

Media Guide 2027

Ihre Marke im richtigen Moment.

Media Index

About Lufthansa Group	3
Facts & Figures	4
Touchpoint Media	5
01 Preflight Media	6
Uptrip	8
Data Activation	9
02 Airport Media	10
New York Lounge	12
Washington Lounge	13
01 Onboard Media	14
Lufthansa Group Wi-Fi	16
Kontakt	17

Eine Airline Group. Viele starke Marken. Weltweit vernetzt.

Die Lufthansa Group verbindet Menschen, Märkte und starke Marken auf der ganzen Welt. Mit Airlines wie Lufthansa, SWISS, Austrian und Brussels Airlines, sowie Eurowings, Air Dolomiti, Edelweiss Air und Discover Airlines steht die Gruppe für internationale Vernetzung, verlässliche Qualität und vielfältige Reiseerlebnisse. Über ihre zentralen Hubs in Frankfurt, München, Zürich, Wien und Brüssel verbindet sie wichtige Wirtschafts- und Reisemärkte miteinander und schafft so ein internationales Netzwerk mit hoher Relevanz für Reisende und Marken gleichermaßen.

Als umsatzstärkste Airline Group Europas **vereint die Lufthansa Group unterschiedliche Markenprofile und Zielgruppen** unter einem gemeinsamen Dach – von Geschäftsreisen bis zu hochwertigen Freizeitreisen. So entsteht eine Plattform, die **internationale Reichweite mit starken Markenwelten und relevanten Reisemomenten** verbindet.



5 Hubs

in zentralen Lagen Europas

Internationale Touchpoints in Frankfurt am Main, München, Zürich, Wien und Brüssel.

850+

Aircraft

Ein internationales Airline-Portfolio verbindet unterschiedliche Marken, Märkte und Reiseanlässe.

39,6 Mrd. €

Umsatz im Geschäftsjahr 2025

Das umsatzstärkste Jahr in der Geschichte der Lufthansa Group.

4

strategische Joint Ventures

Starke Partnerschaften verbinden Europa mit wichtigen Märkten in Nordamerika und Asien.

Die richtige Zielgruppe. Im richtigen Moment.

Die Lufthansa Group vereint unterschiedliche Airlines mit jeweils eigenen Profilen, Zielgruppen und Reisewelten. Genau darin liegt ihre Stärke als Media-Partner: **Marken können dort platziert werden, wo Umfeld, Zielgruppe und Botschaft am besten zusammenpassen.**

Ob bei Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines oder Edelweiss – die unterschiedlichen Markenwelten eröffnen vielfältige Zugänge zu relevanten Reisenden entlang der Customer Journey. So wird **aus Reichweite gezielte Markenpräsenz**: bei den richtigen Menschen, im passenden Umfeld und im richtigen Moment.

Die richtigen Touchpoints für starke Markenmomente.

Die richtigen Momente. Die richtigen Touchpoints. Die richtige Wirkung. Lufthansa Group Media kennt die relevanten Kontaktpunkte entlang der Customer Journey und schafft für Marken genau dort Präsenz, wo Aufmerksamkeit und Umfeld die größte Wirkung entfalten.



01 Preflight Media

- › Uptrip
- › Data Activation



02 Airport Media

- › New York Lounge Screens (JFK)
- › Washington Lounge Screens (IAD)



03 Onboard Media

- › Lufthansa Group Wi-Fi

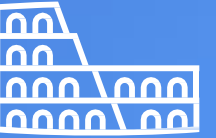
01 Preflight Media

› Uptrip › Data Activation





Vor Abflug wird aus Reichweite echte Relevanz



300 +

Destinationen weltweit



130 Mio.

Passagiere pro Jahr

Erreichen Sie Reisende vor dem Boarding nicht nur mit Reichweite, sondern mit Relevanz. Digitale Touchpoints, Aktivierungen in der Lufthansa Group Loyalty App Uptrip und perspektivisch datenbasiertes Targeting ermöglichen eine gezielte Ansprache entlang der Customer Journey – abgestimmt auf Zielgruppe, Nutzerverhalten und Kampagnenziel.

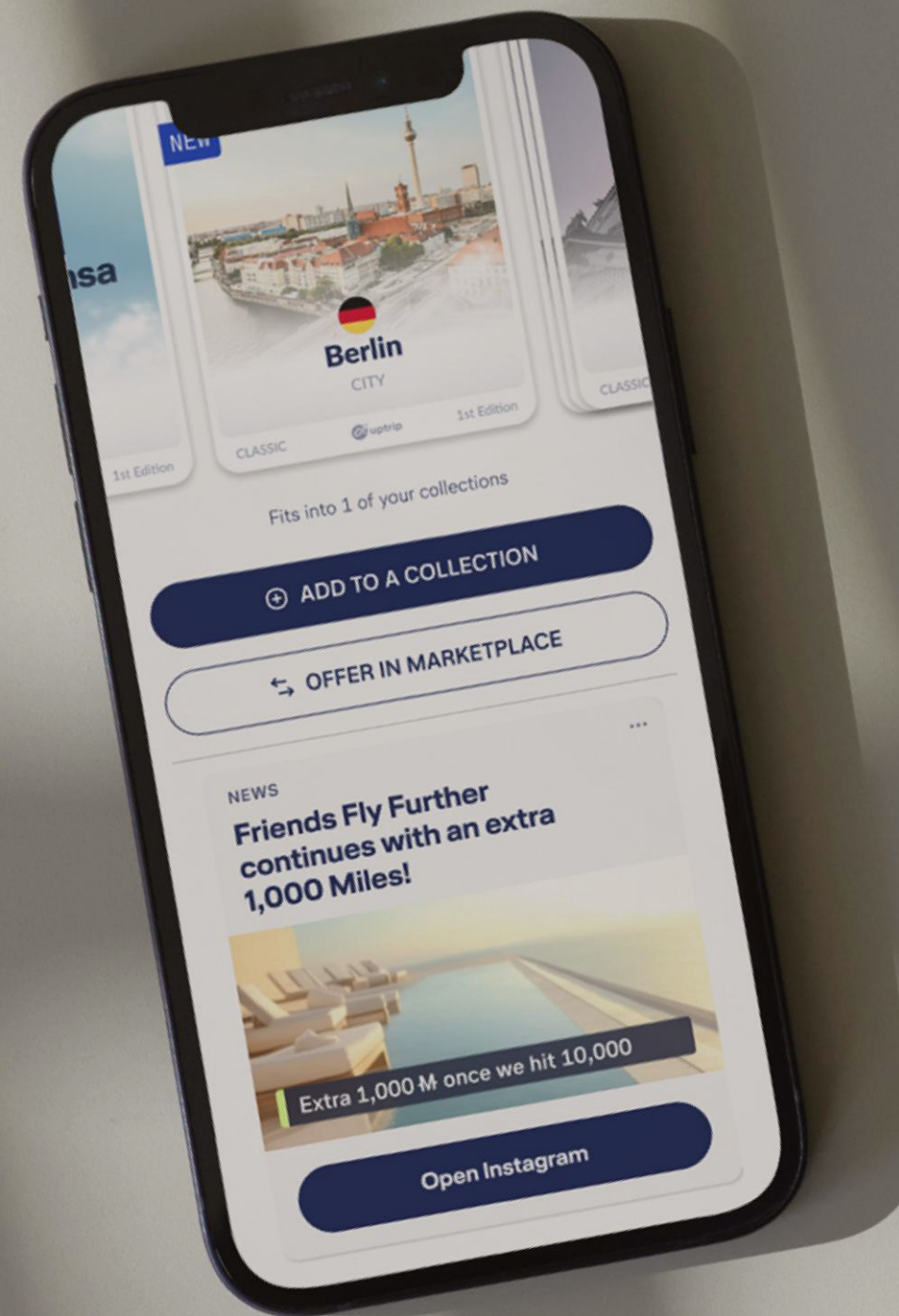
Preise und Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

Uptrip

Gamification für echte Markeninteraktion

Erreichen Sie Reisende in der innovativen Loyalty-App der Lufthansa Group. Uptrip verbindet digitale Sammelkarten, spielerische Challenges und attraktive Rewards zu einem einzigartigen Markenerlebnis und schafft wiederkehrende Interaktionen **entlang der gesamten Reisekette mit insgesamt 500.000 Usern.**

Im Fokus steht eine **junge, digitalaffine Zielgruppe** aus Gelegenheits- und Wenigfliegern, insbesondere Millennials und Gen Z. Marken können über **In-App-Platzierungen mit 300.000 Active Usern, Newsletter-Integrationen mit 255.000 Abonnent:innen und Social Media mit 18.400 Abonnent:innen** präsent sein. Gamification und aktive Elemente sorgen für eine tiefe Markeninteraktion und Aufmerksamkeit, während das Lufthansa Group Umfeld eine authentische und markensichere Präsenz entlang der digitalen Customer Journey bietet.



Digitale Banner

Gezielte In-App-Präsenz bei rund **300 Tsd. Active Usern/Monat** – für schnelle Sichtbarkeit innerhalb der Uptrip Community.



Collaboration Package

Ganzheitliche Markenaktivierung mit prominenter In-App-Platzierung, Newsletter-Integration, Social Media Story und Reward-Sponsoring als Voraussetzung.

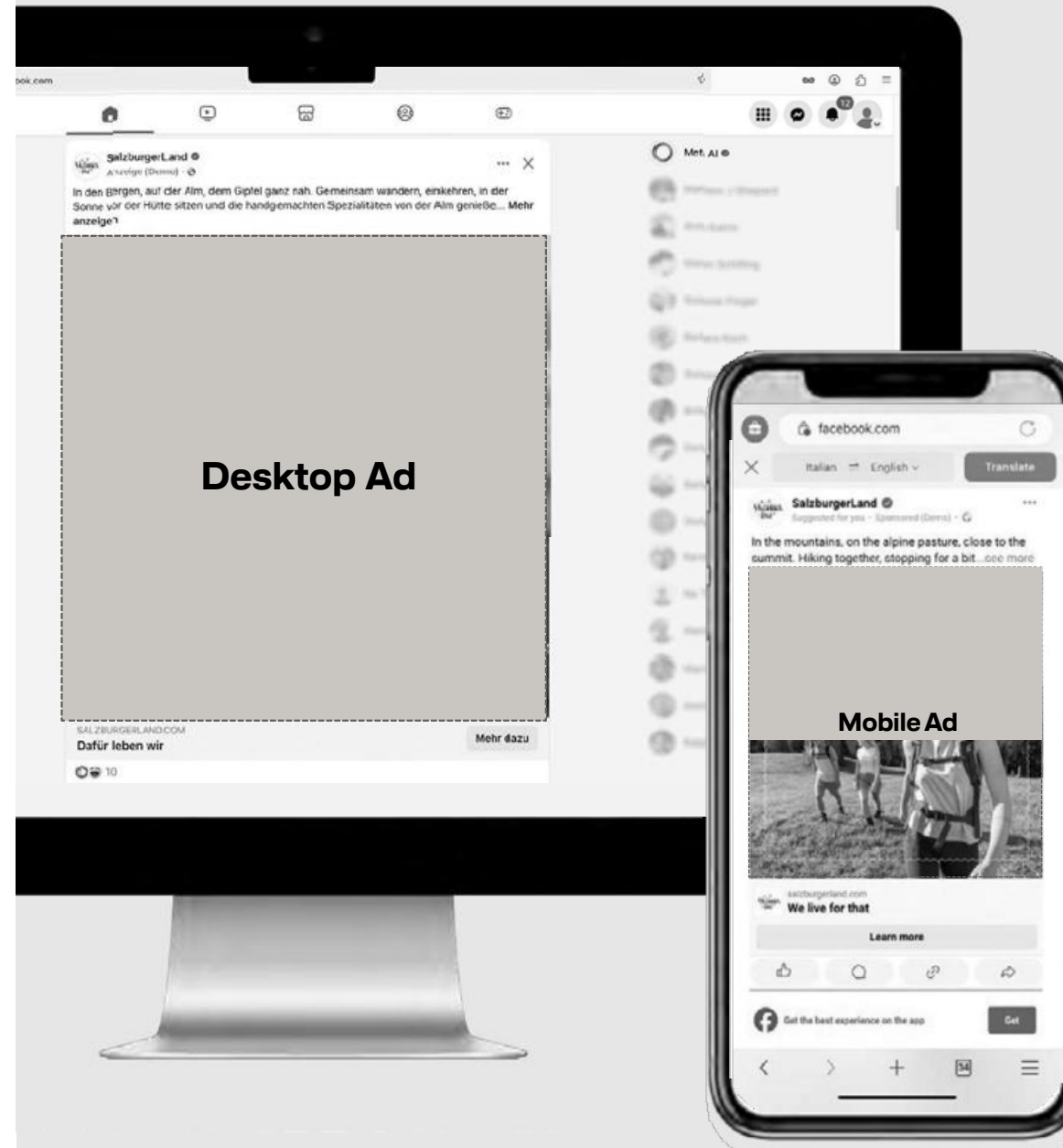
Data Activation

Gezielt ausgespielt, relevant ankommen

Mit Data Activation erreicht Ihre Marke relevante Zielgruppen über unterschiedliche digitale Plattformen hinweg. Auf Basis der Interessen und des Suchverhaltens ermöglicht **datenbasiertes Targeting eine präzise Aussteuerung** Ihrer Werbebotschaft.

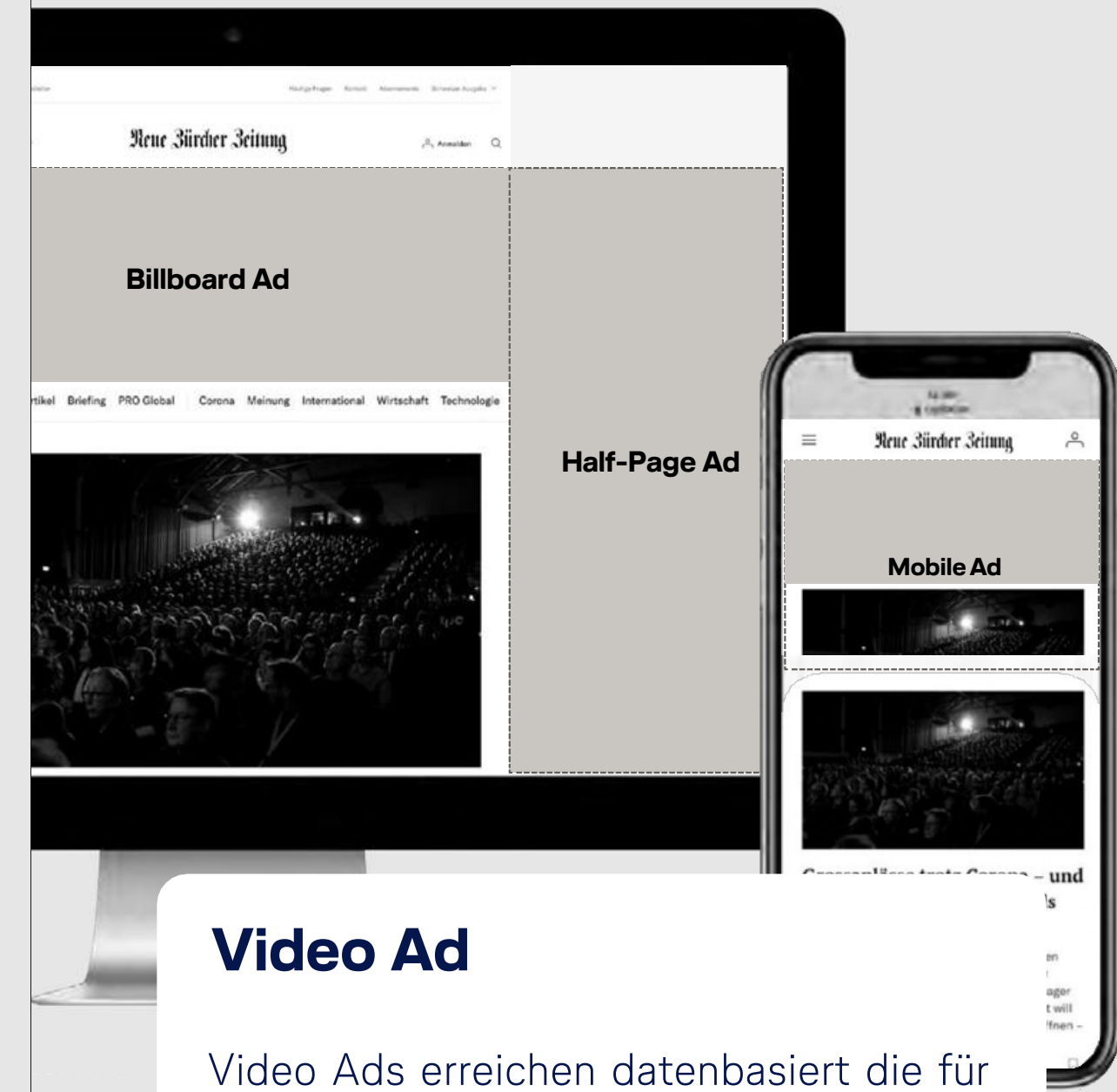
Ob Banner, Video oder Social Media: Die Ausspielung erfolgt auf ausgewählten **Drittseiten, YouTube oder den Meta-Plattformen** und erweitert so die digitale Präsenz über das gewohnte Umfeld hinaus.

Flexible Laufzeiten und individuell wählbare Targeting-Parameter ermöglichen eine bedarfsgerechte Kampagnenplanung und effiziente Nutzung des vorhandenen Reichweitenpotenzials.



Social Media Ads

Datenbasierte Social Ads aktivieren relevante Zielgruppen gezielt auf Facebook und Instagram und steigern durch relevante Ansprache die Wirkung Ihrer Kampagne.



Video Ad

Video Ads erreichen datenbasiert die für Ihre Marke relevanten Zielgruppen – auf Drittseiten und YouTube.

Banner Ad

Datenbasiertes Targeting platziert Ihre Markenbotschaft auf relevanten Drittseiten und bei der passenden Zielgruppe.

02 Airport Media

› New York Lounge
Screens (JFK)

› Washington Lounge
Screens (IAD)



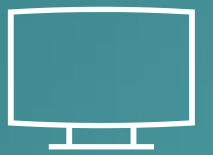


Eine neue exklusive Zielgruppe mit Zeit für Ihre Marke



≤ 10

Screens in einer Lounge



≤ 990 Tsd.

Impressions im Monat



64 %

der Lounge-Gäste leben in den USA



Ø 90 Min.

Verweildauer in den Lounges

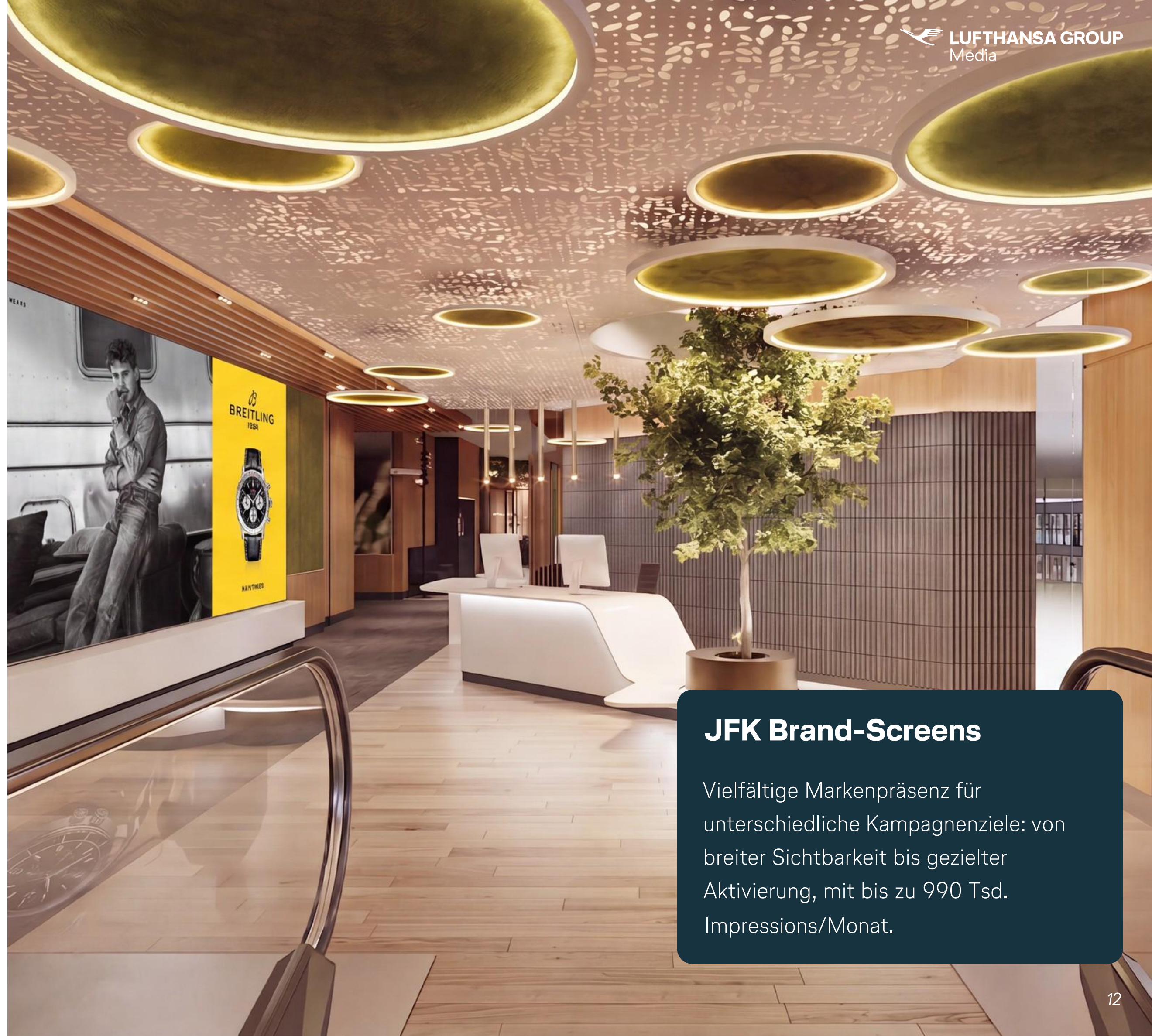
Ab 2027 eröffnen sich neue, exklusive Möglichkeiten für Marken bei der Lufthansa Group: Erreichen Sie Vielflieger, Business-Reisende und Premium-Gäste in einem hochwertigen, aufmerksamkeitsstarken Umfeld – und positionieren Sie Ihre Marke als First Mover in den neuen Lounges.

Preise und Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

New York Lounge Screens (JFK)

Ihre Marke am JFK: einem der international wertvollsten U.S. Gateways

Die JFK Lounge schafft einen seltenen Markenmoment im internationalen Reisealltag: In einem ruhigen, hochwertigen Umfeld treffen Sie auf Premium-Reisende mit Zeit und Aufmerksamkeit für hochwertige Marken. Mit durchschnittlich 90 Minuten Verweildauer entsteht bei einer Zielgruppe, die stark im US-Markt verankert ist und gleichzeitig zwischen New York und wichtigen europäischen Metropolen reist Raum für echte Markenwirkung. Ihre Präsenz lässt sich dabei gezielt inszenieren: von maximaler Sichtbarkeit auf **10 Screens in der gesamten Lounge** bis zu **fokussierten Platzierungen** in Premium-Zonen oder hochfrequentierten Bereichen. So wird aus einem Lounge-Aufenthalt ein hochwertiger Kontaktpunkt mit bis zu **990.000 monatlichen Impressions**.



JFK Brand-Screens

Vielfältige Markenpräsenz für unterschiedliche Kampagnenziele: von breiter Sichtbarkeit bis gezielter Aktivierung, mit bis zu 990 Tsd. Impressions/Monat.

Washington Lounge Screens (IAD)

Exklusive Aufmerksamkeit für Ihre Marke am U.S. Capital Gateway IAD

Die IAD Lounge in Washington schafft einen besonders fokussierten Markenmoment im transatlantischen Reiseumfeld: Vielflieger, Geschäftsreisende und anspruchsvolle Freizeitreisende treffen hier in einem ruhigen, hochwertigen Lufthansa Group Umfeld auf Ihre Marke.

Mit durchschnittlich 90 Minuten Verweildauer entsteht viel Zeit für bewusste und wiederholte Kontakte: mit wenig Ablenkung und hoher Aufmerksamkeit. Die Markenpräsenz lässt sich dabei gezielt auf das Kampagnenziel ausrichten: von maximaler Reichweite auf **7 Screens in der gesamten Lounge** bis zu **fokussierten Platzierungen** in Premium-Zonen oder hochfrequentierten Bereichen. So entsteht ein kompakter, hochwertiger U.S.-Touchpoint mit bis zu **225.000 monatlichen Impressions**.



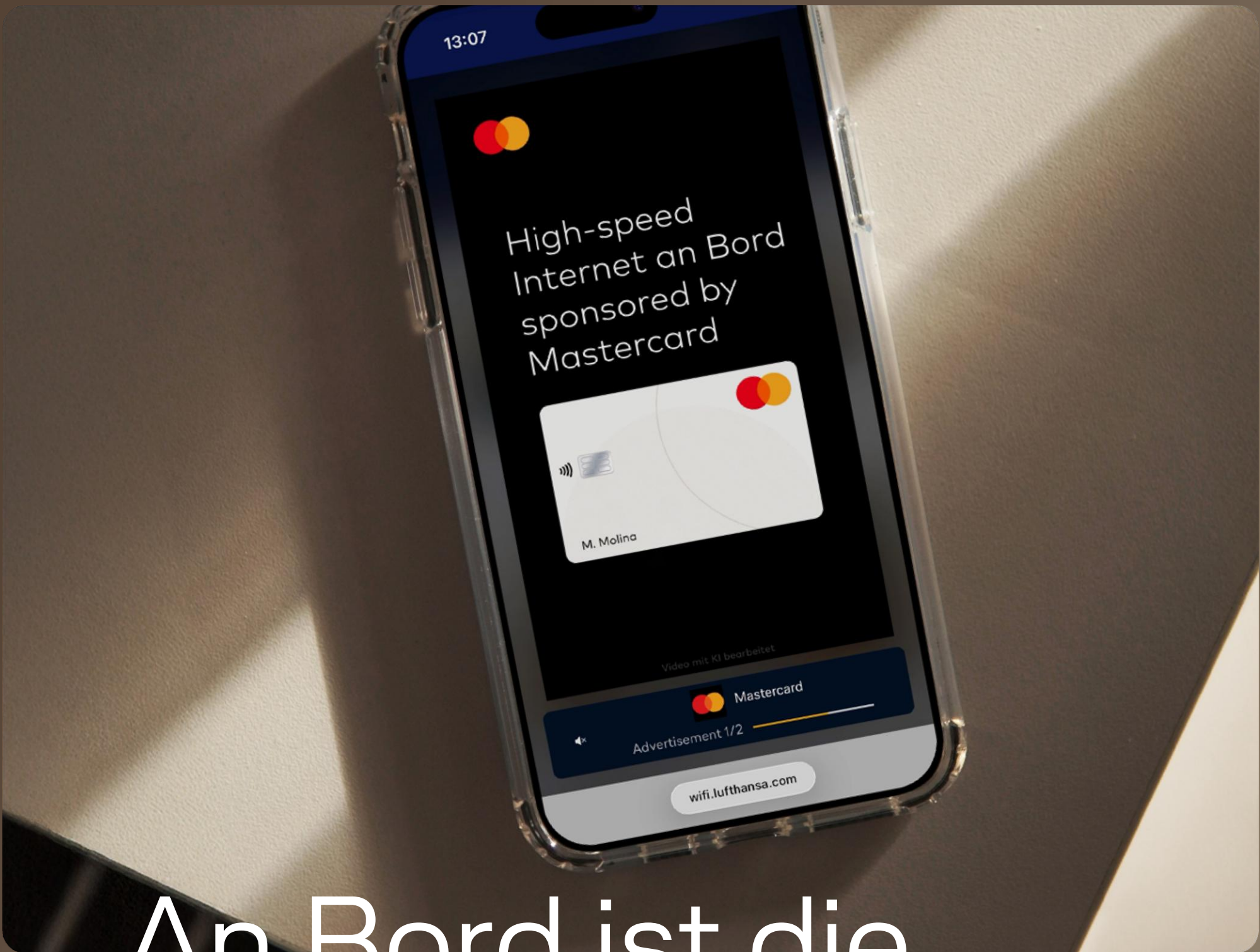
IAD Brand-Screens

Flexible Präsenz in stark frequentierten Lounge-Bereichen in Washington: mit verschiedenen Paketen und bis zu 225 Tsd. Impressions/Monat.

03 Onboard Media

› Lufthansa Group
Wi-Fi







≈ 850

Flugzeuge insgesamt



61 %

Leisure-Passengers

An Bord ist die Zeit, die Ihrer Botschaft gehört

An Bord entsteht ein Kommunikationsmoment, den es so an keinem anderen Touchpoint der Reise gibt: weniger Ablenkung, mehr Zeit und die volle Aufmerksamkeit einer anspruchsvollen Zielgruppe.

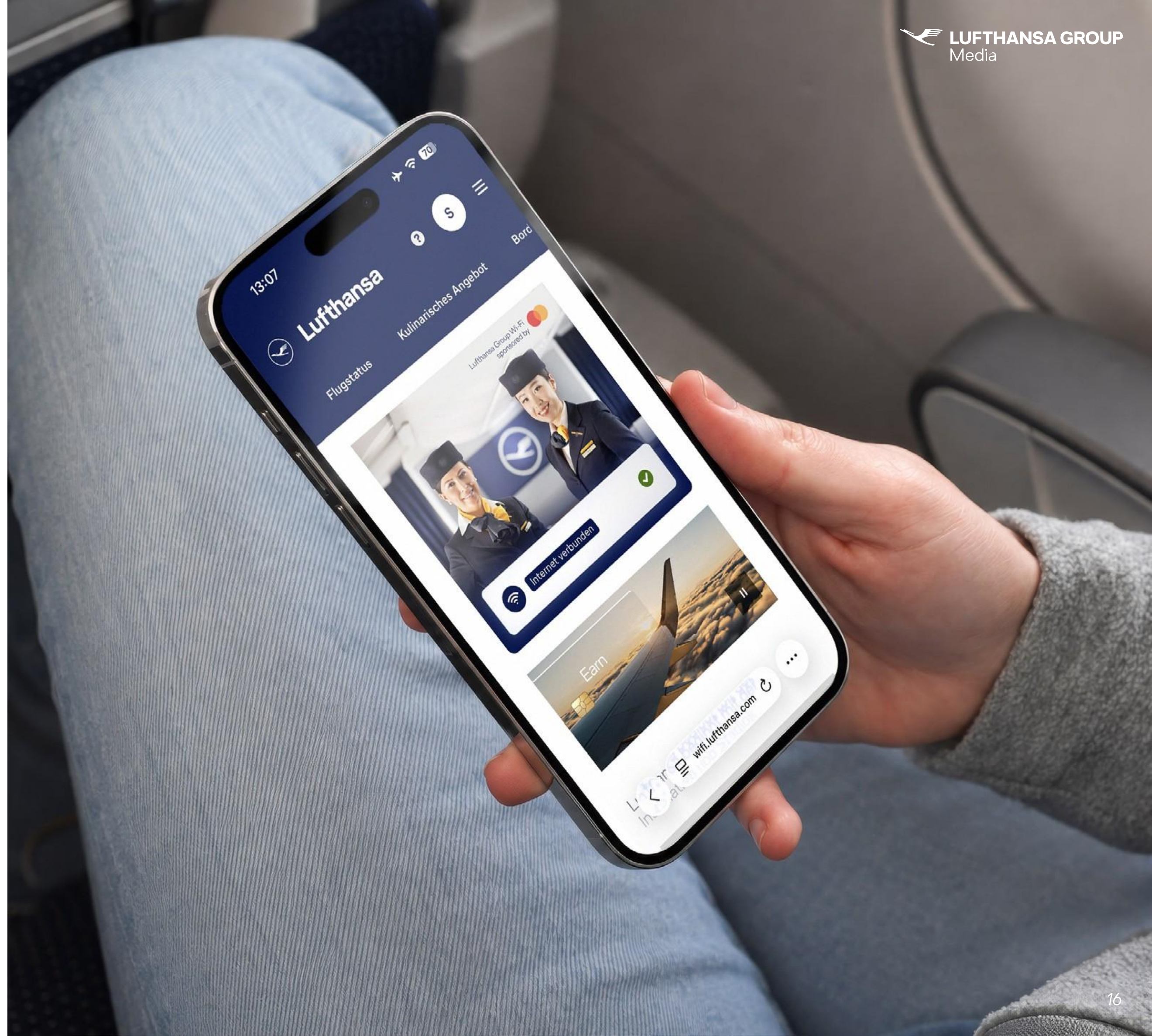
Preise und Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

Lufthansa Group Wi-Fi

Neue digitale Markenmomente über den Wolken

Mit high-speed Wi-Fi entsteht an Bord ein neues digitales Premium-Umfeld für Marken: Reisende greifen während des Fluges auf unlimitedes Internet zu und begegnen aufmerksamkeitsstarken Werbeformaten direkt im In-flight-Portal. Das Umfeld verbindet hohe Aufmerksamkeit, wiederholte Kontaktmöglichkeiten und verifizierte User über Miles & More oder Travel ID.

Der Roll-out innerhalb der Lufthansa Group umfasst perspektivisch rund **850 Flugzeuge bis 2029**. Preise und Werbemöglichkeiten auf Anfrage.



Lufthansa Group Media – Premium-Werbung über 72 Touchpoints hinweg und während der gesamten Reise.

Für Buchungen oder Rückfragen stehen wir
Ihnen jeder Zeit zur Verfügung. Konktakieren
Sie uns unter lufthansa.com/medien

Jetzt Kontakt aufnehmen