

# Mediadaten 2024

Punktlandung bei Ihrer Zielgruppe



**Lufthansa** Ambient Media



## Treffen Sie Ihre Zielgruppe auf unseren Flügen

Sichern Sie sich durch den direkten Kontakt mit der exklusiven Zielgruppe bei Lufthansa einen hohen Wirkungsgrad ohne Streuverlust.

Ihre Werbebotschaft hat durch unsere zahlreichen Medien entlang der Reisekette eine hohe Kontaktzeit: von zu Hause bis ans Flugziel. Die Reisezeit unserer Gäste wird somit zu Ihrer effizienten Werbezeit.

Bei Lufthansa genießt Ihre Werbebotschaft höchste Aufmerksamkeit im Premium-Segment.

### **Die Medien der Lufthansa bieten Ihnen ein einzigartiges Werbeumfeld:**

- Eine Flotte von über 300 Flugzeugen
- Mehr als 204 Ziele in 71 Ländern
- Durchschnittlich 3,6 Mio. Passagiere im Monat

Lufthansa German Airlines ist Deutschlands beliebteste Reise- und Tourismusmarke. Die Airline führt die deutsche Top 10 des in 2022 erstmalig durchgeführten Travel & Tourism Brand & Destination Rankings von YouGov an.

Damit sichert sich Lufthansa den ersten Platz unter den bei deutschen Verbrauchern beliebtesten Reise- und Tourismus-Marken.\*

Nutzen Sie das Image der Marke Lufthansa, um Ihre Werbung gezielt zu platzieren und erreichen Sie somit eine hohe Werbewirkung für Ihr Unternehmen.

Die aktuellsten Informationen rund um die Lufthansa Werbemedien finden Sie immer online unter [lufthansa.com/medien](https://www.lufthansa.com/medien)

Mit wöchentlich **5.114 Verbindungen** zu **204 Reisezielen** in **71 Ländern** verbindet Lufthansa weltweit Kulturen und Menschen.\*



\*Zahlen 2022, Stand September



## Lufthansa Zielgruppen: Zahlen und Fakten

**Die Passagiere von Lufthansa – weltgewandt, interessiert und anspruchsvoll.**

Die Fluggäste an Bord von Lufthansa verbindet ein hohes Qualitätsbewusstsein und ein stark ausgeprägtes Interesse an Konsumgütern. Als Top-Entscheider und Multiplikatoren aus Wirtschaft und Gesellschaft verfügen sie über eine überdurchschnittliche Kaufbereitschaft im Premium- und Luxussegment.

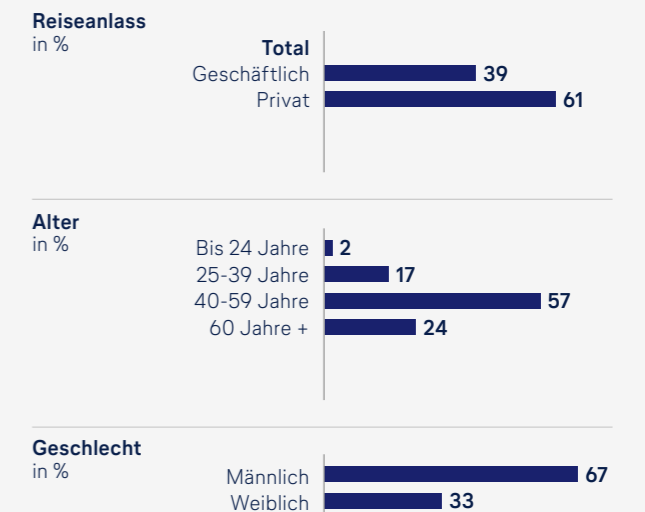
Sie sind gebildet, gut situiert und besitzen große Entscheidungsfreiheiten im beruflichen sowie im privaten Bereich. In Bezug auf die genannten Eigenschaften liegen die Passagiere von Lufthansa signifikant über dem deutschen Bundesdurchschnitt – dies gilt ebenfalls in punkto Investitionsbereitschaft und Technologieaffinität.

### Erhebungen:

- First & Business Class
- Premium Economy & Economy Class
- alle Passagierklassen

**Die Werte auf den nachfolgenden Seiten beziffern Charakteristika und Interessen im Vergleich zum deutschen Bundesdurchschnitt.**

### Zielgruppenübersicht



# First & Business Class

Bringen Sie Ihre Marke direkt in Kontakt mit einer kaufkräftigen Zielgruppe: unsere Gäste in der First & Business Class verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen und große persönliche Interessen in den Bereichen Finanzen, Luxury Goods und Mobilität.

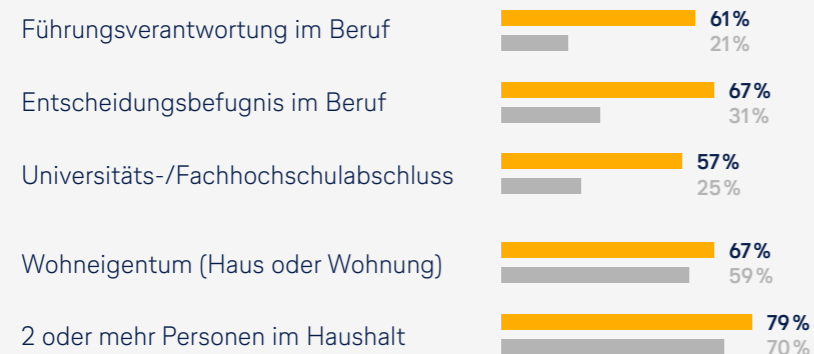
## Farblegende



## Haushaltsnettoeinkommen



## Profil



**47%**  
18%

**Consumer Electronics**  
Wahrscheinlichkeit zum Kauf von Unterhaltungselektronik in den nächsten 12 Monaten

**26%**  
5%

**Beruf**  
Entscheidungsbefugnis in der IT

**60%**  
42%

**Alleinentscheider**  
im Haushalt über Urlaube

**28%**  
12%

**Luxury Goods**  
Wahrscheinlichkeit eines Uhrenkaufs in den nächsten 12 Monaten

**20%**  
9%

**Investitionen**  
Interesse an der Tätigkeit von Investitionen

**91%**  
66%

**Finanzen**  
Interesse an Geldanlageprodukten (Aktien, ETFs, Festgeld etc.)



**23%**  
12%

**Accessoires**  
Wahrscheinlichkeit eines Schmuckkaufs in den nächsten 12 Monaten

**67%**  
29%

**Mobilität**  
Wahrscheinlichkeit eines Autokaufs in den nächsten 12 Monaten

# Premium Economy & Economy Class

Eine einkommensstarke Zielgruppe mit ausgeprägten Interessen:  
Die Lufthansa Passagiere in der Premium Economy & Economy Class interessieren sich im Vergleich zum Bundesdurchschnitt deutlich stärker für Produkte aus den Bereichen Finanzen, Consumer Electronics und Mobilität.

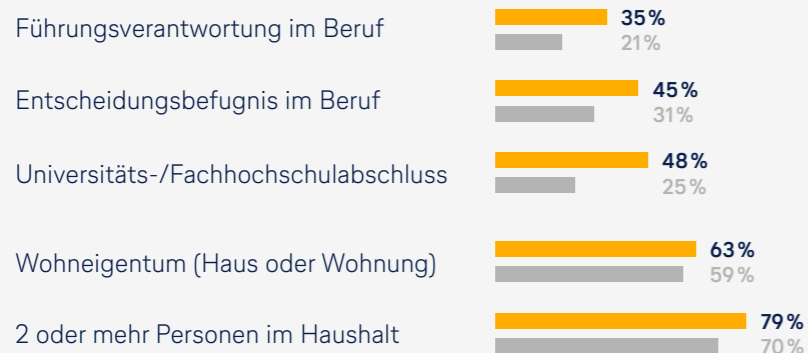
## Farblegende



## Haushaltsnettoeinkommen



## Profil



42% / 22%

**Besitz von Aktiendepots**  
(Online + Offline)

80% / 64%

**Finanzen**  
Interesse an Geldanlageprodukten  
(Aktien, ETFs, Festgeld etc.)

25% / 18%

**Versicherungen**  
Wahrscheinlichkeit zum Wechsel/Neuabschluss  
von Versicherungsprodukten in den nächsten  
12 Monaten

14% / 9%

**Investitionen**  
Interesse am Tätigen  
von Investitionen

17% / 12%

**Accessoires**  
Wahrscheinlichkeit eines  
Schmuckkaufs in den  
nächsten 12 Monaten

33% / 18%

**Consumer Electronics**  
Wahrscheinlichkeit zum Kauf  
von Unterhaltungselektronik  
in den nächsten 12 Monaten



39% / 29%

**Mobilität**  
Wahrscheinlichkeit eines Autokaufs  
in den nächsten 12 Monaten

32% / 28%

**Interesse**  
Interesse im Bereich Technologien

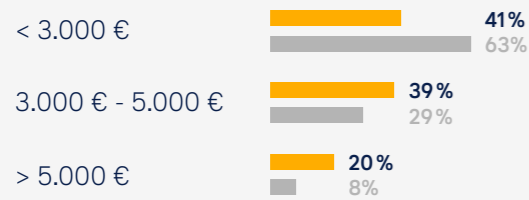
# Alle Passagierklassen

Hier sind Ihre Werbeziele gut aufgehoben: Die persönlichen Interessen der einkommensstarken Lufthansa Passagiere sind in den Bereichen Mobilität, Consumer Electronics und Finanzen deutlich stärker ausgeprägt als der deutsche Durchschnitt.

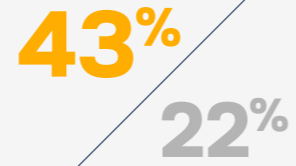
## Farblegende



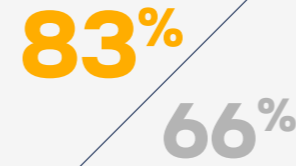
## Haushaltsnettoeinkommen



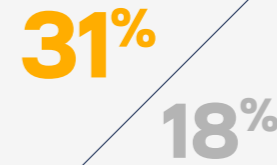
## Profil



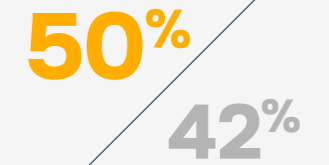
**Besitz von Aktiendepots**  
(Online + Offline)



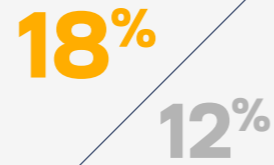
**Finanzen**  
Interesse an Geldanlageprodukten  
(Aktien, ETFs, Festgeld etc.)



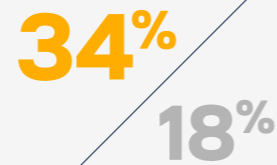
**Versicherungen**  
Wahrscheinlichkeit zum Wechsel/  
Neuabschluss von Versicherungsprodukten  
in den nächsten 12 Monaten



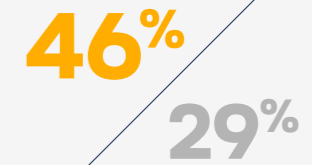
**Alleinentscheider**  
im Haushalt über Urlaube



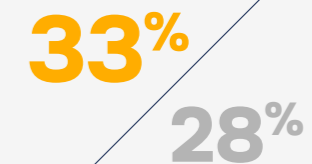
**Accessoires**  
Wahrscheinlichkeit eines  
Schmuckkaufs in den  
nächsten 12 Monaten



**Consumer Electronics**  
Wahrscheinlichkeit zum Kauf  
von Unterhaltungselektronik  
in den nächsten 12 Monaten



**Mobilität**  
Wahrscheinlichkeit eines Autokaufs  
in den nächsten 12 Monaten



**Interesse**  
Interesse im Bereich Technologien

Quelle: YouGov November 2018  
Die Zahlen beziehen sich auf Passagiere, die in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal mit Lufthansa geflogen sind.



## Werbemöglichkeiten

### am Boden

#### Alle Lufthansa Kunden

Deutschlandweit

International

LoungeNet

Meine Buchungen

Datenbasierte Banner Ads

Lounge Screens

### an Bord

#### First Class

Innerdeutsche / europäische Flüge

International

Inflight Entertainment Langstrecke

#### Business Class

Innerdeutsche / europäische Flüge

International

Erfrischungstücher

Inflight Entertainment Langstrecke

#### Premium Economy & Economy Class

Innerdeutsche / europäische Flüge

International

Inflight Entertainment Langstrecke





## Digital

Lounge Screens

Inflight Entertainment Langstrecke  
Pre-roll Light Package

Inflight Entertainment Langstrecke  
Pre-roll Classic Package

## Online/Mobile

LoungeNet

Meine Buchungen

Datenbasierte Banner Ads

## Ambient

Erfrischungstücher



## Digital

Lounge Screens

Inflight Entertainment Langstrecke  
Pre-roll Light Package

Inflight Entertainment Langstrecke  
Pre-roll Classic Package



## Lounge Screens

In den Senator und Business Lounges wird Warten zum entspannten Erlebnis. Die Lounges stehen Lufthansa First und Business Class Reisenden sowie Statuskunden als komfortable Rückzugsorte zu Verfügung.

Platzieren Sie Ihre Werbung prominent auf deutschlandweit bis zu 34 Screens in bis zu 17 Lounges und nutzen Sie das exklusive Ambiente und High-Class-Umfeld als Werbeunterstützung

- 4 hochfrequentierte Lounges am internationalen Drehkreuz in Frankfurt mit über 115.000 Besuchern im Monat\*
- Digitale Werbemöglichkeit im exklusiven Ambiente der Lufthansa Business und Senator Lounges
- Ganztägige Ausstrahlung der Werbespots auf prominenten 47-Zoll-Monitoren
- Adressierung von internationalen Statuskunden sowie Lufthansa Business und First Class Reisenden

### Werbespot

Platzierung	Besucher/Monat	Preis/Monat
17 Lounges deutschlandweit Frankfurt, München, Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Hannover	334.000	44.900 €
13 Lounges deutschlandweit München, Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Hannover	217.000	32.900 €

### Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	monatlich
<b>Buchungsschluss</b>	4 Wochen vor Erscheinen
<b>Motivfreigabe</b>	3 Wochen vor Erscheinen
<b>Liefertermin</b>	2 Wochen vor Erscheinen

### Technische Daten

Format	diverse Formate, 1.920 x 1.080 Pixel
Ton	ohne Ton
Spotlänge	30 Sekunden (Standard)

### Hinweis

Ø Verweildauer pro Gast	60 Minuten
Ø Ausstrahlungen pro Tag (inkl. Frankfurt)	5.600
Ø Ausstrahlungen pro Monat (inkl. Frankfurt)	169.000
Ø Wiederholung der Spots	alle 5 Minuten

\*Je nach Fluggastaufkommen kann es zu Schwankungen bei den Besucherzahlen kommen.

Zielgruppe | Kontakt | AGB

### Digital

**Lounge Screens**  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

### Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
Datenbasierte Banner Ads

### Ambient

Erfrischungstücher

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!



## Inflight Entertainment Langstrecke

**Lufthansa Inflight Entertainment garantiert beste Unterhaltung an Bord – aktuelle Blockbuster, Klassiker der Filmgeschichte, TV-Serien-Highlights, Dokumentationen, Sitcoms, Musik und Spiele sorgen für einen kurzweiligen Flug.**

**Gerade die Zielgruppe der Geschäftsreisenden findet an Bord häufiger Zeit, sich mit einer Werbebotschaft zu beschäftigen als sonst.**

- Maximale Aufmerksamkeit durch eine prominente PreRoll-Platzierung im beliebten und viel genutzten Inflight Entertainment System
- Effektive Ansprache von Fluggästen auf Langstreckenflügen – auch in der First Class
- Vielfältige Integration durch ein neues Shuffle-System in allen Programmen und Buchungsklassen

### Reichweite

- Ø Passagiere / Jahr: 15,6 Mio.
- Ø Passagiere / Monat: 1,3 Mio.
- Anzahl Flugzeuge: 96
- Anzahl Flüge / Monat: 4.500 +

### Zielgruppe

- Passagiere auf Langstreckenflügen
- 41% im Alter 30-49 Jahre
- 29% im Alter 50-59 Jahre
- 56% Geschäftsreisende [First Class und Business Class]

### Nutzung

- Über 90% der Befragten haben das Inflight Entertainment genutzt
- 4,9 Stunden durchschnittliche Nutzungsdauer pro Langstreckenflug
- 66% können sich an die Werbung erinnern
- 30% erinnern sich an konkrete Werbeinhalte

Jetzt alle Entertainment  
Programme online einsehen!



# Inflight Entertainment Langstrecke Pre-roll Light Package

Wir platzieren Ihren Werbespot vor dem Programmstart, so genießt Ihre Werbebotschaft die volle Aufmerksamkeit. Mehr als 250 Movies und rund 300 TV Produktionen sorgen für ein exklusives Werbeumfeld – in allen Buchungsklassen.

- Maximale Aufmerksamkeit durch eine PreRoll-Platzierung im beliebten und viel genutzten Inflight Entertainment System
- Effektive Ansprache von Fluggästen auf allen Langstreckenflügen in allen Buchungsklassen
- 10% SOV garantiert durch das neue Shuffle-System im Pre-roll Light Package

## Werbespot | Movies & Best of TV

Platzierung	Reichweite/Monat	Preis
First-, Business-, Premium Eco + Economy Class	Ø 988.000 Kontakte SOV 10% / OTS 0,76	39.800 €

## Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	monatlich
-------------------------	-----------

<b>Buchungsschluss</b>	9 Wochen vor Erscheinen
<b>Motivfreigabe</b>	9 Wochen vor Erscheinen
<b>Liefertermin</b>	8 Wochen vor Erscheinen

## Technische Daten

Format	1- oder 2-Kanalton, mit oder ohne Musik
Spotlänge	30 Sekunden (Standard)
Sprache	Deutsch und Englisch

## Hinweise

Ø Passagiere pro Monat	1,3 Mio.
SOV	Share Of Voice
OTS	Opportunity To See

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

Entertainment Programme  
online einsehen!

### Digital

Lounge Screens  
**IFE Pre-roll Light Package**  
IFE Pre-roll Classic Package

### Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
Datenbasierte Banner Ads

### Ambient

Erfrischungstücher



# Inflight Entertainment Langstrecke Pre-roll Classic Package

Wir platzieren Ihren Werbespot vor dem Programmstart, so genießt Ihre Werbebotschaft die volle Aufmerksamkeit. Mehr als 250 Movies und rund 300 TV Produktionen sorgen für ein exklusives Werbeumfeld – in allen Buchungsklassen.

- Maximale Aufmerksamkeit durch eine PreRoll-Platzierung im beliebten und viel genutzten Inflight Entertainment System
- Effektive Ansprache von Fluggästen auf allen Langstreckenflügen in allen Buchungsklassen
- 20% SOV garantiert durch das neue Shuffle-System im Pre-roll Classic Package

## Werbespot | Movies & Best of TV

Platzierung	Reichweite/Monat	Preis
First-, Business-, Premium Eco + Economy Class	Ø 2 Mio. Kontakte SOV 20% / OTS 1,53	62.100 €

## Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	monatlich
-------------------------	-----------

<b>Buchungsschluss</b>	9 Wochen vor Erscheinen
------------------------	-------------------------

<b>Motivfreigabe</b>	9 Wochen vor Erscheinen
----------------------	-------------------------

<b>Liefertermin</b>	8 Wochen vor Erscheinen
---------------------	-------------------------

## Technische Daten

Format	1- oder 2-Kanalton, mit oder ohne Musik
--------	---

Spotlänge	30 Sekunden (Standard)
-----------	------------------------

Sprache	Deutsch und Englisch
---------	----------------------

## Hinweise

Ø Passagiere pro Monat	1,3 Mio.
------------------------	----------

SOV	Share Of Voice
-----	----------------

OTS	Opportunity To See
-----	--------------------

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

Entertainment Programme  
online einsehen!

### Digital

Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
**IFE Pre-roll Classic Package**

### Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
Datenbasierte Banner Ads

### Ambient

Erfrischungstücher

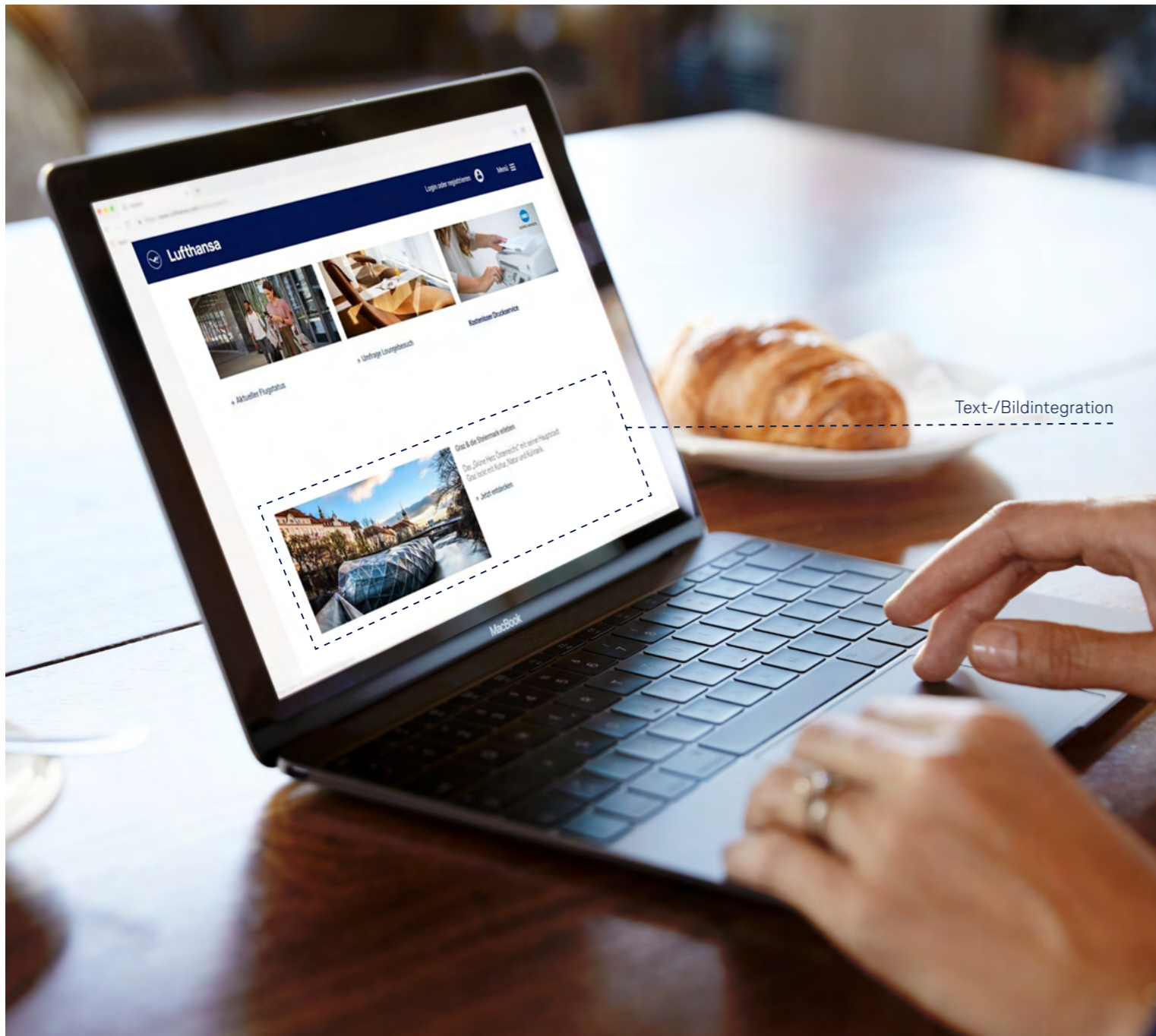


## Online/Mobile

LoungeNet

Meine Buchungen

Datenbasierte Banner Ads



# LoungeNet

In den Senator und Business Lounges wird Warten zum entspannten Erlebnis. Den Zugang zum kostenfreien Internet erhalten unsere Gäste über das LoungeNet Portal, welches 24 Stunden zur Verfügung steht. Mit flugrelevanten Informationen und spannenden Details rund ums Fliegen wird für volle Aufmerksamkeit gesorgt.

Platzieren Sie Ihren Werbebanner im Lufthansa LoungeNet direkt auf den privaten Endgeräten unserer Gäste.

- Mobile Werbemöglichkeit im exklusiven Ambiente der Lufthansa Business und Senator Lounge
- Ausstrahlung im LoungeNet, direkt auf den privaten Endgeräten Ihrer Zielgruppe
- Adressierung von Statuskunden sowie Lufthansa Business und First Class Reisenden

## Banner | Bild + Text

Platzierung	Page Impressions/Monat	Preis
Deutschlandweit	200.000	14.800 €

## Allgemeine Informationen

Buchungszeitraum	monatlich
------------------	-----------

Buchungsschluss	4 Wochen vor Erscheinen
Motivfreigabe	3 Wochen vor Erscheinen
Liefertermin	2 Wochen vor Erscheinen

## Technische Daten

Format	710 x 304 Pixel
Headline-Text	max. 40 Zeichen
Copy-Text	max. 100 Zeichen
CTA-Text	max. 20 Zeichen
Sprache	Deutsch und Englisch
Verlinkung	Deutsch und Englisch

## Hinweis

Ø Verweildauer pro Gast im Portal	ca. 3 Minuten
-----------------------------------	---------------

Je nach Fluggastaufkommen kann es zu Schwankungen bei den Page Impressions kommen.

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

### Digital

Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

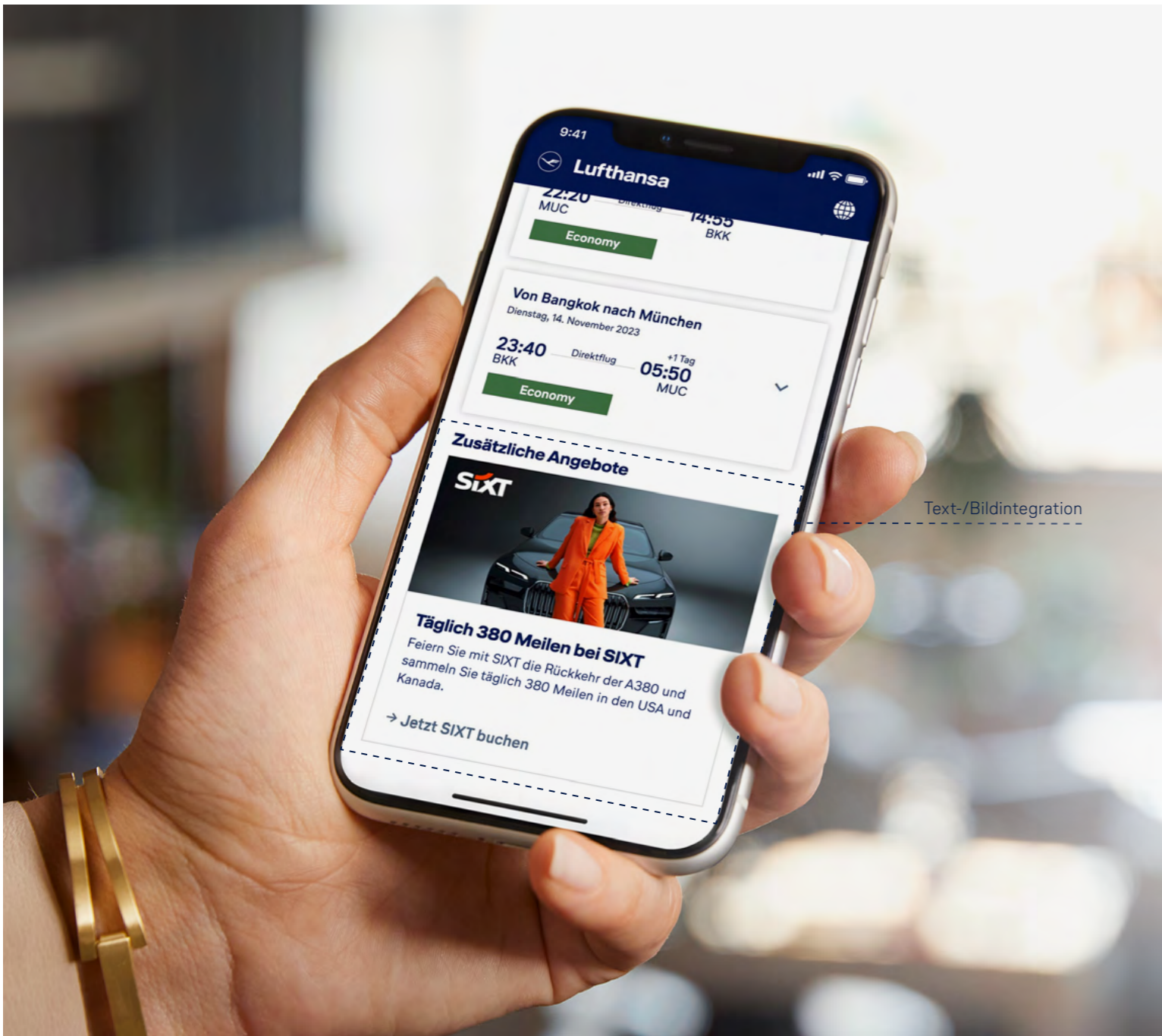
### Online/Mobile

**LoungeNet**  
Meine Buchungen  
Datenbasierte Banner Ads

### Ambient

Erfrischungstücher





# Meine Buchungen

Rücken Sie Ihre Werbung ins Zentrum des Interesses: Im Kontext der wichtigen Buchungsinformationen ist Ihrer Werbebotschaft die maximale Aufmerksamkeit sicher.

Dank responsivem Design wird Ihre Werbung im Service Bereich Buchungsbestätigung und Meine Buchungen optimal dargestellt. Das bedeutet: Mit nur einer Buchung erhält Ihre Werbebotschaft mehr Reichweite, mehr Aufmerksamkeit und mehr Wirkung.

- Bei jedem Zugriff auf den Bereich "Meine Buchungen" wird Ihre Werbebotschaft den Lufthansa Kunden präsentiert
- Zusätzlich wird bei Abschluss jeder Flugbuchung Ihr Werbebanner angezeigt
- Garantierte Aufmerksamkeit direkt innerhalb der wichtigen Buchungsinformationen

## Banner | Bild + Text

Platzierung	Banner Views/Monat	Preis
Deutsch	230.000	18.400 €
Englisch	450.000	36.000 €

## Allgemeine Informationen

Buchungszeitraum	monatlich
Buchungsschluss	4 Wochen vor Erscheinen
Motivfreigabe	3 Wochen vor Erscheinen
Liefertermin	2 Wochen vor Erscheinen

## Technische Daten

Bildgröße	220 x 93 Pixel
Headline-Text	max. 25 Zeichen
Copy-Text	max. 100 Zeichen
CTA-Text	max. 20 Zeichen
Sprache	Deutsch oder Englisch
Verlinkung	Deutsch oder Englisch

## Hinweis

Je nach Fluggastaufkommen kann es zu Schwankungen bei den Page Impressions kommen.

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

Digital  
Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

Online/Mobile  
LoungeNet  
**Meine Buchungen**  
Datenbasierte Banner Ads

Ambient  
Erfrischungstücher

# Datenbasierte Banner Ads [Standard Ad-Bundle]

Sprechen Sie Ihre Zielgruppen über alle digitalen Formate hinweg mit datenbasierten Banner Ads an.

Die Datenbasis für die zielgenaue, übergreifende Ausspielung der Banner Ads beruht auf den Interessen und dem Suchverhalten der Besucher auf lufthansa.com.

Mit dem Cookie-basierten Targeting wird Ihre Werbebotschaft maßgeschneidert auf den Webseiten von Drittanbietern angezeigt und erreicht Ihre Zielgruppen punktgenau – ohne Streuverluste.

- Direkte Ansprache aller relevanten Nutzer durch intelligentes Data Targeting
- Flexibilität bei Dauer und Zeitpunkt der Kampagne
- Anpassung bei Bedarf jederzeit möglich (z.B. bei Zielgruppenwechsel)
- Garantierte und planbare Nettoreichweite

## Standard Ad-Bundle

Datenbasis	Preis / TKP
Allgemeines Reiseinteresse	25 €
Reiseabsicht	30 €
Flugbuchung	35 €
Weitere Parameter	
First-/ Business Class	+15 €
Herkunft / Zielort	+5 €
Abflugdaten	+5 €
Reisedauer	+5 €
Geo-/Sprach-Targeting	+5 €

## Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	flexibel
<b>Buchungsschluss</b>	3 Wochen vor Erscheinen
<b>Motivfreigabe</b>	2 Wochen vor Erscheinen
<b>Liefertermin</b>	1 Wochen vor Erscheinen

## Technische Daten

Display-Formate	Wide Skyscraper   160 x 600 Pixel
	Medium Rectangle   300 x 250 Pixel
	Leaderboard   728 x 90 Pixel
Mobile-Formate	Medium Rectangle   320 x 50 Pixel
	Mobile Banner   300 x 50 Pixel
	Leaderboard   320 x 75 Pixel

Zielgruppe | Kontakt | AGB



Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

## Digital

Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

## Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
**Datenbasierte Banner Ads**

## Ambient

Erfrischungstücher

# Datenbasierte Banner Ads [Premium Ad-Bundle]



Steigern Sie die Sichtbarkeit und den Erfolg Ihrer Werbekampagnen mit unserem Premium Ad-Bundle. Sprechen Sie Ihre Zielgruppen über alle digitalen Formate hinweg mit prominenten und datenbasierten Banner Ads an.

Die Datenbasis für die zielgenaue, übergreifende Ausspielung der Banner Ads beruht auf den Interessen und dem Suchverhalten der Besucher auf [lufthansa.com](https://www.lufthansa.com).

Mit dem Cookie-basierten Targeting wird Ihre Werbebotschaft maßgeschneidert auf den Webseiten von Drittanbietern angezeigt und erreicht Ihre Zielgruppen punktgenau – ohne Streuverluste.

- Direkte Ansprache aller relevanten Nutzer durch intelligentes Data Targeting
- Flexibilität bei Dauer und Zeitpunkt der Kampagne
- Anpassung bei Bedarf jederzeit möglich (z.B. bei Zielgruppenwechsel)
- Garantierte und planbare Nettoreichweite
- Premium Platzierung besonders für Brand-Kampagnen geeignet

## Premium Ad-Bundle

Datenbasis	Preis / TKP
Allgemeines Reiseinteresse	45 €
Reiseabsicht	50 €
Flugbuchung	55 €
Weitere Parameter	
First-/ Business Class	+15 €
Herkunft / Zielort	+5 €
Abflugdaten	+5 €
Reisedauer	+5 €
Geo-/Sprach-Targeting	+5 €

## Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	flexibel
<b>Buchungsschluss</b>	3 Wochen vor Erscheinen
<b>Motivfreigabe</b>	2 Wochen vor Erscheinen
<b>Liefertermin</b>	1 Woche vor Erscheinen
Technische Daten	
Display-Formate	Halfpage Ad   300 x 600 Pixel Billboard   800 x 250 Pixel Billboard   970 x 250 Pixel
Mobile-Formate	320 x 100 und 320 x 480 Pixel

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

### Digital

Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

### Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
**Datenbasierte Banner Ads**

### Ambient

Erfrischungstücher



## Ambient

Erfrischungstücher



## Erfrischungstücher

**Der Frische-Kick für Ihre Werbung: Unsere Erfrischungstücher sind ein beliebter und belebender Klassiker an Bord.**

**Präsentieren Sie Ihre Botschaft vollflächig mit einem beidseitigen Druck.**

- Zielgruppe: Lufthansa Business Class Gäste auf Deutschland- und Europa-Flügen
- Überreichung zusammen mit den Mahlzeiten im Flugzeug
- Produktion und Distribution inklusive

### Branding Erfrischungstücher [DE & EU]

Verteilung	Auflage/Monat	Preis
Business Class auf Flügen (bis 300 Min. Flugzeit), beidseitige Bedruckung	490.000	51.500 €

### Allgemeine Informationen

<b>Buchungszeitraum</b>	monatlich
-------------------------	-----------

<b>Buchungsschluss</b>	11 Wochen vor Erscheinen
------------------------	--------------------------

<b>Motivfreigabe</b>	10 Wochen vor Erscheinen
----------------------	--------------------------

<b>Liefertermin</b>	9 Wochen vor Erscheinen
---------------------	-------------------------

### Technische Daten

Format [DE & EU]	130 x 40 mm
------------------	-------------

### Hinweis

Bitte beachten Sie, dass eine alternative Verteilung von Teilmengen an Lufthansa Passagiere möglich ist.

Zielgruppe | Kontakt | AGB

Kontaktieren Sie uns!

Artikel auf Website wählen!

#### Digital

Lounge Screens  
IFE Pre-roll Light Package  
IFE Pre-roll Classic Package

#### Online/Mobile

LoungeNet  
Meine Buchungen  
Datenbasierte Banner Ads

#### Ambient

**Erfrischungstücher**

## Ihr Lufthansa Ambient Media Team



### **Annette Bachellerie**

**Marketing Managerin  
Lufthansa Ambient Media**

Expertin für die Medienbereiche  
Digital + Inflight Entertainment

Jetzt kontaktieren!



### **Julia Pirzkall**

**Marketing Managerin  
Lufthansa Ambient Media**

Expertin für den Medienbereich  
Ambient

Jetzt kontaktieren!



### **Lisa Müllerleile**

**Marketing Managerin  
Lufthansa Ambient Media**

Expertin für den Medienbereich  
Online/Mobile

Jetzt kontaktieren!

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

#### 1. Zuständigkeit / Vertragspartner

Deutsche Lufthansa AG – nachfolgend Lufthansa genannt – ist exklusiv für die Vermarktung der Lufthansa Medien zuständig. Der Vertrag über die Ausführungen des vom Auftraggeber erteilten Werbeauftrages wird im Namen und auf Rechnung der Lufthansa abgeschlossen.

#### 2. Vertragsabschluss

Angebote von Lufthansa sind in jedem Fall freibleibend. Der Vertrag kommt durch die schriftliche Bestätigung von Lufthansa zustande. Mündliche, fernmündliche und elektronische Aufträge gelten, wie von Lufthansa schriftlich bestätigt, als vereinbart, sofern der Auftraggeber nicht innerhalb von 24 Stunden nach Zugang der Buchungsbestätigung (auch Auftragsbestätigung genannt) dieser schriftlich widerspricht. Für sämtliche Aufträge gelten ausschließlich die jeweils gültigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Lufthansa (AGB). Der Geltung von allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit ausdrücklich widersprochen, es sei denn, Lufthansa hat der Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt. Dies gilt auch dann, wenn Lufthansa in Kenntnis entgegenstehender Bedingungen einen Auftrag vorbehaltlos annimmt.

#### 3. Aufträge von Agenturen

Buchungen von Werbeagenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbungtreibende (Name, vollständige Anschrift) angenommen. Werbeagenturen oder Werbemittler erhalten von Lufthansa, sofern sie entsprechende Dienstleistungen nachweisen können, eine Agenturvergütung von 15 % auf das Auftragsnetto, d. h. auf die Nettorechnungssumme ohne MwSt., nach Abzug von Rabatten (gilt nicht für Portokosten). Bei Veränderung eines Auftragswertes und/oder eines Rabattes durch Zubuchung oder Storno wird die Agenturvergütung neu berechnet.

#### 4. Zeitraum der Abwicklung

Abwicklungszeitraum ist die zwischen Lufthansa und dem Auftraggeber vertraglich vereinbarte Laufzeit.

#### 5. Vorlaufzeiten, Druckunterlagenschluss

Die angegebenen Vorlaufzeiten (z. B. Motivfreigabe, Liefertermin) dienen als Richtwerte. Die genauen Termine können von den angegebenen Richtwerten zum Teil abweichen. Es gelten die Termine gemäß Buchungsbestätigung. Sollte ein in der Buchungsbestätigung genannter Termin von den angegebenen Vorlaufzeiten abweichen und der Auftraggeber damit nicht einverstanden sein, ist er zum Rücktritt berechtigt. Er muss den Rücktritt innerhalb von fünf Werktagen ab Erhalt der Buchungsbestätigung schriftlich erklären.

#### 6. Rücktritt

Mit der Bestätigung gemäß Ziffer 2. dieser AGB wird der Werbeauftrag angenommen. Der Auftraggeber kann den Werbeauftrag mindestens in Textform stornieren. Bei der Stornierung durch den Auftraggeber fallen folgende Stornierungskosten für den Auftraggeber an, wobei sich die Staffelung dieser Kosten nach dem in der Auftragsbestätigung angegebenen Buchungsschluss für das jeweilige Medium richtet. Bei Stornierung bis maximal vier Wochen vor Buchungsschluss fallen 50 % des Auftragswertes an. Geht die Stornierung Lufthansa weniger als vier Wochen vor Buchungsschluss zu, fallen 70 % des Auftragswertes an. Bei Stornierung nach Buchungsschluss fallen 100 % des Auftragswertes an. Dem Auftraggeber bleibt vorbehalten, den Nachweis zu erbringen, dass die seitens Lufthansa geltend gemachten Kosten nicht oder nur in wesentlich geringerer Höhe entstanden sind. Bei Teilstornierungen durch den Auftraggeber werden ggf. gewährte Abschlussrabatte für den verbleibenden Werbeauftrag gemäß der zum Stornierungszeitpunkt aktuellen Preisliste neu berechnet. Lufthansa kann den Auftrag gemäß Ziffer 7., 16. bzw. 18. dieser AGB schriftlich stornieren.

#### 7. Zurückweisung von Werbeaufträgen

Lufthansa behält sich vor, Werbeaufträge – auch bereits rechtsverbindlich bestätigte Aufträge – sowie einzelne Aufträge im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn diese gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen, Rechte Dritter oder die guten Sitten verstoßen, oder deren Veröffentlichung z. B. wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form für Lufthansa unzumutbar ist, insbesondere im Fall einer möglichen Rufschädigung oder Bewerbung von Konkurrenzprodukten. Die Ablehnung wird dem

Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. In diesem Fall entfällt die Zahlungsverpflichtung für die jeweilige Leistung, jedoch sind Stornokosten gemäß Ziffer 6. dieser AGB entsprechend zu tragen, sollte der Auftraggeber die Ablehnung seitens Lufthansa zu vertreten haben. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche ist ausgeschlossen. Wird die gebuchte Werbeleistung trotz des zunächst erklärten Rücktritts erbracht, bleibt es auch bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers. Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat er ebenfalls zu tragen.

#### 8. Preise

Die angegebenen Preise sind Nettopreise, die ohne Abzug zu zahlen sind, sofern kein Rabatt vereinbart wurde. Die Preise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer. Für den Fall, dass der Kunde gesetzlich verpflichtet ist, Steuern, Gebühren oder Abgaben einzubehalten, hat der Kunde diese zusätzlichen Beträge zu zahlen, um sicherzustellen, dass Lufthansa den vereinbarten Nettobetrag erhält, den Lufthansa auch erhalten hätte, wenn keine dieser Steuern, Gebühren oder Abgaben erhoben würden.

#### 9. Grundpreis im Inflight Entertainment / Lounge Screens

Der Grundpreis ist im Inflight Entertainment und bei dem Medium Lounge Screens die Vergütung für die Ausstrahlung der Werbefernsehsendung. Er enthält keine Produktions- oder sonstigen Kosten. Sofern Produktionskosten bzw. sonstige Kosten aufgrund der angelieferten Vorlagen anfallen, werden diese gesondert berechnet und gehen in jedem Fall zu Lasten des Auftraggebers. Die Preise laut Preisliste basieren auf der angegebenen Sekundenlänge. Weicht die tatsächliche Sendungslänge von der vereinbarten Sendungslänge ab, gilt die tatsächliche Sendungslänge als Abrechnungsgrundlage, wobei Lufthansa der geänderten Sekundenlänge zustimmen muss.

#### 10. Platzierung / Reklamation

Lufthansa behält sich das Recht kurzfristiger Umstellungen (z. B. zeitliche Verschiebung oder Änderung der Platzierung) vor. Nach Möglichkeit wird der Auftraggeber vorab informiert. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Probeabzüge und Mitschnitte werden nur auf ausdrücklichen Wunsch, der vor Beginn des Buchungszeitraums geäußert wurde, geliefert. Die gebuchten Werbespots werden von Lufthansa innerhalb der vereinbarten Preisgruppe platziert, vorbehaltlich Änderungen gemäß Ziffer 12. dieser AGB. Die Preisgruppen ergeben sich aus der Lufthansa Programmstruktur, die zum Zeitpunkt der Auftragsbestätigung gültig ist. Lufthansa übernimmt keine Gewähr dafür, dass neben den im Programmschema ausgewiesenen Werbeinseln keine weiteren Werbeinseln angeboten und ausgestrahlt werden. Kann die termingerechte Ausstrahlung des Werbespots aufgrund von technischen Störungen, wegen höherer Gewalt oder sonstiger von Lufthansa nicht zu vertretender Umstände nicht eingehalten werden, wird die Ausstrahlung des Werbespots auf einen angemessenen Ersatzsendeplatz verlegt. Bei erheblichen Verschiebungen wird der Auftraggeber unverzüglich hierüber von Lufthansa in Kenntnis gesetzt.

#### 11. Mängel

Sämtliche Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb einer Ausschlussfrist von einem Monat nach Rechnungseingang geltend gemacht werden. Für eine nur unerhebliche Abweichung bestehen keine Ansprüche wegen Sachmängeln.

Mängelansprüche verjähren innerhalb von einem Jahr ab der Platzierung der Anzeige.

#### 12. Preisänderungen

Änderungen in der Preisliste sind jederzeit möglich. Für vereinbarte und bestätigte Werbeaufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von Lufthansa mindestens einen Monat vor Durchführung angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Werktagen nach Erhalt der Mitteilung gegenüber Lufthansa schriftlich ausgeübt werden.

#### 13. Zahlungsbedingungen / Aufrechnung

Sofern keine abweichende vertragliche Regelung getroffen worden ist, werden die in Auftrag gegebenen Werbeaufträge monatlich im Voraus berechnet. Die Rechnungen werden dem Auftraggeber, soweit nicht anders vereinbart, elektronisch gestellt und sind laut der auf der Rechnung angegebenen Zahlungsfrist zu bezahlen. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich Lufthansa vor, Vorauszahlungen zu verlangen. Die Zahlungen erfolgen ausschließlich auf die von Lufthansa auf der Rechnung genannten Konten. Bankspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Bei Zahlungsverzug ist Lufthansa berechtigt, die Durchführung des Auftrages zurückzustellen, ohne dass dadurch ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht. Der Auftraggeber haftet für den entstandenen Verzugssschaden. Dazu gehören Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe (§ 288 BGB). Lufthansa behält sich die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugssschadens vor. Ein Zahlungsverzug berechtigt Lufthansa nach den gesetzlichen Bestimmungen zum Rücktritt vom Vertrag. Ein daraus entstandener Schaden ist vom Auftraggeber zu ersetzen. Es darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufgerechnet werden.

#### 14. Druckunterlagen / Sendematerial

Jedes Werbemittel ist durch Lufthansa freizugeben. Sofern keine abweichende Vereinbarung getroffen worden ist, muss der Auftraggeber die Freigabe für das entsprechende Werbemittel gemäß den Terminen in der Buchungsbestätigung vor Druckunterlagenschluss bei Lufthansa einholen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Lufthansa unverzüglich schriftlich zu informieren, wenn Umstände eintreten oder erkennbar werden, aus denen sich ergibt, dass die vorgenannte Frist nicht eingehalten werden kann. Für die rechtzeitige Lieferung sowie einwandfreie Druckunterlagenlieferung an die von Lufthansa zu benennende Stelle ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei Schaltung von mehreren Anzeigen mit gleichem Motiv ist pro Werbeträger eine Vorlage zu liefern. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Lufthansa das für die Ausstrahlung der Werbespots notwendige Material für Spielfilme und TV-Serien gemäß den Terminen in der Buchungsbestätigung vor der Sendung zur Verfügung zu stellen. Die Sendekopien müssen der von Lufthansa vorausgesetzten Qualität entsprechen. Das Sendematerial wird im Namen von Lufthansa bei dem jeweiligen Dienstleister verwahrt und dem Auftraggeber nur auf Anforderung wieder zugesandt. Sollte ein Motiv für eine Werbesendung mehr als ein Jahr nicht zum Einsatz kommen, ist Lufthansa berechtigt, hierfür überlassene Sendeunterlagen und das Sendematerial entschädigungslos zu vernichten. Wenn Sendungen nicht oder falsch zur Ausstrahlung kommen, weil Unterlagen, Texte oder Sendekopien nicht rechtzeitig, mangelhaft oder falsch gekennzeichnet zur Verfügung gestellt worden sind, wird die vereinbarte Sendezeit in Rechnung gestellt. Dem Auftraggeber stehen in diesem Fall keine Ersatzansprüche zu. Der Auftraggeber trägt die Gefahr bei der Übermittlung von Sendeunterlagen und Sendematerial. Der Auftraggeber sichert zu, dass die GEMA-Abrechnung durch ihn erfolgt bzw. erfolgen wird.

#### 15. Auflagenhöhe/Restbestände

Die Mengen der Werbeträger (z.B. Erfrischungstuch, Business Class Schokolade) können aufgrund von Abweichungen der Passagiermengen variieren und zeitlich nicht eingegrenzt werden; Auflagenüberhänge werden verteilt. Die Auflage der Informationsbroschüren, Flyer und/oder Postkarten sind nur Richtwerte. Sollte die Auflage bzw. Teilauflage trotz Bemühen der Lufthansa im Werbezeitraum nicht verteilt werden, berechtigt dies den Auftraggeber nicht zu einer Minderung der vereinbarten Vergütung.

#### 16. Medien-, wettbewerbs- und urheberrechtliche Verantwortung des Auftraggebers / Freistellung

Im Verhältnis zu Lufthansa trägt der Auftraggeber allein die medienrechtliche-, wettbewerbsrechtliche und sonstige inhaltliche Verantwortung für die Werbesendung.

Wird die vertragsgemäße Leistung der Lufthansa durch Rechte Dritter oder einen Gesetzesverstoß (insbesondere solche aus Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Medienrecht) beeinträchtigt, so ist der Auftraggeber verpflichtet, die Verletzung von Rechten Dritter bzw. den Gesetzesverstoß auszuräumen. Bis dahin ist Lufthansa berechtigt, die Leistung zurückzuhalten, also insbesondere die betreffende Anzeige nicht (weiter) zu schalten, bzw. Printwerke zurückzuhalten bzw. zurückzuholen. Gelingt es dem Auftraggeber bis Ablauf einer von Lufthansa bestimmten angemessenen Frist nicht, die Verletzung bzw.

den Verstoß auszuräumen, ist Lufthansa berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten. Es gilt Ziffer 6. dieser AGB entsprechend.

Darüber hinaus stellt der Auftraggeber Lufthansa von allen Ansprüchen frei, die von Dritten gegen Lufthansa wegen der Verletzung von Rechten geltend gemacht werden, und wird Lufthansa alle im Zusammenhang mit dem Rechtsstreit stehenden Kosten erstatten. Lufthansa benachrichtigt den Auftraggeber unverzüglich, wenn derartige Ansprüche Dritter gegen sie geltend gemacht werden und wird die Ansprüche des Dritten nicht ohne Zustimmung des Auftraggebers anerkennen.

#### 17. Haftung

Die Haftung von Lufthansa bezüglich sämtlicher in diesen AGB genannten Vertragsverhältnisse (einschließlich der jeweiligen Erfüllungsgehilfen) ist bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie bei Vorliegen einer Garantie unbeschränkt. Bei leichter Fahrlässigkeit ist die Haftung im Falle der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ebenfalls unbeschränkt. Bei einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist die Haftung beschränkt auf darauf zurückzuführende Sach- und Vermögensschäden in Höhe des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens. Eine wesentliche Vertragspflicht ist die Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf. Soweit gesetzlich zulässig, ist jede weitergehende Haftung auf Schadensersatz – außer für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz – ausgeschlossen.

#### 18. Integrität

Der Auftraggeber verpflichtet sich, die gesetzlichen Vorschriften zur Bekämpfung der Korruption zu beachten. Insbesondere versichert er, dass er Mitarbeitern der Lufthansa oder diesen nahestehenden Personen keine unzulässigen Vorteile anbietet, verspricht oder gewährt. Gleiches Verbot gilt für Mitarbeiter des Auftraggebers, Erfüllungsgehilfen und sonstige Dritte, die nach Weisung des Auftraggebers handeln.

Stellt Lufthansa fest, dass der Auftraggeber gegen einen der o. g. Standards verstößt, behält Lufthansa sich das Recht vor, von dem mit diesem Auftraggeber geschlossenen Vertrag zurückzutreten. Es gilt Ziffer 6. dieser AGB entsprechend.

#### 19. Geheimhaltung und Datenschutz

Sämtliche vertrags- und personenbezogenen Daten (gleich, ob in schriftlicher, mündlicher oder sonstiger Form) unterliegen der Geheimhaltung und zwar auch dann, wenn sie nicht entsprechend gekennzeichnet sind. Der Auftraggeber und Lufthansa verpflichten sich gegenseitig zur vertraulichen Behandlung dieser Daten, es sei denn, diese sind ohnehin allgemein zugänglich oder ausdrücklich zur Veröffentlichung bestimmt oder ohne Vertragsbruch rechtmäßig von Dritten später erworben. Jede Weitergabe vertraulicher Informationen an Dritte bedarf der Zustimmung seitens der anderen Partei bzw. der Partei, welche die Informationen übergeben hat. Lufthansa ist berechtigt, vertrauliche Information an mit ihr verbundene Unternehmen im Sinne von § 15 AktG weiterzugeben.

Beide Parteien verpflichten sich, auch über das Ende des Vertragsverhältnisses hinaus Stillschweigen über die bekannt gewordenen Daten und Informationen für die Dauer von 5 Jahren zu wahren.

#### 20. Schlussbestimmungen

Änderungen und Ergänzungen zum Vertrag einschließlich Nebenvereinbarungen und Änderungen dieser Klauseln bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, bleiben die übrigen Vertragsbestandteile unberührt. Auf das Vertragsverhältnis zwischen dem Auftraggeber und der Lufthansa findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG), sowie der kollisionsrechtlichen Bestimmungen Anwendung. Vertragssprache ist Deutsch. Bei Benutzung anderer Sprachen ist der deutsche Wortlaut maßgebend. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch in Urkunden- und Wechselprozessen, aus oder in Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis, seiner Entstehung, Wirksamkeit oder Beendigung Frankfurt am Main, Bundesrepublik Deutschland.

Deutsche Lufthansa AG  
Lufthansa Aviation Center LAC  
Airporting  
D-60546 Frankfurt

Kontaktieren Sie uns! ▶

**[lufthansa.com/medien](https://lufthansa.com/medien)**  
Punktlandung bei Ihrer Zielgruppe

Preisliste gültig ab 01/2024



**Lufthansa Ambient Media**