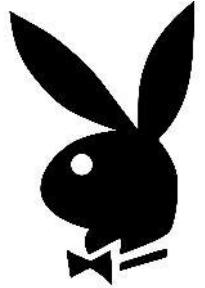
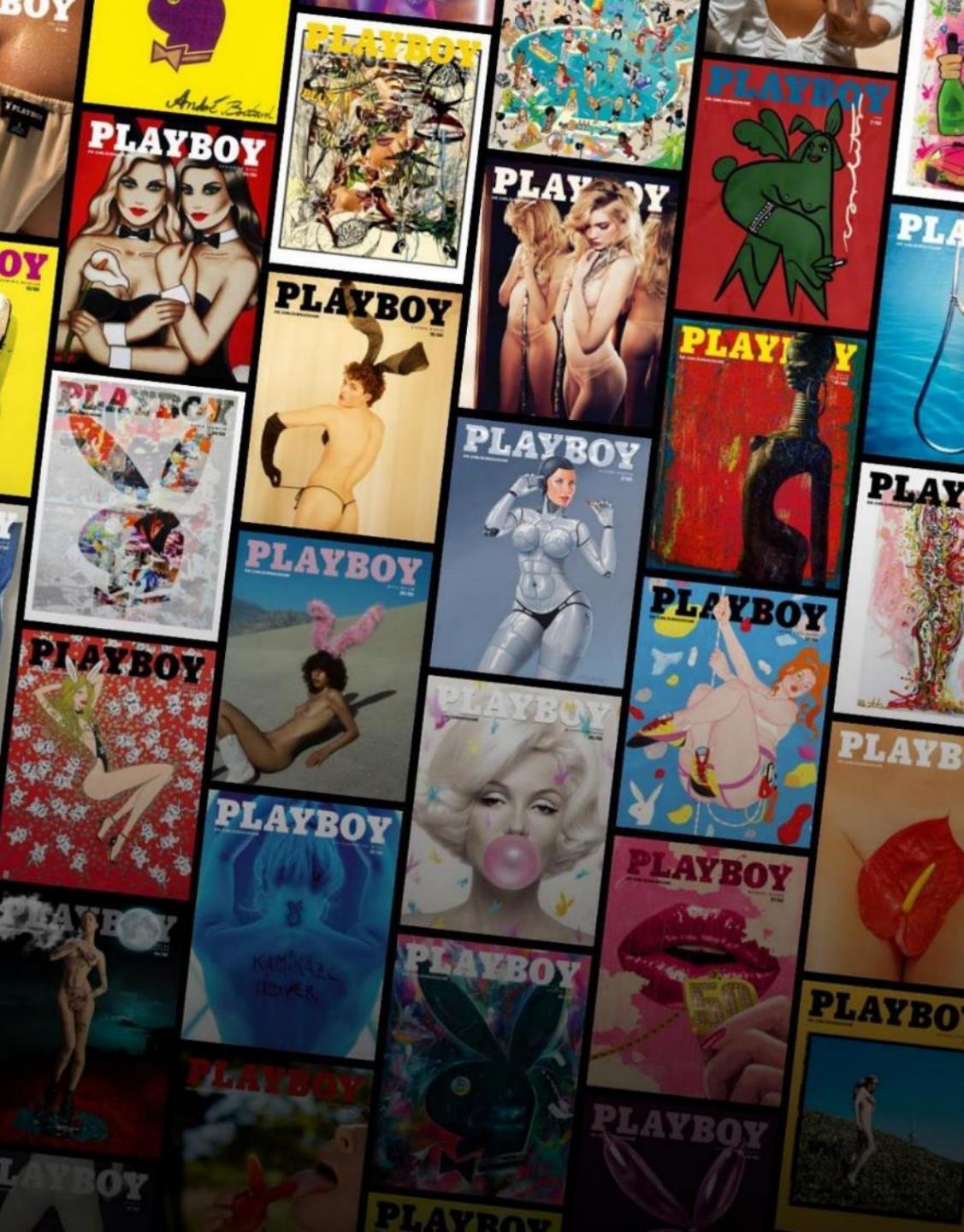


BCN.



PLAYBOY

PLAYBOY
Objektprofil



PLAYBOY ist Kult. Und dabei noch vieles mehr.

Seit 50 Jahren steht PLAYBOY für alles, was Männer lieben. Herausragende Aktfotografie, die seit Jahrzehnten Maßstäbe setzt, Lebensart-Themen, die unsere Leser inspirieren, vielfach zitierte Interviews und preisgekrönte Reportagen über Menschen, die von ihren außergewöhnlichen Abenteuern erzählen: PLAYBOY – First-Class-Unterhaltung für kultivierte Männer.“

”

Florian Boitin
Chefredakteur

BCN.



PLAYBOY auf einen Blick

Crossmediale Markenwelt

PLAYBOY ist eine KULT-Marke: Millionenfach begehrte, oft kopierte und doch vollkommen unverwechselbar. Die weltweit erfolgreiche Premium-Lifestylemarke bietet alles, was Männer lieben, und überzeugt in Deutschland seit 1972 durch Vielseitigkeit, Anspruch, Exzellenz und seine crossmediale Top-Reichweite. Als Marktführer im Männersegment steht PLAYBOY für Qualitätsjournalismus und bietet seinen Lesern viel zitierte Interviews, preisgekrönte Reportagen und aufwendige Fotoproduktionen. PLAYBOY deckt alle für Männer relevanten Themen aus den Bereichen Auto, Lifestyle, Mode, Pflege, Technik, Genuss, Reise und Kultur ab.

- **UNIQUE:** Qualitätsjournalismus mit erstklassiger Fotografie & einzigartigem Themenmix mit Mehrwert!
- **LEADING:** Marktführer im Männersegment nach Auflage, Reichweite & Frequenz!
- **ICONIC:** PLAYBOY ist eine der bekanntesten und wertvollsten Medienmarken der Welt!

92.668 Ex.

Verkaufte Auflage
Exkl. E-paper

monatlich

Erscheinung

0,81 Mio.

Leser

3,42 Mio.

Visits

5,24 Mio.

Page Impressions

453.600

Instagram Follower

34.700 EUR

1/1 Brutto

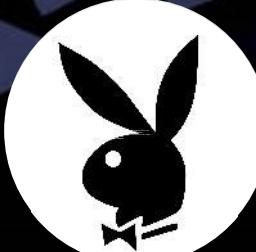
1.800.000

Facebook Follower

Crossmedia
Reichweite
1,1 Mio.

Verkaufte
Auflage inkl.
E-Paper
in Ex.
92.668

Verbreitete
Auflage
in Ex.
141.655



Quelle: IVW QIII-2025 (Print), ma 2025-II, Preis 2026, IVW durchschnittlicher Monat Jan-Feb 2025 (Digital), Social Media: Stand Oktober 2025

PLAYBOY Zielgruppenausrichtung

Männlich, smart, anspruchsvoll

Print

Digital



Zielgruppe

92% der Zielgruppe sind zwischen **20-69** Jahre alt.

Die größten Leseranteile sind in den Alterssegmenten 40-59 und 20-29.



Geschlecht

94% sind Männer



HHNE

Durchschnitts
HHNE: 4.078 €



Bildung

Gut gebildet:
73% haben eine höhere Schule besucht

92% der Zielgruppe sind zwischen **20-69** Jahre alt.

81% sind Männer

Durchschnitts
HHNE: 3.738€

Gut gebildet:
73% haben mindestens einen weiterführenden Abschluss oder Abitur

Highlights & News 2026

PLAYBOY WEITERHIN AUF ERFOLGSKURS

IVW 3. QUARTAL 2025:

- 41.369 Abonnenten
- 77.296 Ex. in der „harten Währung“. Damit steigert PLAYBOY im Q3/25 die hart verkaufte Auflage (Einzelverkauf + Abo) auf 83% Anteil am Gesamtverkauf.

MA II/25:

PLAYBOY hat weiterhin 0,81 Mio. Leser in Print und eine Crossmedia Reach von 1,1 Mio.

AUSZEICHNUNG ZUM MEISTGELESENES LIFESTYLE-MAGAZIN BEI READYLY

PLAYBOY wurde von Readyly mit durchschnittlich 80.000 Leserinnen und Lesern als das meistgelesene Lifestyle-Magazin ausgezeichnet.

LEADING IM SEGMENT MÄNNER-LIFESTYLE-MAGAZINE:

PLAYBOY ist damit weiterhin **nach Frequenz, Reichweite und Auflage Marktführer** im Männer-Lifestyle-Segment und baut diese Position durch die erneute Steigerung der Auflage und Reichweite weiter aus. Dabei verfügt PLAYBOY über eine gesunde Auflagenstruktur mit hohen Abo- und EV-Anteilen, die kontinuierlich seit 2002 steigen. Das Magazin ist außerdem das **einziges monatlich erscheinende Printmagazin** im Segment.

BCN.



Highlights & News

Myriam Karsch turi-Speech “I have a dream“

Foto: GÖTTSCHE LOWE/ROBERTO VOLPONI/UNIVERSAL

33 Myriam Karsch verlegt den deutschen „Playboy“ und träumt von unpolitischer Nacktheit

Wenn ich mir etwas wünsche, dann das: Dass es niemanden mehr überrascht, dass ausgerechnet eine Frau ein Magazin herausbringt. In dem andere Frauen sich ausziehen. Weil endlich klar ist, dass sich Frauen nicht für Männer ausziehen, sondern für sich selbst. Und dass das wiederum nicht heißt, dass sie den männlichen Blick nicht schätzen. Sie zeigen sich aus eigener Stärke, weil sie Lust darauf haben.

Weil sie sich selbst schön und interessant finden – und diese Schönheit mit anderen feiern möchten. Erst kürzlich sagte die Schauspielerin Gisa Zach: „Die Playboy-Bilder sind mein Ausdruck von: Sei, was und wer du sein willst, und tu, was immer du tun willst. Sie sollen Anstoß sein, sich von Mustern zu befreien, die vorschreiben, was sich angeblich schick und was nicht.“

Schönheit, Nacktheit, Verletzlichkeit: Das alles ist heute politisch. Sobald jemand nackt ist, geht es um Macht, Selbstermächtigung, Verurteilung, Machtmisbrauch – es hat immer mit Macht zu tun. Ich wünsche mir, dass wir uns davon befreien und in Zukunft alle Körper akzeptieren können – ohne, dass sich einer über den anderen erhoben, ohne, dass immer jemand gewinnen muss. Mein Wunsch richtet sich auch an Frauen: Vermehrte Feministinnen, die Frauen dafür verurteilen, dass sie sich nackt fotografieren lassen, sind für mich keine Feministinnen. Eine Feministin schreibt anderen Frauen nicht vor, wie sie sich zu verhalten

können, ohne dass es ein politisches Statement sein muss. Dafür kämpfe ich. Und bis wir so weit sind, werden wir im „Playboy“ weiterhin wichtige Debatten aufgreifen: Persönlichkeiten wie Transmodel Giuliana Farfalla oder die 66-jährige Désirée Nick porträtieren und diesen Frauen eine Stimme geben. Wir sind so lange laut, bis die Welt ein wenig leiser wird.

Myriam Karsch gründet 2019 mit Florian Bottin Kounell Media und übernimmt die Publishing-Rechte der Marke Playboy im deutschsprachigen Raum

94 - Turi-Edition #23 - Agenda 2023

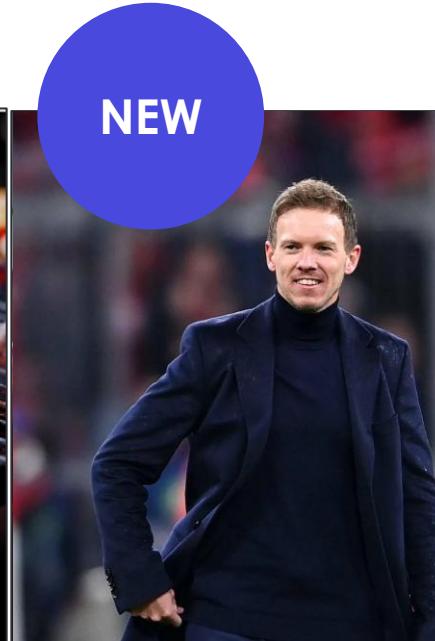
Mein Wunsch richtet sich auch an Frauen: Vermehrte Feministinnen, die Frauen dafür verurteilen, dass sie sich nackt fotografieren lassen, sind für mich keine Feministinnen. Eine Feministin schreibt anderen Frauen nicht vor, wie sie sich zu verhalten haben – zumindest nicht in unserer demokratisch-westlichen Welt.



„Wenn ich mir etwas wünsche, dann das: Dass es niemanden mehr überrascht, dass ausgerechnet eine Frau ein Magazin herausbringt, in dem andere Frauen sich ausziehen. Weil klar wäre, dass sich Frauen nicht für Männer ausziehen, sondern für sich selbst. Und dass das wiederum nicht heißt, dass sie den männlichen Blick nicht schätzen würden – aber sie zeigen sich aus eigener Stärke, weil sie Lust darauf haben. Weil sie sich selbst schön und interessant finden und diese Schönheit mit anderen teilen und feiern möchten. Weil sie etwas zu sagen haben.“

Specials & Sonderhefte - 1. HJ 2026

PLAYBOY



REISE-SPECIAL
#2 | EVT: 8.1.26
AS: 5.12.25

MODE-SPECIAL
FRÜHJ./SOMMER
#4 | EVT: 5.3.26
AS: 30.1.26

F1-SPECIAL
#4 | EVT: 5.3.26
AS: 30.1.26

DUFT-SPECIAL
#5 | EVT: 9.4.26
AS: 6.3.26

GRILL-SPECIAL
#6 | EVT: 7.5.26
AS: 2.4.26

WM & ENTER-TAINMENT-SPECIAL
#7 | EVT: 3.6.26
AS: 30.4.26

Specials & Sonderhefte - 2. HJ 2026

PLAYBOY



WIESN-SPECIAL
#10 | EVT: 10.9.26
AS: 7.8.26

MODE-SPECIAL
HERBST/WINTER
#10 | EVT: 10.9.26
AS: 7.8.26

CARS-SPECIAL
#11 | EVT: 8.10.26
AS: 4.9.26

UHREN-SPECIAL
#12 | EVT: 5.11.26
AS: 2.10.26

GESCHENKE-
SPECIAL
#1 | EVT: 3.12.26
AS: 30.10.26

HOW TO BE A MAN
SONDERHEFT
EVT 19.11.26
AS 17.10. 26

Termine, Themen & Preise 2026

PLAYBOY #2-4/26

#	EVT	AS	DU	THEMA
2/26	08.01.2026	05.12.2025	08.12.2025	Großes Reise-Special (12 Monate – 12 Reiseziele), Veganuary, Fit und gesund ins neue Jahr, Menschen 2026 , Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen
3/26	05.02.2026	02.01.2026	05.01.2026	Winterolympia, Super Bowl, Food: Trends 2026 , Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Reise, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit (Longevity-Extra), Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
4/26	05.03.2026	30.01.2026	02.02.2026	Ostern, Formel 1 Saisonstart 2026, Großes Mode-Special (Frühjahr-Sommertrends 2026) , Grooming, Männerbar, Männerküche, Reise, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise

FORMAT	KOSTEN 2026 IN €
1/1 Seite	Media
1/2 Seite	Media
1/3 Seite	Media

Hinweis: Ist eine Umfeldplatzierung gewünscht & bestätigt, gilt der vorgezogene AS-Termin laut Tarif! Bitte geben Sie bei Buchung/Reservierung zwingend das gewünschte Umfeld an. Orientierungsgröße der Umfelder: mindestens $\frac{1}{2}$ Seite © BCN Brand Community Network GmbH. Redaktionelle Änderungen vorbehalten. Diese Unterlage wurde mit Sorgfalt erstellt. Irrtum und Änderungen behalten wir uns vor.

BCN.



Termine, Themen & Preise 2026

PLAYBOY #5-7/26

#	EVT	AS	DU	THEMA
5/26	09.04.2026	06.03.2026	09.03.2026	Großes, mehrseitiges Duft- und Parfumspecial , Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
6/26	07.05.2026	02.04.2026	02.04.2026	Muttertag, Großes Food-Special Grillen & Barbeque , Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Reise, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
7/26	03.06.2026	30.04.2026	04.05.2026	Fußball WM 2026 (mit großem Home Entertainment-Special) , Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Reise, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise

FORMAT	KOSTEN 2026 IN €
1/1 Seite	Media
1/2 Seite	Media
1/3 Seite	Media

Hinweis: Ist eine Umfeldplatzierung gewünscht & bestätigt, gilt der vorgezogene AS-Termin laut Tarif! Bitte geben Sie bei Buchung/Reservierung zwingend das gewünschte Umfeld an. Orientierungsgröße der Umfelder: mindestens $\frac{1}{2}$ Seite © BCN Brand Community Network GmbH. Redaktionelle Änderungen vorbehalten. Diese Unterlage wurde mit Sorgfalt erstellt. Irrtum und Änderungen behalten wir uns vor.

BCN.



Termine, Themen & Preise 2026

PLAYBOY #8-10/26

#	EVT	AS	DU	THEMA
8/26	09.07.2026	05.06.2026	08.06.2026	Fußball WM 2026, Grillen, Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Großes Mallorca-Special, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
9/26	06.08.2026	03.07.2026	06.07.2026	Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
10/26	10.09.2026	07.08.2026	10.08.2026	Wiesn-Special 2025, Immunsystem/ Erkältung, Großes Mode-Special (Herbst-, Wintertrends 2026), Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise

FORMAT	KOSTEN 2026 IN €
1/1 Seite	Media
1/2 Seite	Media
1/3 Seite	Media

Hinweis: Ist eine Umfeldplatzierung gewünscht & bestätigt, gilt der vorgezogene AS-Termin laut Tarif! Bitte geben Sie bei Buchung/Reservierung zwingend das gewünschte Umfeld an. Orientierungsgröße der Umfelder: mindestens $\frac{1}{2}$ Seite © BCN Brand Community Network GmbH. Redaktionelle Änderungen vorbehalten. Diese Unterlage wurde mit Sorgfalt erstellt. Irrtum und Änderungen behalten wir uns vor.

BCN.



Termine, Themen & Preise 2026

PLAYBOY #11/26-1/27

#	EVT	AS	DU	THEMA
11/26	08.10.2026	04.09.2026	07.09.2026	Playboy CARS: Großes Motor Special, Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren-Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen, Reise
12/26	05.11.2026	02.10.2026	05.10.2026	Großes Uhrenspecial, Black Friday, Reise: Winterziele, Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren- Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen
1/27	03.12.2026	30.10.2026	02.11.2026	Last-Minute-Geschenke-Guide, Weihnachten, Immunsystem/ Erkältung, Mode, Grooming, Männerbar, Männerküche, Uhren- Kolumne, Motor & Technik, Film & Kultur, Gesundheit, Sport/ Fitness, Finanzen

FORMAT	KOSTEN 2026 IN €
1/1 Seite	Media 34.700
1/2 Seite	Media 22.600
1/3 Seite	Media 17.400

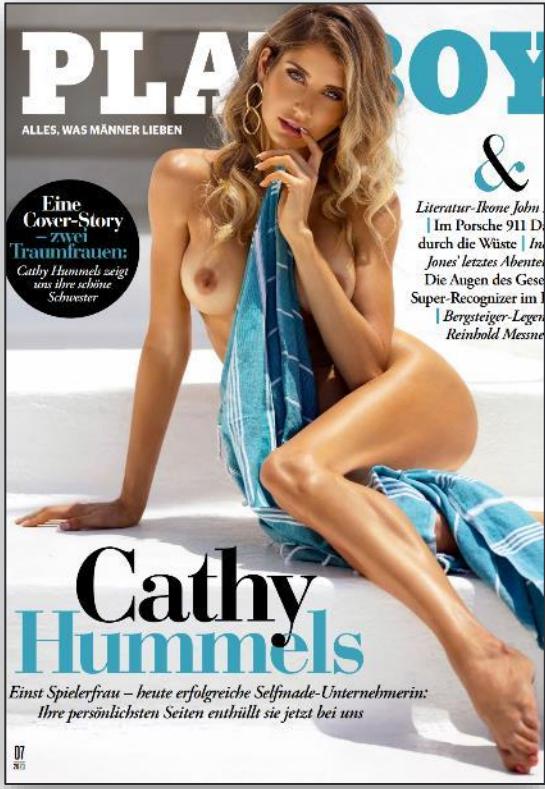
Hinweis: Ist eine Umfeldplatzierung gewünscht & bestätigt, gilt der vorgezogene AS-Termin laut Tarif! Bitte geben Sie bei Buchung/Reservierung zwingend das gewünschte Umfeld an. Orientierungsgröße der Umfelder: mindestens $\frac{1}{2}$ Seite © BCN Brand Community Network GmbH. Redaktionelle Änderungen vorbehalten. Diese Unterlage wurde mit Sorgfalt erstellt. Irrtum und Änderungen behalten wir uns vor.

BCN.



PLAYBOY Themenausrichtung

Alles, was Männer lieben!



AKTFOTOGRAFIE / EROTIK

Unsere prominenten Coverstars und unsere Playmates werden in hochwertigen und ästhetischen Akt-Fotoproduktionen in Szene gesetzt.

BCN.



MOTOR & TECHNIK

Alle News aus dem Technik- und Motorbereich und PS-starke Stories, die jedem Mann und jeder Frau Spaß machen.



STIL: MODE & LUXUS

Mit der Zeit gehen, ohne jeden Trend mitzumachen. PLAYBOY-Leser sind unkonventionell - aber stillvoll.

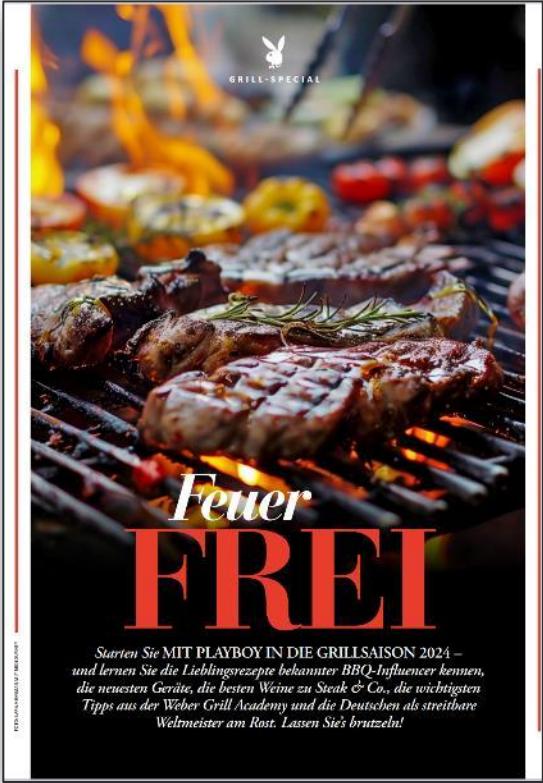


STIL: GROOMING & PFLEGE

Von Kopf bis Fuß. PLAYBOY hilft seinen Lesern, Eindruck zu hinterlassen.

PLAYBOY Themenausrichtung

Alles, was Männer lieben!



FOOD & BEVERAGE

PLAYBOY verrät, was weder in einer echten Männerküche noch in der Hausbar fehlen darf, und zeigt die coolsten Hotspots und besten Bars.



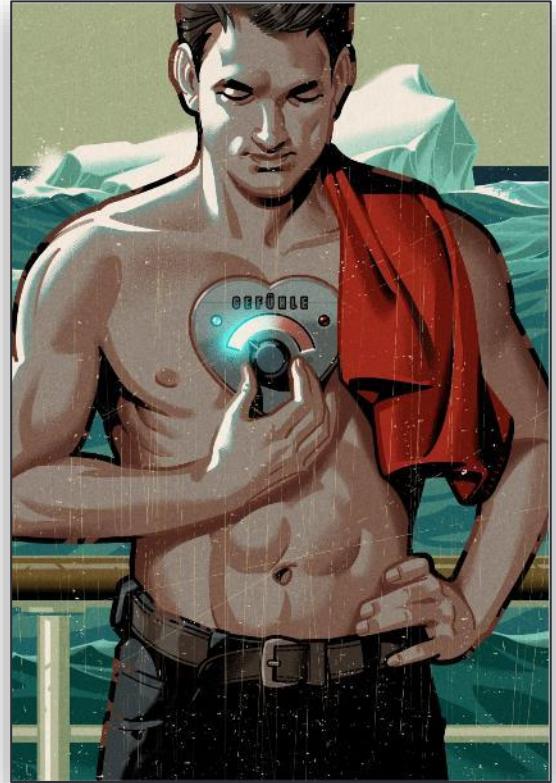
INTERVIEWS

Menschen und ihre Geschichten sowie Meinungsbeiträge und Haltungsstücke stehen bei PLAYBOY im Fokus.



REISE

Ob exotische Paradiese, luxuriöse Resorts, pulsierende Metropolen, oder idyllische Berglandschaften – PLAYBOY weckt die Lust am Reisen.



GESUNDHEIT

Alles rund Männergesundheit, Hautpflege und Prävention.

Ein Blick ins Heft – Motor

Impressionen



Ehrenrunde für eine Ikone

Der AUDI R8 wird eingestellt – doch statt zu klemmen, lassen wir den V10-Motor des letzten Sondermodells aufheulen

TEXT DAVID GOLLER

Er sah sich als „Genie, Milliardär, Playboy, Philanthrop“. Und er fuhr! Korrekt: einen Audi R8. Die Rolle von Marvel-Superheld Tony Stark, besser bekannt als Iron Man. Logisch, dass der Coole aller Helden hinter dieses Auto hat. Seine fliegende Rüstung ist bis heute fiktiv; seinen Wagen aber kann man in echt auf realen Straßen fahren. Noch. Denn der R8, der Hochleistungssportwagen der Ingolstädter, ist ein Ausstiegsmodell. Und das Sondermodell R8 V10 GT RWD, das es in Spanien über die Rennstrecke jagen darf, ist der letzte Art. Audi stellt den R8 rund 16 Jahre nach seiner Markteinführung ein. Dafür lassen wir den V10-Motor aufheulen und starten mit Vollgas auf der Geraden des Circuito Montelongo im südwestlichen Andalusien. In den Kurven quellen und qualmt es, während der Hinteranzugstrahl unerschöpflich nach vorne schlägt. Jede Kehre ein Genuss. Doch die Testfahrt ist nicht der letzte Termin des Tages. Beim Drift-Workshop lernen wir, wie man mit dem R8 Kreise auf den Teer zaubert. Während die Sonne untergeht, versuchen wir mithilfe der eingeschalteten Diff-Unterstützung, die Audi-Ringe nachzuzeichnen. Der R8 ist unser Pausel, der Asphalt unsere Leinwand – was für eine Abschiedsrunde. Macht gut, du wunderliches Ingenieurkunstwerk!

Unter einer unserer Wagen auf Einladung des Herstellers.



Britisch rasen

Mit dem DB12 definiert Aston Martin das GT-Segment neu. Selbstbewusst geben die Briten ihrem jüngsten Fahrzeug daher den Beinamen „Super-Tourer“. Es ist das erste Modell der Marke, das komplett unter der Schreibweise des neuen Eigentümers Lawrence Stroll entwickelt wurde

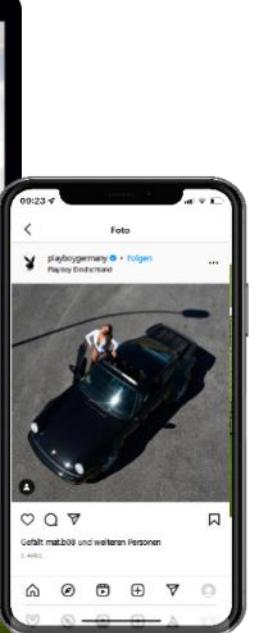
PHOTO: ROLAND LUDWICH / PHOTOMAX FOTOS



Für alle, die es nicht wissen: Das erste Fahrzeug unter dem Namen Land Rover wurde im Jahr 1948 auf der Autosalon in London präsentiert. Das kontinuierliche Upgrade der Modelle und die neuen Modelle Galionwagen waren zu einem Höhepunkt des Markenbildes und des Markenwertes. Um dies zu verdeutlichen, haben wir die Discovery zu verschicken, offiziell er im Jahr 1990 den

zweiten Land Rover auf dem Markt.

Und überzeugt durch seine Qualität und Zuverlässigkeit, die Altersgruppe der Kunden ist nun zu einem breiteren Publikum geworden. Um dies zu verdeutlichen, haben wir die Discovery zu verschicken, offiziell er im Jahr 1990 den



AUTOMOTIVE & MOBILITY IST EINE DER WICHTIGSTEN
UND UMFANGREICHSTEN RUBRIKEN IN PLAYBOY – MIND.
10 SEITEN IN JEDER AUSGABE

Ein Blick ins Heft – Stil: Uhren & Fashion

Impressionen



Der Männermagnet

Begeistert vom Design und den technischen Däsen einer Uhr, weiß man noch lange nichts? Wie macht sich das gute Stück am Handgelenk? Unser Uhrenexperte Michael Brunnbauer sucht darauf Antworten – und zeigt jeden Monat ein anderes Modell. Dieses Mal das von ihm selbst entworfene „CUSTOM-BUILT TIMEPIECE“ von PORSCHE DESIGN

Mein erster Eindruck:
„... wie kann physischer, sondern auch seelischer Kontakt funktionieren? Diese Uhr habe ich mir auf die Lippe gesetzt, um zu sehen, wie gut sie aussieht.“ Michael Brunnbauer ist mit einem PORSCHE DESIGN Chronographen sehr zufrieden. Der Mechaniker hat nur eine einzige Kombination gefunden, die ihn glücklich polar auf seine Uhr an. Dafür war es noch nicht einmal eine geschickte Testreiter zusammengetragen. Insgesamt ist der neue Zeitmesser ein echter Hingucker, der dem letzten Porsche 911 S/T in der Pech-Sonne des Neus, entstellt sich nicht schlecht. „Ich habe mich auf das Rennen auf die Rückbank der Uhr in dieser, sagen wir mal, etwas spezielleren Nähe zu gesetzt.“

Das sagt der Juwelier:
Von Karlsruhe nach Zürich, nachsgespannt nach eigener Erfahrung, weißt du der Preis ist nach Empfehlung der Uhr zu hoch? „Die Uhr über 12.310 Euro werten. Da aber im Grunde jedes Modell aus dem Porsche Design Sortiment so kostengünstig ist, muss sich sowohl die optimale Nachfrage als auch die Wettbewerbung der Uhr nutzen.“ Michael Brunnbauer weiß, was bei einem Neuwagen sollte man auch hier nach dem Kauf mit einem gewissen Wertverlust rechnen.

Das habe ich erlebt:

„Viel mehr als ohne ein Empfehlungsurteil geht es nicht. Angenommen, man erhält die Uhr als perfekter Einstecker und Geschenkgüter – man findet sie nicht mehr.“ Michael Brunnbauer ist der Darmstädter davon überzeugt, sich bereit zu stellen, wenn ein Pechvogel am Handgelenk. Wer etwa einen anderen Armbanduhr, das andere Gesicht oder eine andere Uhr möchte, kann sich leichter zu einer rechtzeitigen Übereinkunft gebracht fühlen. So einfach wie es kommt: „Sag einfach, was du brauchst und spüf keine Angst.“



Ein Blick ins Heft – Stil: Grooming & Pflege, Düfte

Impressionen

Haut-Pflege statt Haute Cuisine

Manche Zutaten der gehobenen Küche lassen sich auch äußerlich anwenden. Nach hautstraffendem Kaviar macht neuerdig nun TRÜFFEL ALS AUFFRISCHER von sich reden. Wir haben ihn in den Männerkosmetikregalen gesucht

Kaviar, Perlen, Seide, Diamantstaub, Gold: je wertvoller die Inhaltsstoffe, desto größer die Versprechen der Kosmetikproduzenten. Das war in der Geschichte der Gesichts- und Körperpflege oft so. Und heute ist es mit der alletzt proklamierten Rückkehr zur Natur wieder so weit – allerdings auf dem bis dato höchsten Niveau, was Ansprüche an Qualität und Wissenschaftlichkeit angeht. Das schafft Überraschungen natürlich nicht aus – im Gegenteil. Oder wären Sie ausgerechnet auf Trüffel gekommen, diesen Pilz mit seiner runzigen Struktur? Er soll dank seiner Aminosäuren hautglättend wirken und wegen seiner hydratisierenden und aufhellenden Eigenschaften gegen dunkle Augenringe und Pigmentstörungen helfen sowie die Haut vor äußerlichen Einflüssen schützen. Aber auch auf das Haar hat Trüffel angeblich einen feuchtigkeitsspendenden Effekt, der ideal für beschädigtes, trockenes, chemisch behandeltes oder coloriertes Haar ist. In Parfüms sorgt die kulinarische Delikatesse hingegen, das ist klar, für extravagante Duftmischungen.

1. "Absolute Radiance" Augen Serum mit Extrakt von weißer Trüffel nährt die Augenpartie, spendet Feuchtigkeit und reduziert Augenringe. Von Nume-Lab Switzerland, ca. 87 Euro.
2. Black Truffle Pre-Shave Gel schafft einen Puffer zwischen Haut und Rasierer und verhindert unangenehme Schnitte. Von Truffina, 30 ml, ca. 80 Euro. 3. "Truffle Shampoo" ist ein reichhaltiges Feuchtigkeitsshampoo, das bis in die Haarspitzen kräftigt. Von Philip B., 220 ml, ca. 86 Euro. 4. Body Recovery® kurbelt die Zellaktivität mit weißer Trüffel an und sorgt mehr Elastizität. Von Sepai 100 ml, ca. 88 Euro.
5. Bad Boy Cobalt® singt mit Trüffel, pinkem Pfeffer, Geranie und Eichenholz ein energiegeladenes und kontrastreiches Aroma. Von Carolina Herrera, EdP, 100 ml, ca. 117 Euro. (ab Ende Februar erhältlich)

redaktion: MABEL NEUMANN foto: STUDIO SCHÖFFER

116



Ein Hauch von Hoheit
Wer mit seinem Duft den eigenen Erfolg unterstreichen möchte, muss das SPIEL MIT ROYALEN NOTEN beobachten. Diese edlen Wässerchen tragen den Hochadel nicht nur in ihren Namen und in der Formensprache ihrer Flakons ...

ROYAL OUD
verleiht sich als eine königliche Inszenierung dem Duft eine gewisse Strenge. Seine Aromen sind schwer und orientalisch. Noten wie Galbanum, Ingwer und Sandelholz werden zu einem offiziellsten Meisterwerk eines dänischen Parfümeurs. Von Krigler, 100 ml, EdP, ca. 879 Euro.

ROYAL VETIVER
verleiht sich als eine königliche Inszenierung dem Duft eine gewisse Strenge. Seine Aromen sind schwer und orientalisch. Noten wie Galbanum, Ingwer und Sandelholz werden zu einem offiziellsten Meisterwerk eines dänischen Parfümeurs. Von Krigler, 100 ml, EdP, ca. 285 Euro.

SCANDAL HOMME
LE PARISIM IN FLICHE' verleiht Männer eine Gravité und mit stolzem braunem Karanfil sowie Noten des Ingwers eine gewisse Verbündetheit. Von Jean Paul Gaultier, 100 ml, EdP, ca. 285 Euro.

ROYAL VETIVER
verleiht sich als eine königliche Inszenierung dem Duft eine gewisse Strenge. Seine Aromen sind schwer und orientalisch. Noten wie Galbanum, Ingwer und Sandelholz werden zu einem offiziellsten Meisterwerk eines dänischen Parfümeurs. Von Krigler, 100 ml, EdP, ca. 285 Euro.

SCANDAL
MILLIONES
DU PARIS
ROYAL ESSENCE
spiegelt mit Neuronen von Lavendel, Lavandin, Absinth-Öl und Moskattenöl sowie Verveine, Patchouli, Moschus und Sandelholz Pfeffer. Ein frisch-holziges Aroma, das durch die lebendige Verbindung zwischen Patchouli, 100 ml, EdP, ca. 171 Euro, ab der weihnachtlichen Festlichkeit der Atmosphäre im Hof von Versailles. Von Parfums de Marly, 100 ml, EdP, ca. 220 Euro.

redaktion: MABEL NEUMANN foto: STUDIO SCHÖFFER

120

Ein Blick ins Heft – Männerbar & Männerküche

Impressionen



MÄNNERKÜCHE

Feuer & Fleisch auf koreanisch

Küchenexperten aus Südkorea und gurzeti in aller Munde – nichts überzeugt die kultmärtischen. Wir servieren: BULGOGI („Feuerfleisch“) aus dem Münchner „89 Anja“

PHILIPP KOMOTY

Die südkoreanische Küche hat in den vergangenen Jahren viele internationale Fans gewonnen. Ein wichtiger Grund dafür ist sicherlich das stetig steigende Interesse am asiatischen Kochen. Eine weitere Voraussetzung ist sicherlich das Fazit, dass auch nach der großen Koreaner-Küche noch viel Raum für andere Nationalküchen bleibt. Besonders fehlt der „feine Nachbar“ Japan, der zusammen mit Südkorea und China die meiste Entwicklung im Bereich des asiatischen Gastronomie-Marktes geprägt hat. In Südkorea sind jedoch die Städte weiterhin sehr traditionell geblieben. Eine der ersten neuen Läden in München war vor etwas mehr als einem Jahr das „89 Anja“ in der Münchner Innenstadt. Die beiden Küchenexperten aus Südkorea haben sich auf das Feuergrillen konzentriert und haben dabei einen ganz besonderen Stil gefunden. Sie sind davon überzeugt, dass kein gute asiatische Schlemmerei ohne Feuergrillen möglich ist. Das kann man auch an den leckeren Grillgerichten wie Bulgogi oder Kalbi erkennen. Beide sind davon überzeugt, dass man nicht nur vom Fleisch, sondern auch davon kann, dass man viele asiatische Gewürze und Zutaten verwenden kann.

BULGOGI MIT DEM „JOH ANJA“

ZUTATEN:

SOUP: 100 g Bulgogi, geschnitten

2 Knoblauchzehen, gehackt

1/2 l Sojasauce

1/2 l Wasser

1/2 l Zwiebeln

Dressing: 100 g Petersilie, gehackt

1/2 l Sojasauce

1/2 l Zwiebeln, gehackt

1/2 l Knoblauch, gehackt

1/2 l Zitronensaft

Ein Blick ins Heft – Reise

Impressionen

A composite image featuring a large cruise ship docked at a tropical port with a city skyline in the background, and a close-up portrait of a woman wearing a flower lei.

The image shows a top-down aerial view of a luxury resort in the Maldives. The resort consists of numerous overwater bungalows connected by a network of walkways forming a circular pattern. In the foreground, there's a small island with several palm trees and a few lounge chairs. To the right, a bright blue ocean with white-capped waves is visible, with a white speedboat creating a prominent wake. The sky is a warm, golden color, suggesting either sunrise or sunset. In the top right corner, there's a smaller inset image showing a similar speedboat on the water.

A scenic view of a red train traveling across a stone arch bridge in a lush green mountainous area. The bridge spans a deep valley, and the train is moving from left to right. The surrounding terrain is densely forested, with sunlight filtering through the trees, creating bright highlights on the mountainside. In the background, more mountains are visible under a clear sky.

BCN.

Native Werbeformen

Advertorial I Hero of the Month (Co-Branding) | Stilmacher | Kooperation

HERO OF THE MONTH

**DIE KOMÖDIE DES JAHRES
ÜBERZEUGT MIT WITZ, CHARME UND
DEUTSCHER STARBESETZUNG**

Das Revue der gleichnamigen französischen Komödie von Alexandre De La Patellière und Matthieu Delaporte (Originaltitel „Le Pionnier“) muss Mahr(n) gesehen haben!

Ab jetzt im Kino

HERO OF THE MONTH

PLAYBOY MAGAZINE © PLAYBOY INC. 2013

MARKENKOOPERATION

**REISE MIT GUTEN
AUF DER SCHWEIZ**

Für ihren Trip in die Schweiz haben Carolina und Julia Playmates ausgewählt, Playmates des Jahres 2012, das Auto zu Hause und die Flugreise mit dem Zug. Eine Grand Train Tour of Switzerland ist eine Reise, die nicht nur aufregend, sondern auch unvergesslich ist. Aber warum lässt sich das Land nämlich nicht nur komfortabel, sondern auch wunderbar entdecken? Einmal mehr hat die Schweiz neben dem Sonnenlicht, das vom Himmel auf die stolzen Hügel fällt, auch jenes,

**In tollen Zügen
genießen**

Wer die schönsten Flecken der SCHWEIZ ENTDECKEN und dabei entspannen will, reist am besten auf der Schiene. Unsere Playmates Carolina und Julia haben es ausprobiert

Es gibt da Flecken, die oft bemüht wird, aber selten pass. Das liegt an Ziel. Doch als wir uns in die legendäre Senni der Golden Pass einlassen, um in die schroffen Stufen eines Bäckchens zu schlüpfen, die Sitzringen hoch- und die Lehnen zurückziehen, spüren wir: Jetzt wäre das Sprichwort angebracht: „Wir haben es der Prestige Classe des Zuges zu verdanken, dass wir so leicht und ohne Mühe nach Montreux kriegen soll – zum ersten Stopp unserer Kurzreise in die Kantone Waadt und Wallis. Vorgekommen haben wir uns für unsere kleine Reise, die

Kultur der französischen Schweiz zu erkunden. Ein wenig Bewegung an der frischen Luft steht ebenso auf dem Programm wie viel Genius und – so hoffen

GENUSSMOMENTE
Erlebnisse für die Weinen und Genießen der Châtaigne, ein Welt- und Nationalträd, das auf dem Tisch steht. Ein Trip auf den Schaffhauser Weinweg ist ein echter Genuss. Seit 140 Jahren wird hier auf dem großen Bittenweiler Mittelweinbau

der prächtige Mittelweinbau der Schweiz und zudem von UNESCO-Weltkulturerbe. Manche Weinhäuser hier im Tessin haben schon in der Gründungszeit des Landes geweint. Männer wie Peter und Barbara Bissig haben in der Tat einen feinen Geschmack und eine Frau in ihrer Familie in diesem Bereich. Ein weiterer Anziehungspunkt ist Taverne Châtaigne, eine im Weinberg befindliche Seite, und versteht, dass die Schweizer ein Prozent ihres Weins exportieren. Wir können nur, wenn diese Weine trinken.

Für den Rückweg nach Montreux entscheiden wir uns für einen malerischen Bob-Eppen-Schiffzug, der zwischen den beiden Seen überquert. Dieser gefüllte Mittelmeerkreuzer verkehrt. Ein spezielles Bräuhaus ist nicht mehr zu Besuch, aber der Schaffhauser Weinweg ist ein echter Genuss. Er ist der grösste Weinweg der Schweiz. Die Fahrt auf dem Golden Pass Express und in allen anderen Zügen und Bussen im «Suisse Travel Pass» enthalten einen quatschfreien Tag. Auf dem Bootsfahrt geniessen wir zum Beispiel einen Blick auf die schroffen Berghänge und erhalten einen Blick auf Neven, den ehemaligen Weinherrn von Schaufeld-Hôte Charlie Chaplin. Nach einer kurzen Fahrt sind wir zu einem kleinen Restaurant gekommen, wo wir auf den Überresten eines auf den Spuren großer Prinzipalitäten, Mask-Legenden wie Miss Diana Simone oder Aretta Franklin spaziert sind. Und dann sind wir in das Restaurant «Lausanne Jazz Festival» in der Stadt Rock-Rollen wie David Bowie und Queen nehmen hier Alben. Wenn Qualität und Preis zusammenfinden will, kommt nach Montreux.

PLAYMATES ON TOUR
Unweit von Montreux entfernt von Montreux liegt eine kleine Stadt, die «Freddie Mercury unter den Städten». Diese Stadt ist Montreux. 1895 entstand vor den Toren der Stadt, im Limmattal, das «Grand Casino». Ein grandioser Ausdruck der damaligen Monstergeneration direkt gegenüber dem

Aufgrund eines 10-Zimmer und Sauna im Chado-Schlössli kommt das «Aida Hotel & Spa» in Crans-Montana mit bestem Lounging, Jacuzzi und Sauna. Damit kann man sich auf dem Balkon des Hotels in den

Blick in die Ferne schweifen zu lassen, sollte man hier einiges für Detal haben, wie bei einem Ranggang durch die schroffen Alpenberge kann es auch durch den Glashof und die Zigarrenzimmers erst den mit exquisiten Haschen ausgestatteten Raum erreicht werden, am wenig später Playboy-Bildschirme sind den Wänden angebracht.

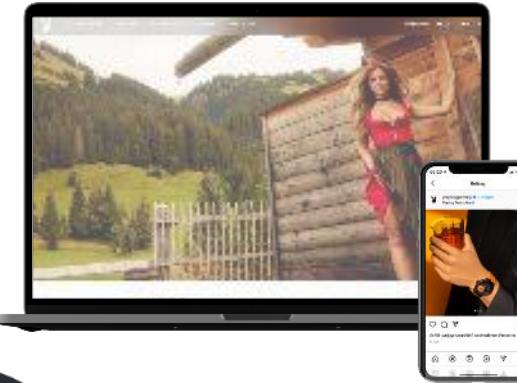
WIR lehnen uns zurück und fühlen uns direkt zu Hause – die Rückseite in unser eigenes Zuhause darf genau einen Moment erwarten.

REISEGEGEN
«Café des Champs» liegt in der Nähe des Bahnhofs und bietet einen Ausblick auf die schroffen Alpenberge. Hier kommen auch echte «Playboys» auf ihre Kosten. Montreux kann man sich richtig gut entspannen, wenn man sich zur Rückbank auf dem Balkon des «Aida Hotel & Spa» in Crans-Montana setzt, und sich die PlayBoy-Bildschirme anschaut.



PRINT

PLAYBOY (monatlich)

DIGITAL
PLAYBOY.deSOCIAL
SOCIAL MEDIASUBSCRIPTION
NEWSLETTER

Print Extensions



1x/JAHR

HOW TO BE A MAN

EVENTS
PLAYMATE OF THE YEAREVENTS
GENTLEMENS WEEKEND & ADVENTURE TOUR

BCN. *Inspiring
Brands.*