

# The N

THE NUMBER ONE LUXURY MAGAZINE

REXHEP  
REXHEPI  
LEADER SEINER  
GENERATION

PAGANI  
DIE GESCHICHTE  
DES VISIONÄRS

BADRUTT'S PALAZZO  
DER KOSMOPOLITANER  
HANS WIEDEMAIER

The N  
THE NUMBER ONE LUXURY MAGAZINE

STEVE  
MCQUEEN  
KING OF COOL

U. LANGE & SÖHNE  
WILHELMSTRASSE 10  
10117 BERLIN

MEDIADATEN 2025



## The N1 – The Number One Luxury Magazine

---

„The N1 - The Number One Luxury Magazine“ ragt heraus als das ultimative Kompendium für diejenigen, die sich am liebsten in kultivierter Eleganz durch die bunte Vielfalt des Lebens bewegen. Die Publikation wurde bis ins letzte Detail für die aufmerksamen Männer und Frauen der 35+ Altersgruppe zusammengestellt, deren Interessen die Bereiche Kultur, Genuss, Lifestyle, Reisen, Architektur und Innovation umfassen. „The N1“ richtet sich an ein Publikum, das einen durch Einzigartigkeit und Subtilität definierten Lebensstil schätzt, und spricht Kenner des anspruchsvollen Lebens an. Die Essenz von „The N1“ liegt in der Verpflichtung, Geschichten zu erzählen, die nicht nur seriös recherchiert und eloquent erzählt sind, sondern auch mit einer ästhetischen Finesse präsentiert werden, die beim sachkundigen Publikum Anklang findet.



## Die Zielgruppe

---

Erfolgreich, kosmopolitisch und mit einem scharfen Auge für Design und Qualität, die Leserschaft von „**The N1 - The Number One Luxury Magazine**“ ist ebenso scharfsichtig wie anspruchsvoll. Ihre Interpretation der Freuden des Lebens wird durch eine Linse der Einzigartigkeit und Exklusivität gefiltert, die auf diejenigen zugeschnitten ist, die sich ein solch sorgfältig ausgewähltes Leben leisten können. „**The N1**“ bietet diesen Kennern Inhalte, die ihren Lebensstil widerspiegeln: Artikel, die sorgfältig und seriös präsentiert und durchdacht präsentiert werden, umhüllt von einer Eleganz, die ihren hohen Ansprüchen gerecht wird.





## DIE ERFOLGSFAKTOREN

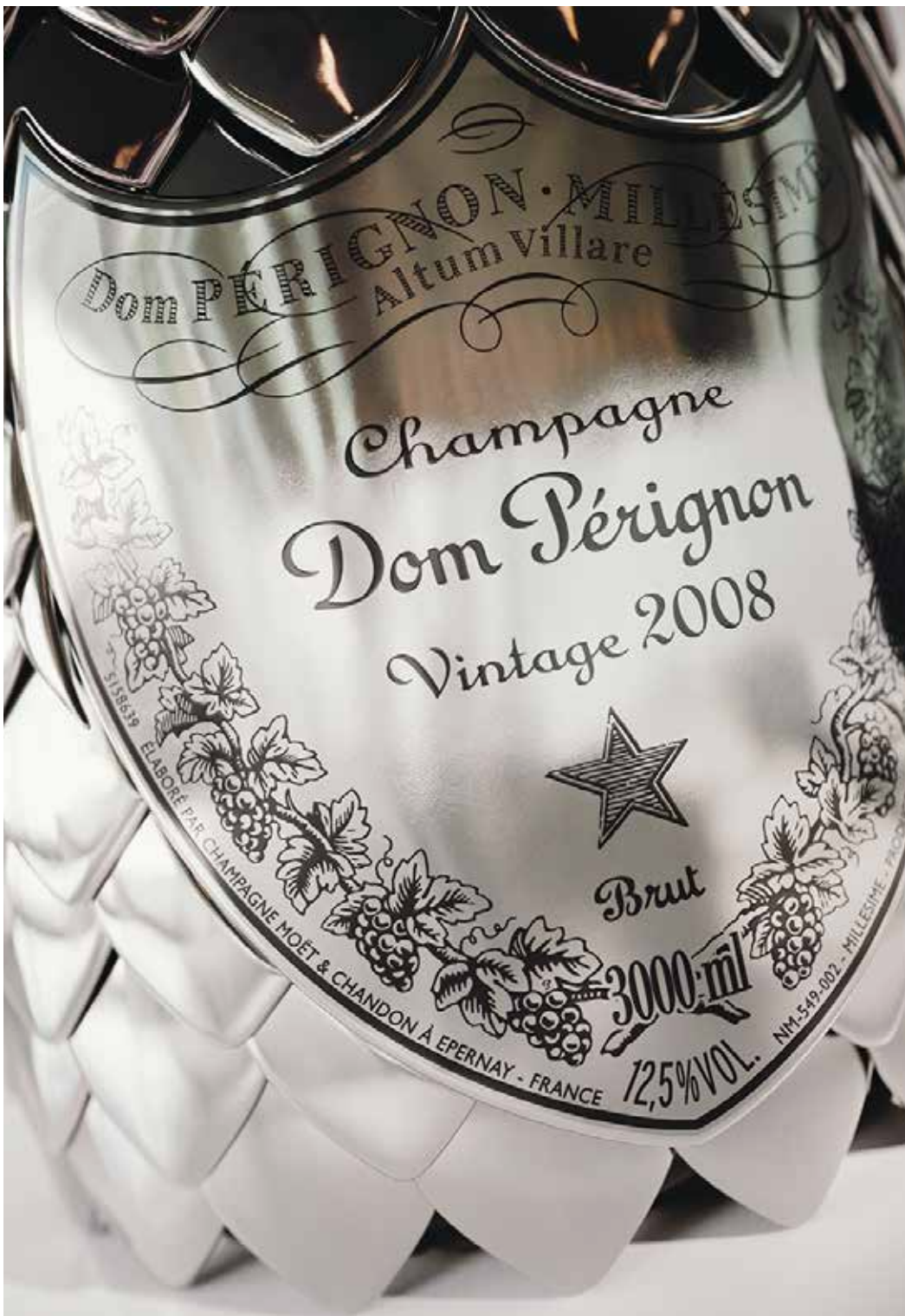
---

„**The N1 - The Number One Luxury Magazine**“ ist die Quintessenz der Werbeplattformen für Premium-Marken, die ihre Produkte und Dienstleistungen in einem unvergleichlichen Rahmen präsentieren und ein spezielles, wohlhabendes Publikum ansprechen wollen. Mit einer Vertriebsstrategie, die genau definierte Zielgruppen anspricht und exklusive Partnerschaften pflegt, garantiert das Magazin den direkten Zugang zu einer Leserschaft, die Luxus, Qualität und einen gehobenen Lebensstil über alles stellt. „**The N1**“ dient als Leitfaden für den Inbegriff von Luxus und liefert in vier Ausgaben pro Jahr Inhalte, die sich an den Werten der Leser orientieren. Unsere raffinierte Herangehensweise unterstreicht das Engagement des Magazins, eine wohlhabende und einflussreiche Leserschaft über sorgfältig ausgewählte, hochkarätige Vertriebskanäle zu erreichen.

Deutsche Ausgabe: 17'500 Exemplare

Umfang: 84 - 100 Seiten

Erscheinung: 4 x jährlich



## VERTRIEB

---

- **ausgewählte Einzelhandelskioske:** Verbraucherfreundlichkeit und Erreichbarkeit in erstklassigen Einkaufsvierteln
- **PRESS&BOOKS Läden:** Strategisch platziert in hochfrequentierten Bereichen, um eine kultivierte Leserschaft anzuziehen
- **Schweizer Flughafen-Lounges:** Exklusiver Vertrieb in den First and Business Class Lounges in Zürich, Basel und Genf
- **sorgfältig ausgesuchte Direktmailings:** Gezielte Ansprache eines elitären Adressenkreises, um sicherzustellen, dass „The N1“ diejenigen erreicht, die ein erklärtes Interesse an einem luxuriösen Lebensstil haben
- **Premier Hospitality Partner:** Platzierung in den besten 4\*- und 5\*-Hotels, um die Sichtbarkeit bei Gästen mit einer Vorliebe für die feinen Dinge des Lebens zu gewährleisten
- **Präzises Target Mailing:** Erreichen von Luxusautohäusern, führenden Immobilienfirmen, privaten medizinischen Einrichtungen, erstklassigen Restaurants, exklusiven Wellness- und Finesseinrichtungen, angesehenen Anwaltskanzleien und renommierten Golfclubs
- **Kunst und UHNWI-Zirkel:** Verfügbarkeit in Auktionshäusern, Kunstgalerien, privaten Bankinstituten und bei hochrangigen Managern, um die Verbindung zu einem wohlhabenden und kulturell interessierten Publikum zu fördern



LIFESTYLE



# R OLEX

Es war einmal ...

Im Jahr 1905 von einem Waisenkind gegründet, steht Rolex heute für Luxus, Präzision, Innovation und Abenteuergeist in der Welt der Uhren. Wir schauen zurück auf Schlüsselmomente in der Geschichte dieses weltbekannten Schweizer Herstellers.

TEXT: MICHAEL GUTLAND / PHOTOS: MICHAEL

THE NO 11

LIFESTYLE



# Simon de Pury

(ein) Leben für die Kunst

Simon de Pury ist eine Korymbie unter den Auktionatoren. Ausgebildet vom einflussreichen Kunsthändler Ernst Beyeler, und später im Hause Sotheby's, wurde er bereits mit Ende 20 zum Kurator der Sammlung des Barons Thyssen-Bornemisza ernannt. Was ihn dorthin brachte und seit nun fast vierzig Jahren auszeichnet? Sein einzigartiger Stil, eine gekonnte Mischung aus Kühnheit und Phantasie. Eine Begegnung.

TEXT: SANDRA LANGENHAGEN / PHOTOS: CHRISTOPHER W. HAYES

THE NO 12

LIFESTYLE



# BLACK & BEAUTIFUL

Schwarz wirkt geheimnisvoll, edel und passt einfach immer. Kein Wunder also, dass diese neuen Luxusuhren gerade so gefragt sind.

TEXT: NINA WOLFF

**ROLEX**  
OSTER PERPETUEL IN OYSTER PERPETUEL

**OMEGA**  
PREMIER LINE METAL IN OYSTER PERPETUEL

**HERMÈS**  
HÉRIOT IN OYSTER PERPETUEL

**BRÜHLING**  
PROMER METAL IN OYSTER PERPETUEL

THE NO 13

LIFESTYLE



# Freiheit für MUSTANGS

Die Kalifornierin Neda DeMayo rettet mit ihrer Organisation "Return to Freedom" American bedrohte Mustangs und gibt ihnen ihre Freiheit zurück.

TEXT: NINA WOLFF / PHOTOS: JONAS WITTE

THE NO 14

LIFESTYLE



# Für alle, die Meer wollen

Die Kreuzfahrline Storylines verkauft jetzt Luxuswohnungen auf einem Schiff und ermöglicht damit einen neuen, außergewöhnlichen Lifestyle.

TEXT: MICHAEL GUTLAND / PHOTOS: MICHAEL

THE NO 15

LIFESTYLE



# EIN ZUHAUSE DER SUPERLATIVE

DIE GOLDSTEIN RESIDENCE IN LOS ANGELES GILT ALS EINES DER SPEKTAKULÄRSTEN ANWESEN DER WELT. IHR BESITZER JAMES GOLDSTEIN ALS HAUPTGAST.

TEXT: NINA WOLFF / PHOTOS: MICHAEL

THE NO 16

LIFESTYLE




# Von der CONCORDE zum Coffee Table

Die Aero-Designmanufaktur fertigt Interior der besonderen Art: stylische Tische, Sessel und Bars aus Flugzeugteilen.

TEXT: MICHAEL GUTLAND / PHOTOS: MICHAEL

THE NO 17

LIFESTYLE




# STARCKS UNIVERSUM

Frankreichs Tausendassa Philippe Starck im Interview.

PHOTOS: JULIA KAPTEIN / PHOTOS: MICHAEL

THE NO 18

LIFESTYLE



THE NO 19



TRAVEL & FOOD

# Der Goldschmied

## UNTER DEN KÖCHEN

Kaum ein Chef in der Schweiz führt eine so feine Klinge wie Marco Campanella. Sein Stil erinnert an den väterlichen Lehrentmeister Andreas Caminada – und doch ist er ganz und gar originär.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# ORIENT EXPRESS

## die Wiederbelebung eines Mythos

1883 schuf der belgische Ingenieur Georges Nagelmackers mit dem ursprünglichen Orient-Express den Inbegriff des schönsten Zuges der Welt. Im Sommer 2024 wird das in Paris als erstes Mal eines sehr exklusiven Reinterpretation des Luxuszuges der Öffentlichkeit präsentiert.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# GILLES VARONE:

## „Ich bin nie ganz zufrieden.“

Er wurde vom renommierten Gastronomieführer GaultMillau Schweiz zur Westschweizer Entdeckung des Jahres ernannt: Der 27-jährige Walter Gilles Varone strebt ganz nach oben, und das zu recht...

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# High-End-Wellness

## zwischen Lagunen und Felskluft

In dem Luxus-Resort Bvlgari Azzura mit erlesenen und feiner Klug ist alles von innen heraus ein Meisterwerk.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# Mallorca's schönste Oase

Der schwedische Unternehmer Mats Wahlström besitzt das exklusive und außergewöhnliche Feriendestination Mallorca: „Spirit of Son Fuster“ – Wer hier wohnt, ist ganz für sich und geniesst trotzdem den Komfort eines Luxushotels.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# ZWILLINGS-POWER

## fürs The Chedi Andermatt

Dominik Sato und Fabio Tofflon machen endlich gemeinsame Sache: Die beiden Spitzenköche vereinen die japanische und die französische Küche brillant.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

TRAVEL & FOOD

# Spektakuläre SCHWEIZER SPAS

## Coole Pools, exzellentes Design und Treatments, die die Lebensgeister wecken: In der genialsten Jahrestzeit zeigen wir Spa-Wellness der Extraklasse.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

ART & DESIGN

# KUNST per Klick

Das perfekte Kunstwerk online ergattern – Eine der ersten und grössten Plattformen für zeitgenössische Kunst in South'Ar. Sie zeigt Werke von 94.000 Talenten aus aller Welt.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17

ART & DESIGN

# Frauen

## inspirieren mich am meisten

Wenn Martin Zemp zu ausschweifenden Pinselstrichen ansetzt, entsteht Grosses. Der Luzerner Architekt und Künstler malt aussergewöhnliche Bilder von Frauen – und das in reinigen Formaten.

TEXT: JULIA KUNZ, PHOTOS: JONAS

THE 54 17



## ERSCHEINUNGSTERMINE

Nr.	Ausgabe	Erscheinung	DM/Anzeigenschluss
1/2025	Frühling	30.04.2025	07.04.2025
2/2025	Sommer	26.06.2025	04.06.2025
3/2025	Herbst	08.10.2025	15.09.2025
4/2025	Winter	04.12.2025	13.11.2025

## RUBRIKEN



*TRAVEL &  
FOOD*



*LIFESTYLE*



*ART &  
DESIGN*



*MOTORING &  
SPORT*








*PERSONALITY*



## FORMATE UND PREISE

---

	Format	Randabfallend in mm*	Bruttopreis in CHF
	1/1 Seite	210 x 297	10 950.–
	2/1 Opening Spread (S1/U2)	420 x 297	18 500.–
	2/1 Seite	420 x 297	15 800.–
	1/1 Umschlagseite (U3)	210 x 297	11 800.–
	1/1 Umschlagseite (U4)	210 x 297	15 500.–

## RABATTE

---

Beraterkommission (BK):

Berechtigte Media-/Werbeagentur 15 %

Specials (Beilagen, Beikleber usw.) 5 %

## KONDITIONEN

---

Zahlungsfrist: 20 Tage nach Erhalt  
der Rechnung

Alle Preise zuzüglich 8,1% MWSt



## TECHNISCHE DATEN

---

Magazin-Format:	DIN A 4, 210 x 297
Druckverfahren:	Bilderdruck, Papier: G-Snow, matt, weiss, 115g/m <sup>2</sup> , Umschlag 250g/m <sup>2</sup>
Druckunterlagen:	PDF/X-1a:2001 Farbprofil: ISO coated V2 (ECI) Bildauflösung: 300 dpi
Beschnittzugabe:	plus 3 mm an den Rändern. Anschnittgefährdete Elemente mit mindestens 5 mm Abstand zum Seitenrand.
Datenlieferung:	<a href="mailto:anzeigen@the-n1.ch">anzeigen@the-n1.ch</a>

## ECKDATEN / KONTAKT

---

Publikation:	„The N1 – The Number One Luxury Magazine“	Vertrieb/ Kooperationen:	Doris Jost d.jost@the-n1.ch
Herausgeber:	luxemedia KIG Oberebenestrasse 43, 5620 Bremgarten T: +41 (0)44 621 80 80 info@the-n1.ch the-n1.ch	Advertising:	Tamara Primerano anzeigen@the-n1.ch  Discerning Media Stefan Hottinger-Behmer Stefan@discerningmedia.com
Geschäftsführerin:	Tamara Primerano t.primerano@the-n1.ch	Art Director:	Julia Bajohr
Redaktionsleitung:	Kathinka Eckhardt redaktion@the-n1.ch	Abo-Service:	abo@the-n1.ch





