

AB HIER GEHT'S NACH OBEN

2012 - Deutschland 4,80€ \* Österreich 5,80€ \* Schweiz 9sFr

# LUXUS WOHNEN

PLUS: **33**  
LUXUS  
ACCESSOIRES

DAS BESTE FÜR HAUS, GARTEN & AMBIENTE

CLOONEY & CO.  
SO WOHNEN  
DIE STARS

WELLNESS  
DELUXE

Mit Pool, Whirlpool &  
Sauna für zu Hause

FEINER  
LEBT  
KEINER

10 exklusive  
Wohnräume

## TRAUMHÄUSER HAUTE COUTURE

MASSGESCHNEIDERTE HÄUSER MIT STIL

Foto: Daniel Frei

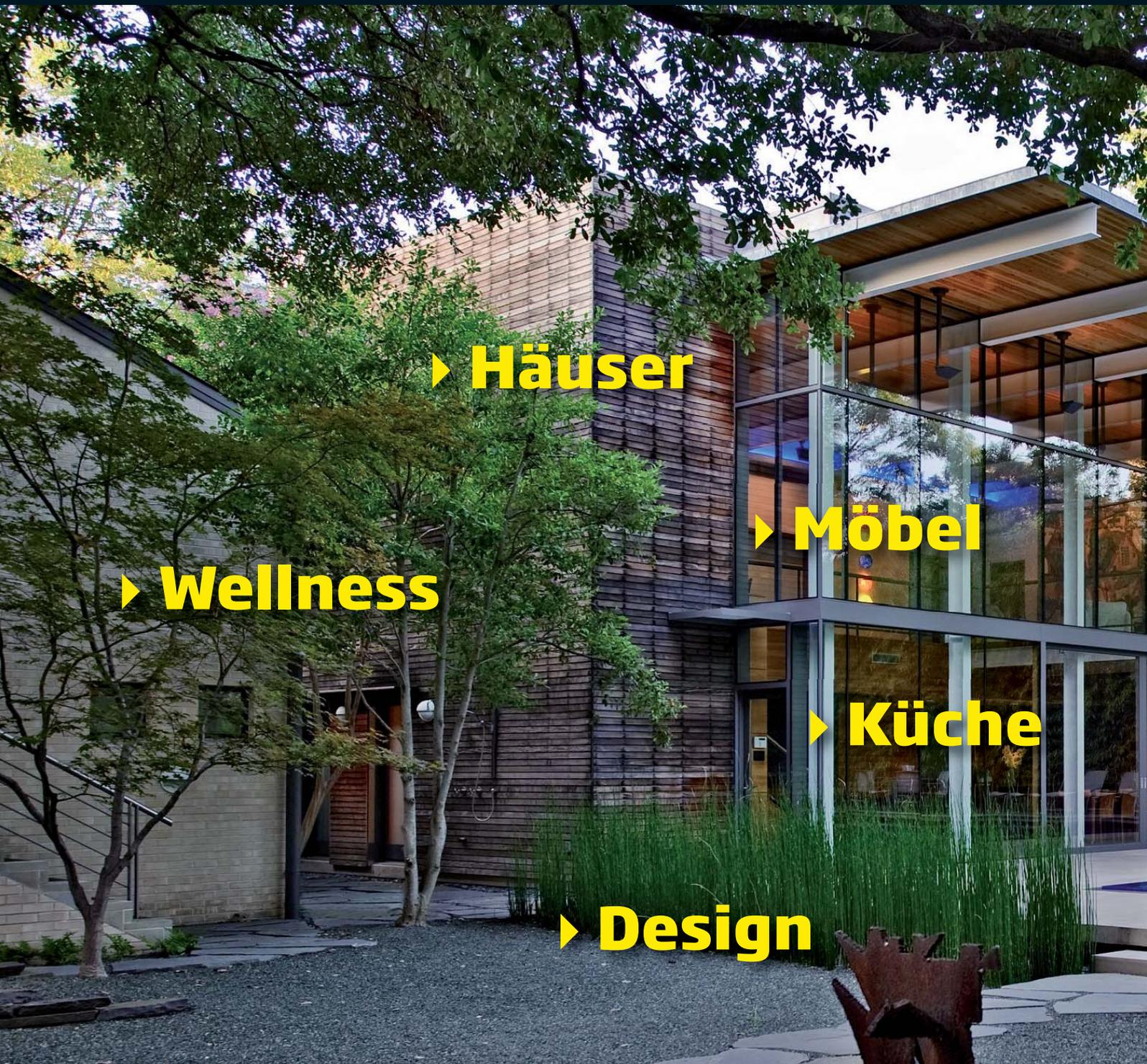
2012

LUXUS WOHNEN

JAHRGANG 01 | HEFT 01

► ab 23. März 2012  
am Kiosk

und in Golfclubs, Yachthäfen, Luxushotels...



▶ **LUXUS WOHNEN kommt vor dem Kauf**

**WER FÜR SEIN ZUHAUSE LUXUS PLANT, HINTERFRAGT DIE QUALITÄT UND DAS DESIGN.** Er möchte keine verwaschenen Informationen, sondern Fakten und Empfehlungen von Experten, die es wissen müssen. Hier kommt LUXUS WOHNEN zum Tragen, denn der Kauf von Luxusgütern ist für kaum eine Zielgruppe ein Spontanakt. Um die 85 Prozent der Luxusconsumenten kaufen Luxusmarken geplant. Sie lesen vorher LUXUS WOHNEN.



*„Ich glaube, dass das Prädikat Luxus nicht allein durch den Preis definiert wird, sondern eher anhand von Qualität, Echtheit, einem Grad von Exklusivität und Zeitlosigkeit festzumachen ist.“*

Giorgio Armani, italienischer Modedesigner



▶ **Ambiente**

▶ **Garten**

▶ **Badezimmer**

▶ **Outdoormöbel**

▶ **Pools**

## ▶ **LUXUS WOHNEN spricht zwei Zielgruppen an**

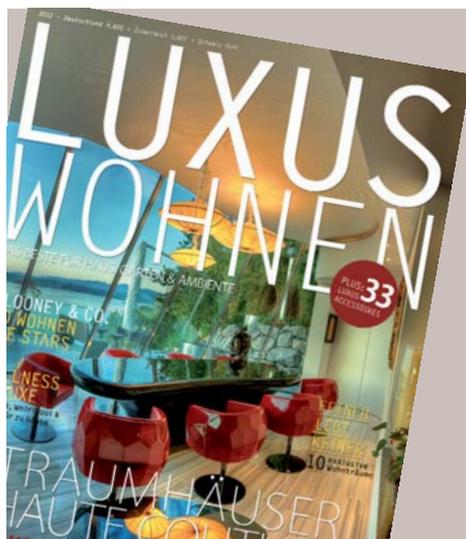
### **DIE LUXUS-ETABLIERTEN**

Die Luxus-Etablierten stellen die Zielgruppe dar, die als am stärksten luxusaffin bezeichnet werden kann. Sie ist die Kernzielgruppe von LUXUS WOHNEN. Diese Zielgruppe kauft Luxus, um sich etwas Gutes zu tun und um Qualität zu besitzen. Sie ist zu 77 Prozent bereit, dafür auch deutlich mehr Geld auszugeben als für Nichtluxusgüter.

### **DIE LUXUS-EINSTEIGER**

Die Gruppe der Luxus-Einsteiger repräsentiert die Luxusconsumenten der Zukunft. Gleichzeitig zeigen sie über den Besitz von Luxus Geschmack und Stil. Von besonderem Interesse für die Luxuseinsteiger sind Markenimage und Design.

Beide Zielgruppen machen zusammen 25 Prozent der Gesamtbevölkerung ab 19 Jahren aus.



## STANDARDS

**Auflage** > 75.000 Exemplare  
**Copy-Preis** > 4,80 Euro  
**Vertrieb** > Kiosk, Golfclubs, Yachthäfen, Airport-Lounges, Luxushotels  
**Frequenz** > 1x jährlich  
**Papier** > Umschlag: 250 g, glänzend  
 Innenteil: 90 g, glänzend, klimaneutral  
 Klebebindung  
**Druck** > Offsetdruck  
**Raster** > 70er  
**Verlag** > BT Verlag GmbH, Rosenheimer Straße 145i, 81671 München



## ANZEIGEN

	Satzspiegel (Breite x Höhe)	Anschnitt (Breite x Höhe)	Preis
<b>1/1 Seite</b>			8.400 €
hoch	---	230 x 290	
<b>1/2 Seite</b>			4.200 €
hoch	85 x 225	115 x 290	
quer	200 x 85	230 x 145	
<b>2/1 Seiten</b>	---	460 x 290	13.440 €

## TERMINE

**Erscheinungstag**  
23. März 2012

**Druckunterlagenschluss**  
05. März 2012

**Anzeigenschluss**  
27. Februar 2012

**Redaktionsschluss**  
03. Februar 2012

## ► Kontakt

### Anzeigen Haus & Technik



Karima Bouhia  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 24  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: kb@bt.de

### Anzeigen Küche & Co.



Dagmar Horsch  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 28  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: dh@bt.de

### Anzeigen Pool & Sauna



Nicole Jancke-Klevers  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 23  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: nj@bt.de

### Anzeigen Möbel & Accessoires



Caroline McClure  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 26  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: cm@bt.de

### Anzeigen Garten & Bad



Gabriele Reupohl  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 35  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: gr@bt.de

### Redaktion Chefredakteur



Korbinian Semmelmann  
 Tel. +49/(0)89/45 70 96 32  
 Fax +49/(0)89/45 70 96 10  
 E-Mail: ks@bt.de



BT Verlag GmbH  
 Rosenheimer Straße 145i  
 81671 München  
 Tel. 0 89/45 70 96-0  
 Fax 0 89/45 70 96-10  
 info@bt.de  
 www.bt.de



► Ihre Rabatte aus anderen BT-Magazinen können übernommen werden!