machte er Schluss mit Prêt-à-porter. Gaultier ist nur noch als Haute Couture zu haben, ab 28 000 Euro pro Teil. Nun kommt die Gaultier-Ausstellung „From the Sidewalk to the Catwalk“ nach München – und der Meister war bereit für ein Vorgespräch.



# N°3

2017 exclusive

Auf die kluge Tour

Koffer mit Klüften: wie das Gepäck der Zukunft unser Reisen bequemer macht

*Lufthansa Exclusive ist das Premium-Produkt unserer magazinfamilie und wendet sich an die Vielflieger der Lufthansa – eine kosmopolite und äußerst anspruchsvolle Klientel. Unser Leitgedanke ist dieser hochmobilen Elite als Kompass zu dienen. Auf die besondere Lesesituation – unser magazin ist mehr Coffee-Table-Book als news-getriebener Fast Read – gehen wir bei der Themenfindung bewusst ein: opulente Bilderstrecken und fesselnde Langtexte sollen die Quality Time der Leserschaft bereichern.*



Rückkehr der Klassiker: Für unsere Style-Ausgabe haben wir Lieblinge aus Kultur und Lifestyle vereint, die sich in diesen Tagen neu erfinden



Nachsitzen

Lümmeln in der letzten Bank  
Kannst du es? Dieser Stuhl bekommt von? Vollbracht haben Sie einen großen Teil der Jugend auf einem seiner Vorgänger verbracht. Seit dem letzten Jahr war das Modell des Wunderhais Filippini aus Rom (siehe: Was ist das Standardmodell an deutschen Schulen, Designer Kunstler Otto hat den Stuhl jetzt für ein Museum modernisiert).

Eine Nacht in Paris  
Andy Warhol, Mick Jagger, Grace Jones. In den achtziger und neunziger Jahren lernten die Promis im Les Bains die Nächte durch. Jetzt ist der legendäre Pariser Club ein Luxushotel, wo Nachbarn feiern und eine exklusive Schichtzeit haben.

Pinseltechnik  
Man wird wieder glatt: Die Nazarener lernt ein handliches Contact. Mit den Pflegeprodukten der schottischen Firma Manly kriegt die auch jeder hin.



Dahinter steckt ein cooler Kopf  
Erfassen Sie die Persönlichkeiten hinter diesen Gläsern?



Sehnsucht in der Stimme  
Am 28. September wird Bryan Ferry 60 – und er ist auf Deutschlandstadien wurde der Brite mit der Soul-Stimme als Schallmauerer gefeiert. Er ist ein Coverking. Sein aktuelles Album ist eine Interpretation von Prince (siehe: „Jubilee and Mary“). Neue Staffeln ankommt.

Bunte Binder  
„Eine Marke für Anzugträger und Start-ups“, will Gentleman's Agreement sein. Da es diese Menschen gibt, wir Schmeichler. Die Bindungen Manchester weiß, jedenfalls, wie man klassische Accessoires besonders Glanz verleiht. Ihre Fliegen stärken knistern, aber niemals zerfallen.

30  
Jahre messen die Autos werden oft sein, um alle Outlets zu gehen. 2015 ist die Zahl der neu zugelassenen Elektroautos auf 480.000. Und, jeder zweite Deutsche ist auch noch ein...



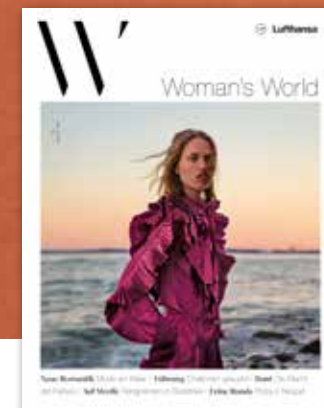
*Lufthansa Exclusive is the premium product in our magazine family. It is aimed at Lufthansa frequent flyers: a cosmopolitan and highly discerning clientele. Our guiding principle is to act as a compass for this highly mobile elite. The selection of topics deliberately reflects the unique reading situation (our magazine is more of a coffee table book than a fast, news-driven read): opulent photo spreads and gripping long-form texts aim to enrich the readers' quality time.*

*Mit einem einzigartigen Mix aus Reportagen, Porträts und Business-Geschichten spiegeln wir die Lebenswelt der rund 315.000 Entscheider wider.*

*With a unique mix of reports, portraits and business stories, we reflect the world that the approx. 315,000 decision-makers live in.*

# 100%

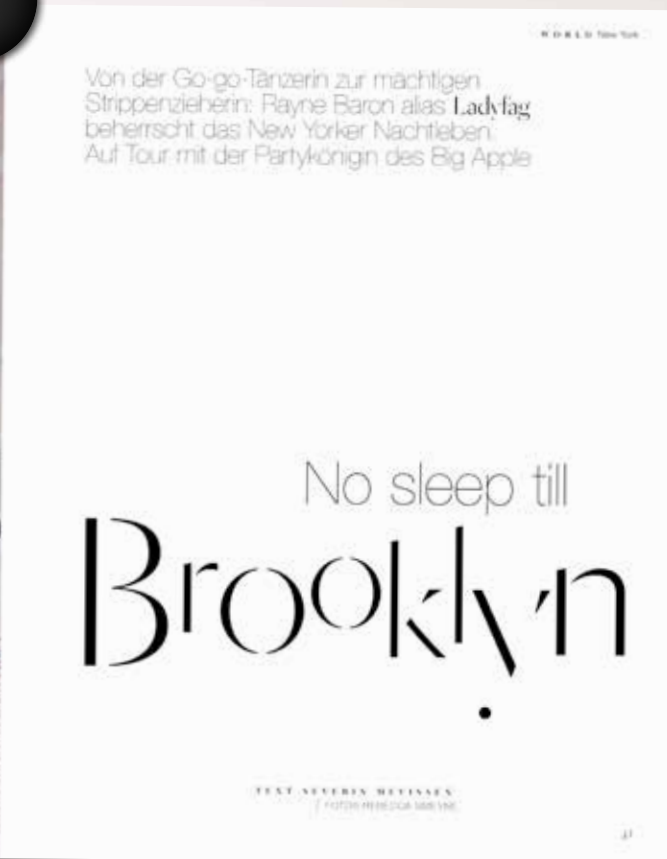
**Vielfliegerinnen** – eine exclusive Zielgruppe, erreichbar mit Lufthansa Woman's World.  
*female frequent flyers* – an exclusive target group that can be reached with Lufthansa Woman's World.



**43% der Lufthansa Woman's World-Leserinnen** sind Geschäftsführerinnen, Inhaberinnen oder leitende Angestellte.  
*43% of Lufthansa Woman's World readers are managing directors, business owners or executives.*

# Business Ladys





Lufthansa Woman's World präsentiert sich mit einem umfassenden Relaunch: "Die neue Woman's World dreht sich jetzt inhaltlich stärker um das mobile Leben unserer Leserinnen. Wir geben Business Themen mehr Gewicht, ohne unsere Reisekompetenz zu vernachlässigen. Unsere exklusive Zielgruppe wollen wir inspirieren, informieren und dazu noch Identifikation schaffen, indem wir gute Geschichten erzählen, von spannenden Frauen für spannende Frauen", sagt Adrian Pickshaus.

Lufthansa Woman's World is released following a comprehensive relaunch: "The content of the new Woman's World now focuses on the mobile lives of our readers. We will be placing more emphasis on business topics without neglecting our commitment to travel. We want to inspire and inform our exclusive target group, and establish a sense of identification by telling great stories from exciting women for exciting women", says Adrian Pickshaus.



Der Premium-Anspruch findet sich im veränderten Konzept wieder. Eine exklusive Mischung aus Reise, Style, Reportagen und Business-Themen.

The new concept also reflects our extremely high standards. An exclusive mix of travel, style, commentary and business topics.



# Digital Inspiration

Mit digitalen Erlebnissen führt die Lufthansa Medienfamilie die hochmobile Elite durch die moderne Lebenswelt.

*With digital experiences, the Lufthansa media family guides the highly mobile elite through the modern world that they live in.*

## Style

Klares modernes Design, smarte Navigation, eigene Produktionen weltweit – das Leseerlebnis der Fluggäste endet nicht mit der Landung.

*Clear, modern design, smart navigation, our own productions worldwide – a reading pleasure for our passengers that doesn't end at their destination.*

## People

Audio-Slideshows stellen die Autoren hinter den Beiträgen vor. So bekommt zeitgemäßer Travel-Content im Netz eine neue Adresse.

*Audio slideshows present the authors of the articles. Thus giving contemporary travel content a new address on the Internet.*



## Aviation

Interviews, Porträts und Geschichten aus der Welt der Luftfahrt werden neu erzählt. Das Angebot wird laufend aktualisiert und erweitert.

*Interviews, portraits, and stories from around the world of aviation are told in a new way. Our services are constantly being updated and expanded.*

## Travel

Bildstarke Reisereportagen fließen nahtlos über in modernes Storytelling. LH.com/magazin zeigt, wie sich gedruckter und digitaler Content perfekt ergänzen.

*An excellent match: wonderfully illustrated travelogues and modern storytelling. LH.com/magazin shows how printed and digital content perfectly complement one another.*

## Lufthansa Magazin digital

Das digitale LUFTHANSA MAGAZIN macht Reisegeschichten mobil. Multimediale Inhalte wie Bildgalerien und Videos ergänzen das Heft – dazu gibt's die ausführliche Präsentation der gesamten Lufthansa Flotte. Immer aktuell – überall und auf allen digitalen Geräten. LH.com/magazin

*Read our travel stories anywhere with the digital version of LUFTHANSA MAGAZIN and enjoy additional multimedia content such as picture galleries and videos. Plus: everything you ever wanted to know about the entire Lufthansa fleet – delivered to all your digital devices. LH.com/magazin*

# The Sky is the Limit

**Grenzenlose Erreichbarkeit** mit den Lufthansa Magazin-Medien.  
*Unlimited coverage with the Lufthansa Magazin media.*



## Lufthansa Magazin Unterhaltung an Board

Das rundum erneuerte Lufthansa Magazin ist das klassische Inflight-Magazin an Bord und der Kern der Lufthansa Magazinfamilie. Das weltgewandte Zeitgeistmagazin überrascht und unterhält 1,5 Millionen Leser pro Monat.

### **On-board entertainment.**

*The completely revamped Lufthansa Magazin is the classic in-flight magazine and the heart of the Lufthansa Magazin family. The contemporary, cosmopolitan magazin entertains 1.5 million readers per month with expectation-defying content.*



## Lufthansa Exclusive Persönlich für alle Vielflieger

Das Lufthansa Exclusive wird den Top-Kunden der Lufthansa persönlich jeden Monat nach Hause geschickt und bietet hochwertigen und inspirierenden Lesestoff zu den Themen Style und Business.

### **Personally delivered to all frequent flyers.**

*Lufthansa Exclusive is personally delivered to the homes of top Lufthansa customers every month. It offers high-quality and inspiring reading material on the topics of style and business.*



## Lufthansa Woman's World Für alle Vielfliegerinnen

Das unvergleichbare Lifestyle-Magazin: Lufthansa Woman's World spricht die TOP-Zielgruppe der vielfiegenden Business-Frauen edel und hochwertig an.

### **For all female frequent flyers.**

*The unique lifestyle magazine: Lufthansa Woman's World addresses the top target group of frequent-flying businesswomen in a sophisticated, high-quality way.*



## Lufthansa Magazin digital Inspiration an jedem Ort

Die neue digitale Präsenz des Lufthansa Magazins begeistert eine große Leserschaft mit Premium-Content. Dieses hochaktuelle Webangebot für alle mobilen Endgeräte bietet Travel-Content im Netz mit Videos, animierten Infografiken und Audio-Slideshows.

### **Inspiration wherever you are.**

*The new Lufthansa Magazin digital presence wows a large readership with premium content. This highly topical online magazin for all mobile devices offers travel content with videos, animated infographics and audio slideshows.*



@ [info@macsads.com](mailto:info@macsads.com)

+ (357) 99799399

[www.luxuryhotels.guide](http://www.luxuryhotels.guide) | [www.luxuryhotelsmagazines.com](http://www.luxuryhotelsmagazines.com) | [www.cyprusfinest.com](http://www.cyprusfinest.com) | [www.macsads.com](http://www.macsads.com)