

# Punktlandung bei Ihrer Zielgruppe

Lufthansa Zielgruppen | Zahlen und Fakten

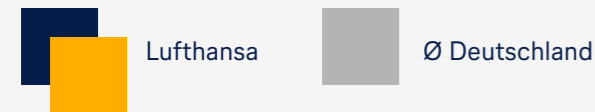


**Lufthansa** Ambient Media

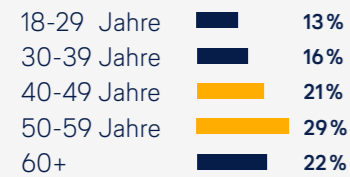
# First & Business Class

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



## Alter



## 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

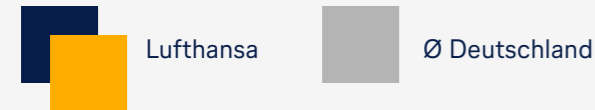
**67%**  
29%

**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



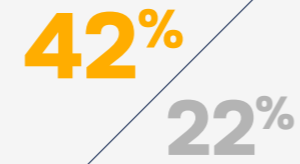
## Alter



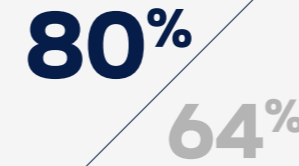
## Haushaltsnettoeinkommen



## Profil



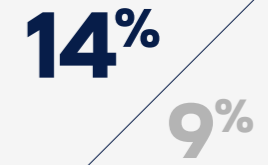
**Besitz von Aktiendepots**  
(Online + Offline)



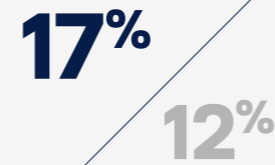
**Finanzen**  
Interesse an Geldanlageprodukten  
(Aktien, ETFs, Festgeld etc.)



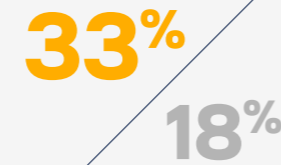
**Versicherungen**  
Wahrscheinlichkeit zum Wechsel/Neuabschluss  
von Versicherungsprodukten in den nächsten  
12 Monaten



**Investitionen**  
Interesse am Tätigen  
von Investitionen



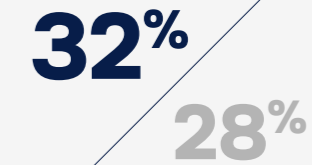
**Accessoires**  
Wahrscheinlichkeit eines  
Schmuckkaufs in den  
nächsten 12 Monaten



**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 und weniger als 50% der Flüge in der Business oder First Class angetreten haben.

# 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.

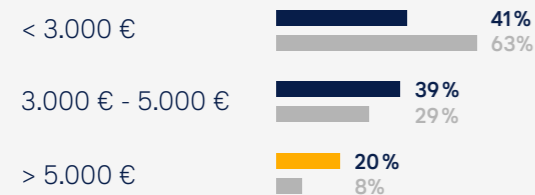
## Farblegende



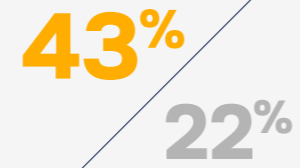
## Alter



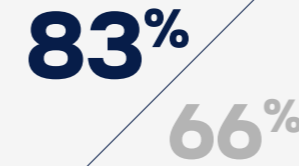
## Haushaltsnettoeinkommen



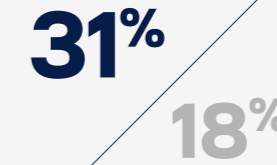
## Profil



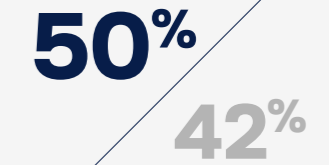
**Besitz von Aktiendepots**  
(Online + Offline)



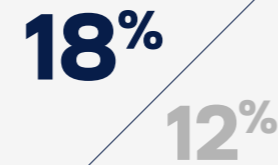
**Finanzen**  
Interesse an Geldanlageprodukten  
(Aktien, ETFs, Festgeld etc.)



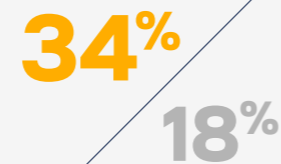
**Versicherungen**  
Wahrscheinlichkeit zum Wechsel/  
Neuabschluss von Versicherungsprodukten  
in den nächsten 12 Monaten



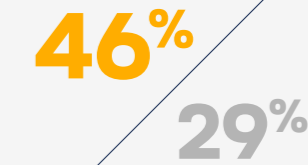
**Alleinentscheider**  
im Haushalt über Urlaube



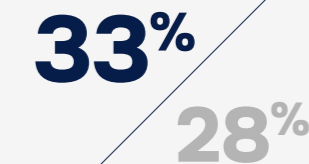
**Accessoires**  
Wahrscheinlichkeit eines  
Schmuckkaufs in den  
nächsten 12 Monaten



**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.

Landen Sie mit Lufthansa bei Ihrer Zielgruppe

**[lufthansa.com/medien](https://www.lufthansa.com/medien)**



**Lufthansa** Ambient Media