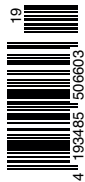


# Only the Best

BRAND SPACES



Deutschland 6,60 € · Italien 6,60 € · Österreich 6,60 € · Schweiz 6,75 CHF · 2023

RIANI  
STOFFFÜRGENERATIONEN

LUXUSLEBENSENERGIE  
FOURSEASONSRESORTSMALDIVES

PROJECTGLASSWING  
SICHERHEITSLÜCKENSTATTSOUVERÄNITÄT

DAS BESTE AUS GENUSS & REISE

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT

## MEDIADATEN 2026

# ONLY THE BEST, ZU DEN BESTEN GEHÖREN

# FÜR ALLE, DIE SICH UND ETWAS BEWEGEN WOLLEN

### ERSCHEINUNGSWEISE

Vierteljährlich am 28.2.2026 (DU 6.2.), 23.5.2026 (DU 30.4.), 22.8.2026 (DU 31.7.) und 21.11.2026 (DU 30.10.)

### AUFLAGE

Gesamtauflage 15.000 Exemplare

### VERBREITUNG

Only the Best aktiviert durch exklusiv kuratierte Mediapartner eine hohe Reichweite bei einer konsumstarken Zielgruppe mit Stil, Lebensart, Haltung und Reiselust. Präsent ist Only the Best u.a. bei Feinkost Käfer, Atlantik Fisch und liegt mit 12.000 Exemplaren der WELT AM SONNTAG im Großraum München inkl. Seen bei. Durch die Platzierung an diesen ausgesuchten Premium-Touchpoints ist mit Only the Best eine zusätzliche Skalierung bei Meinungsmachern und „Multiplikatoren“ garantiert.

### WELT AM SONNTAG LESERSCHAFT\*

30-59 Jahre	56%
Abitur/Studium	69%
HHNE über 5.000 €	51%
Sozioökonomischer Status 1+2	65%
Luxusorientiert**	73%

Quelle: \*ma 2025 Presse I, \*\*Leserschaft: b4p 2024 I; Luxus macht das Leben schöner (mind. eher)



Ein Leitmotiv menschlichen Lebens ist es dazugehören – Zugehörigkeit, das meistgesuchte Gefühl auf der ganzen Welt. Gehöre zu den Besten.

Only the Best sucht und findet besondere Persönlichkeitsprofile. Menschen, die neue Perspektiven aufzeigen, bekommen mit ihren Projekten eine Plattform – sowohl auf hochwertigem Papier als auch digital. Only the Best gibt überraschende Einblicke und führt den Leser inspirierend durch das Beste aus den Themen Genuss und Reise, Kunst und Design, Fashion, Beauty, Schmuck und Finanzen, Immobilien sowie Technologie und Zukunft. Only the Best ist von und für alle Menschen, die sich und etwas bewegen wollen.

Mit dem Magazin erreichen Anzeigenkunden die besten Leser mit einem Höchstmaß an Involviertheit für ihre Marke. Die persönliche Bindung an das jeweils mit Leidenschaft vorgestellte Persönlichkeitsprofil schafft Nähe und Vertrauen und gibt der jeweiligen Werbebotschaft den gewünschten Boost! Only the Best positioniert sich mit seiner besonderen Strahlkraft als Premiumprodukt am Markt und richtet sich an eine konsumstarke Zielgruppe mit Stil, Lebensart, Haltung und Reiselust.

# EIN PARADIES IN UNBERÜHRTER NATUR

Die Idee des luxuriösen Ferienortes, ein Paradies in unberührter Natur, ist seit langem ein Traum vieler Menschen. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# FRIESISCHEIDYLLE AM WATTEMER

Die Friesischeidylle am Wattenmeer ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# EIN HOTELIKONE IM HERZENDER STADT

Ein Hotelikone im Herzen der Stadt ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# LEGENDÄRE HOTSPOTS UNDEINZIGARTIGES SOMMERFERE

Die legendären Hotspots und einzigartigste Sommerferie ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# DEUTSCHE HAMPTONS ANDEROSTSEEKÜSTE

Die Deutsche Hampton's an der Ostseeküste ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.

# INDIVIDUALITÄT ERLEBEN UNDRUKTAM KENNELMÄSSIG

Individualität erleben und druktam kennelmässig ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.

# INDIVIDUALITÄT ERLEBEN UNDRUKTAM KENNELMÄSSIG

Individualität erleben und druktam kennelmässig ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# OPULENTER MINIMALISMUS

Opulenter Minimalismus ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# ALLES NUR KEIN ZUFALL

Alles nur kein Zufall ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# DAS BIRNICH MYKITAMÜNCHEN

Das Birnich MykiTAMünchen ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



Das Birnich MykiTAMünchen ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.

# ELEKTRIFIZIERENDER LUXUS

Elektrifizierender Luxus ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



Elektrifizierender Luxus ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.

# VON AUSSEN HIN VON INNEN SAFER

Von außen hin von innen safer ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



ONLY THE BEST INSIDE THE CIRCLE ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# DIE BESTEN 48 STUNDEN AUF SVLT

Die besten 48 Stunden auf SVLT ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.

# CERVOMOUNTAIN RESORT BEVONDOMPLING

Cervomountain Resort Bevondompling ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



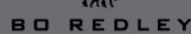
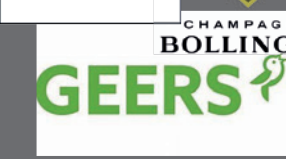
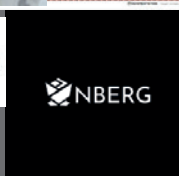
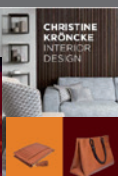
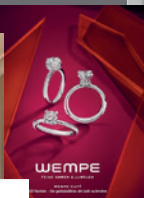
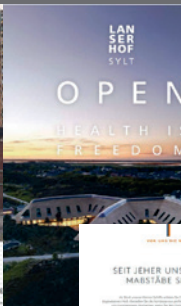
ONLY THE BEST INSIDE THE CIRCLE ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.



# DIE BESTEN 48 STUNDEN IN HAMBURG

Die besten 48 Stunden in Hamburg ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat. Das Hotel ist ein Traum, der sich in die Realität verwandelt hat.





# MEDIADATEN

## ANZEIGENPREISE

### 2/1-SEITE

8.100 € Direktpreis,  
9.280 € Agenturpreis

### 1/1-SEITE

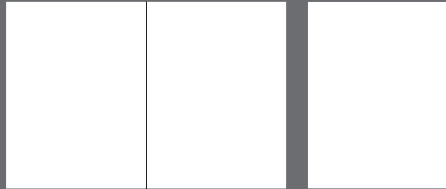
5.840 € Direktpreis,  
6.600 € Agenturpreis

### UMSCHLAGSEITE 2 UND 4

8.100 € Direktpreis,  
9.280 € Agenturpreis

### UMSCHLAGSEITE 3

7.540 € Direktpreis,  
8.600 € Agenturpreis



### 2/1-SEITE

Anzeigenformat 420 x 280 mm  
Anschnitt 3 mm an allen Seiten

### 1/1-SEITE

Anzeigenformat 210 x 280 mm  
Anschnitt 3 mm an allen Seiten



## ADVERTORIALS

inkl. Aufbereitung der vom Kunden  
gelieferten Texte und einer Korrektur

### 2/1-SEITE

8.720 € Direktpreis,  
10.000 € Agenturpreis

### 1/1-SEITE

6.370 € Direktpreis,  
7.230 € Agenturpreis

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

### 2/1-SEITE

Advertorial 420 x 280 mm

### 1/1-SEITE

Advertorial 210 x 280 mm

## TECHNISCHE DATEN

Seitenformat: 210 mm breit x 280 mm hoch  
4-farbig Euroskala, Umschlag 250 g/m<sup>2</sup>, Inhalt 90 g/m<sup>2</sup>  
Offset ungestrichen, holzfrei, weiß, Klebebindung in PUR

## DRUCKVORLAGEN

Satzspiegelformate auf Anfrage. Beschnittzugabe an allen Seiten je 3 mm.  
Alle anschnittgefährdeten Text- und Bildelemente mindestens 5 mm vom  
Beschnitt entfernt platzieren. Farbprofil PSO\_Uncoated\_ISO12647\_ECI.icc

## ANSPRECHPARTNER

Anzeigen/  
Kooperationen  
Sven Holsten  
T. 0172 2810108  
sh@onlythebest.de

## Art Direktion

Julia Holsten  
T. 0179 59 22 320  
jh@onlythebest.de

www.onlythebest.de

## DATEIFORMAT

Printoptimiertes PDF, Bilder mit 300 dpi Auflösung,  
Schriften in Pfade umwandeln, CMYK.

## DATENANLIEFERUNG

jh@onlythebest.de

## WEBSITE

Einbindung verschiedenster Formate auf  
www.onlythebest.de und Produktplatzierungen  
z. B. auf Best of Design. Preise und technische  
Spezifikationen auf Anfrage.

