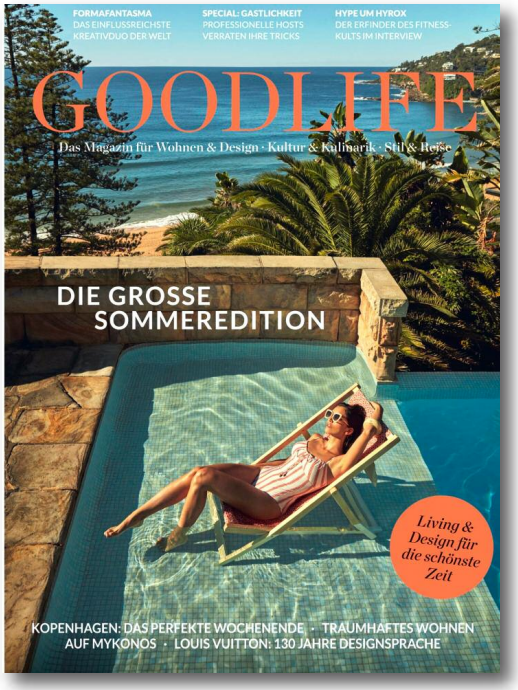
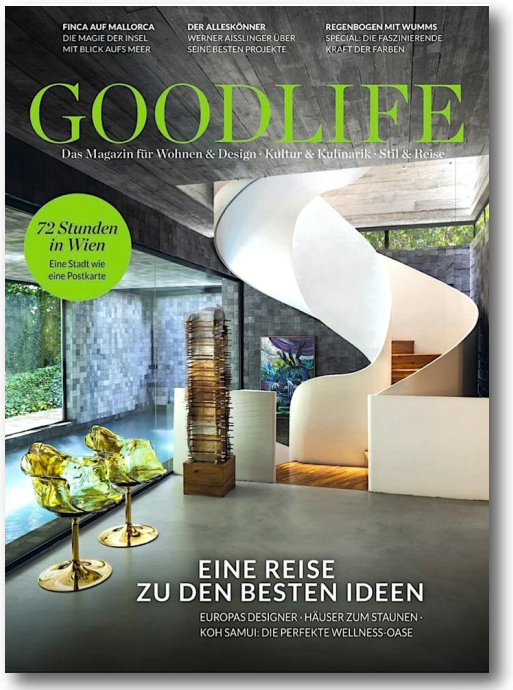
Willkommen im GOODLIFE

Mediadaten 2027







Ein Magazin *für die Werte des Lebens*



In GOODLIFE stehen die Menschen und Dinge im Vordergrund, die unsere Zeit bereichern.

Wir geben ihnen eine Bühne, richten das Licht auf sie und berichten über das, was sie mit voller Hingabe tun. Wir geben Kreativen und VisionärInnen den größtmöglichen Raum, mit ihren Ideen Leserinnen und Leser zu begeistern. In GOODLIFE möchten wir den hellen und mutmachenden Seiten, die uns umgeben, eine Heimat bieten. Sie zu entdecken und Ihnen davon zu berichten, ist unser Programm. Ich würde mich freuen, wenn Sie uns auf dieser Reise begleiten.

Ihr Christian Krug, Chefredakteur

GOODLIFE *Themen & Termine*

GOODLIFE 2/27 #197 LIVING 2027 IN- und OUTDOOR Die Meta-Trends bei Farben, Materialien und Technologien Gesundheits-Visionäre: Well-Being ersetzt Anti-Aging SPEZIAL Südtirol & Trentino	Anzeigen bis Feb. 12, 2027	EVT März 12, 2027
GOODLIFE 3/27 #198 OUTDOOR KOLLEKTIONEN SOMMER 2027 Outdoor Living Sonderausgabe für Premium Genuss im Außenbereich Beschattung, Licht, Outdoor-Küchen, Dekoration Trends 2027 Städtetrip Rom	Anzeigen bis März 29, 2027	EVT April 30, 2027
GOODLIFE 4/27 #199 LIFESTYLE INTERNATIONAL Design & Inspiration MAILAND Showrooms & Salone – kuratierte "Must haves". Entdeckungen: Design aus Paris, Antwerpen & Kopenhagen SPECIAL Irlands Süden mit Städtetrip Dublin	Anzeigen bis Mai 22, 2027	EVT Juni 25, 2027
GOODLIFE 5/27 **#200 Die JUBILÄUMSAUSGABE DESIGN & INTERIOR** Die besten Möbel-Kollektionen, Textilien, Wand, Boden & Leuchten Design & Technik und Marken & Designer im Interview Städtetrip Stockholm	Anzeigen bis Aug. 3, 2027	EVT Sept. 3, 2027
GOODLIFE 6/27 #201 NEUE GASTLICHKEIT, BAD & WELLNESS Küche & Kochen – Bäder der Zukunft mit echter Design-Kompetenz Luxuriöse Betten, Hotelausstattung und innovative Interior-Design-Projekte Städtetrip München	Anzeigen bis Sept. 22, 2027	EVT Okt. 22, 2027
GOODLIFE 1/28 #202 VISIONEN 2028: DESIGN INTERIOR & LIVING Outlook 2028 Design-Trends & Looks, zukunftsweisende Architektur SPECIAL Schmuck & Uhren Städtetrip Paris	Anzeigen bis Nov. 10, 2027	EVT Dez. 10, 2027

KEY FACTS
Homepage: goodlife-magazin.de
Frequency: 6 Ausgaben im Jahr
Copy Price: € 9,50

FORMAT
215 mm x 275 mm plus 5 mm Beschnitt
PDF X4 cmyk ICC Profil PSO coated v3 www.eci.org

GOODLIFE *Preise & Formate 2027*

2/1 Seite	Anzeige	€ 26.000,-
1/1 Seite	Anzeige	€ 14.000,-
1/2 Seite	Anzeige	€ 6.600,-

Premiumplatzierung

1/1 Seite	Anzeige 4. US	€ 17.000,-
1/1 Seite	Anzeige 2. US	€ 16.000,-
1/1 Seite	Anzeige 3. US	€ 16.000,-
2/1 Opening Spread US 2 + rechte Seite		€ 30.000,-
2/1 1. Doppelseite		€ 28.000,-
2/1 Closing Spread US 3 + linke Seite		€ 28.000,-

Digital

Branded Article auf **goodlife-magazin.de**
inklusive eine Newsletter Präsentation als Teaser verlinkt mit dem Online-Article für 4 Wochen Laufzeit **Paketpreis € 3.500,-**

Der wöchentliche Newsletter geht an 11.000 Empfänger und hat eine Öfnnungsrate von über 40 % (marktüblich sind 25 %)

Der digitale Artikel kann bis zu 8 Bilder mit Text oder ein Video zeigen und ist 4 Wochen auf einer Premiumplatzierung zu sehen.
Die Verlinkung zur Landingpage des Kunden ist möglich.

Scrolly auf goodlife-magazin.de

8-12 Images € 3.800,-
5-7 Images € 3.500,-

Die Redaktion übernimmt die komplette Produktion.

ANZEIGENFORMAT
1/1 Anzeige 215 x 275 mm plus 5 mm Beschnitt
Doppelseite bitte als Einzelseiten anliefern
Beschnittmarken 5 mm vom Endformat entfernt platzieren
PDF / X4
ICC-Farbprofil PSO coated v3 300%
CMYK (keine Sonderfarben) keine RGB-Farbelemente
Farb-/Graustufenbilder 300 dpi, Strich/Bitmap mind. 1200 dpi

Stornierungen sind bis vier Wochen vor Anzeigenschluss möglich.
Vorzugsplatzierungen sind begrenzt. Reservierungn für Vorzugsplatzierungen verfallen, sofern vor Wochen vor Anzeigenschluss kein schriftlicher Buchungsauftrag vorliegt.
Die Preise gelten ab 1.Januar 2027 für Buchungen bei der GOOD LIFE Publishing GmbH.
Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Nettorechnungsbetrag aufgeschlagen.

GOODLIFE *Daten zur Leserschaft*

Geschlecht	
Frauen	57 %
Männer	43 %
Alter	
Unter 45	24 %
45-55	30 %
55 +	46 %
HNE	
Unter 5.000 €	31 %
5.000 -7400 €	32 %
7.500 und mehr €	29 %
keine Angaben	8 %
Akad. Abschluss	74 %
Eigene Firma	38 %
Leben in Metropolen	51 %

Druckauflage: 40.000

Durchschnittliche Reichweite: 220.000

Einzigartiges Magazin
58 % sagen es gibt für sie keine vergleichbare Zeitschrift in diesem Segment.

Lesedauer
62 % der Leser nehmen die Zeitschrift mehrmals in die Hand und lesen GOODLIFE intensiv für insgesamt 1,5 -3 Std.

Ausgabe wird mehrfach gelsen
76 % jede Ausgabe wird von 2 - 4 Personen gelesen.

Markenqualität
68 % sind besonders Marken

Interesse an Themen Uhren / Schmuck
56 % sehr interessant
38 % interessant

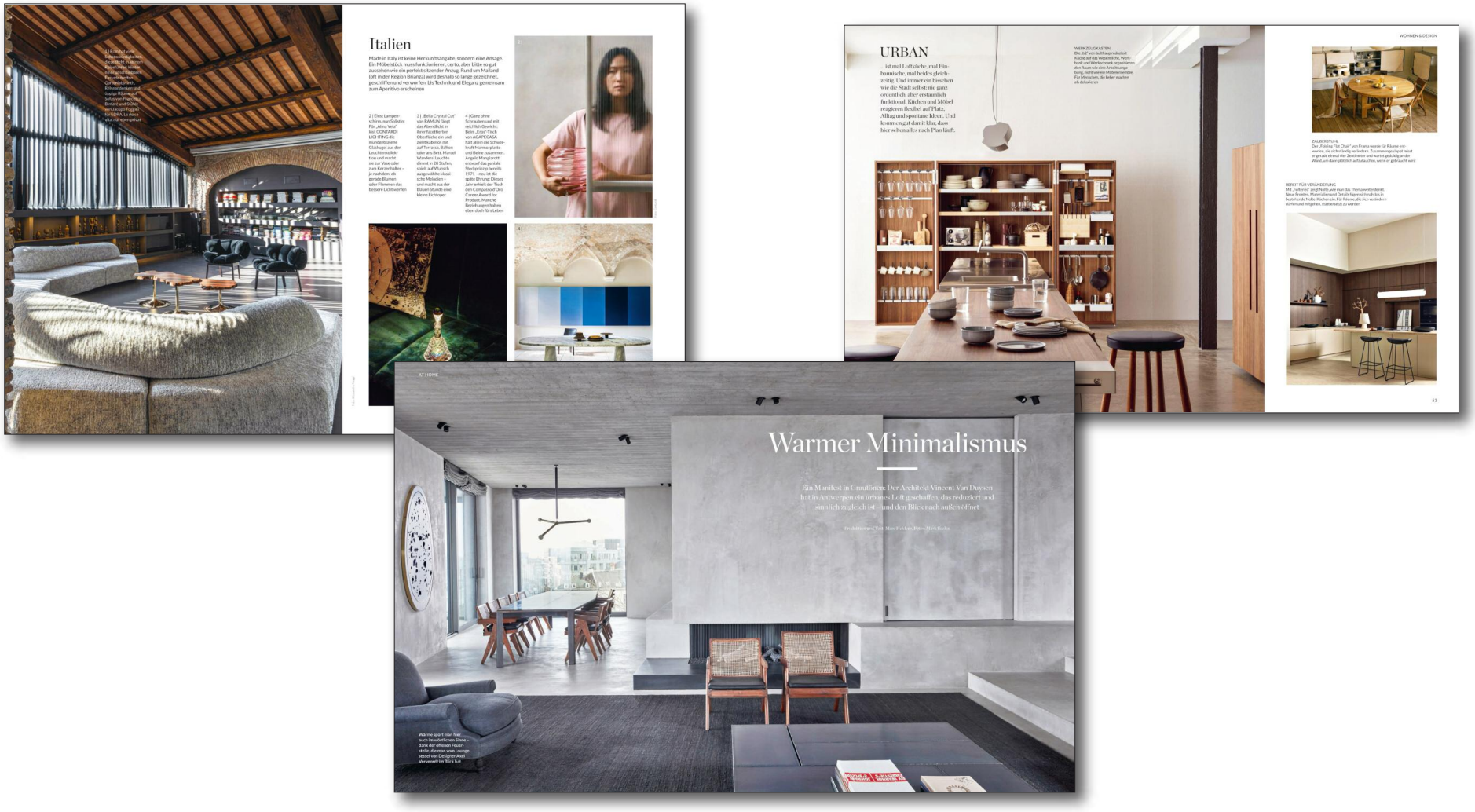
Urlaube pro Jahr
81 % mindestens 2
47 % mindestens 3

Interesse an Hotels
60 % Boutique-Hotel
27 % Luxushotel
18 % eigene Ferien-Immobilie

Die **Distribution** von GOODLIFE erfolgt durch Einzelverkäufe, Abo-Exemplare und rund 400 ausgewählte Einrichtungsgeschäfte. Gezielte Verteiler richten sich an: Architekten und Innenarchitekten, Galerien, Cafes, Hotspots und Events. Direkt beliefern wir Luxushotels, Flughafen Lounges, Bahnhofskioske, Flughäfen, Ärztpraxen und Privatkliniken.

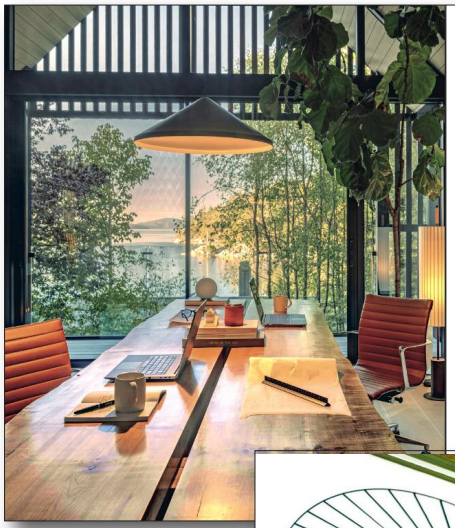
Wohnen & Design *kann Leben verändern*

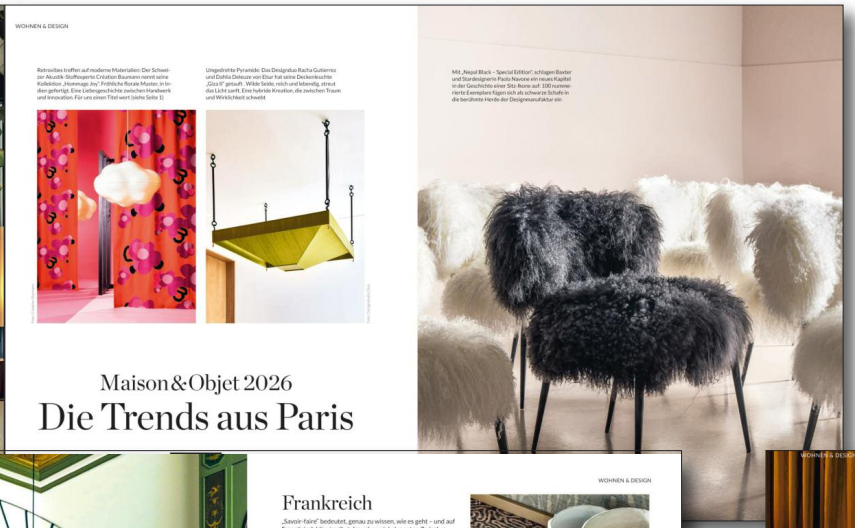
Lebensräume prägen uns. Wer prägt die Lebensräume?
GOODLIFE zeigt Orte und jene Menschen, die mit Ihren Ideen
Atmosphären schaffen, die zur Heimat werden.

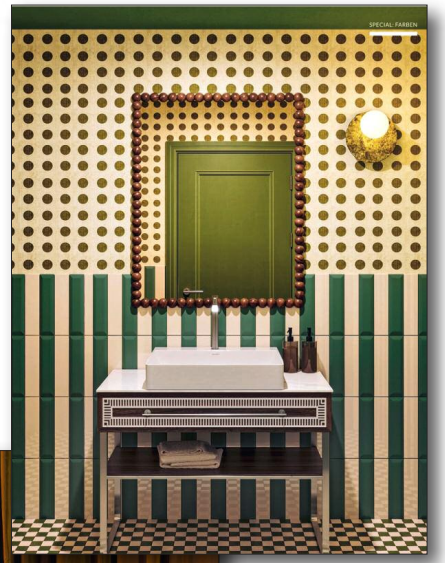


Interior Trends *Styles, Looks und Farben*

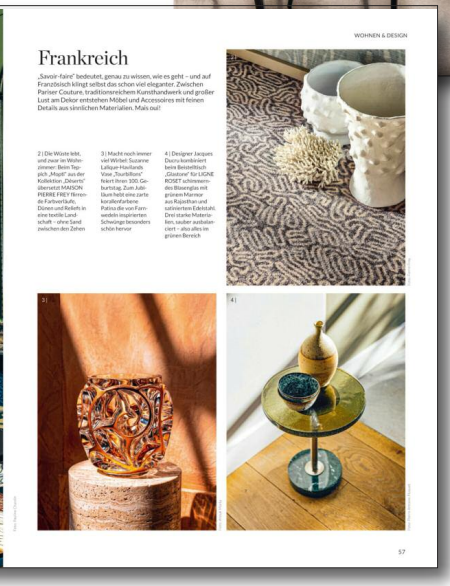
GOODLIFE wagt den Blick in die Zukunft mit einem Gespür für lebensnahe Interior Trends und umsetzbare Inspirationen. Wie wollen wir in naher Zukunft leben und arbeiten? Wir inspirieren zu Neuem.













Inside Manufakturen *der tiefe Blick*

Das Handwerk wird oft beschrieben und doch kaum besucht.
GOODLIFE blickt bei Künstlern, Designerinnen und Manufakturen hinter die Kulissen. In jedem Heft.



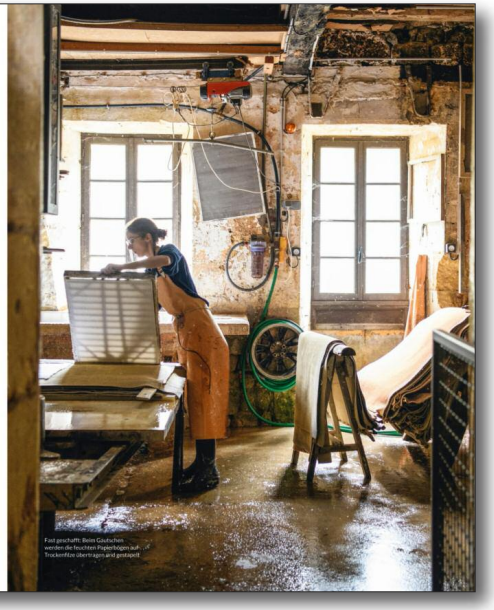


MANUFAKTUR

Ein seltener Anblick: handgemachtes Papier, frisch aus der Mühle

Wunder der Schöpfung

In der uralten Papiermühle Moulin de Larroque entsteht eines der edelsten Papiere Europas. Und eine junge Frau hält nicht nur die Mühle, sondern gleich das ganze Handwerk am Leben



Fast geschafft: Beim Glaubchen werden die feuchten Papierbogen auf Trockenfilze übertragen und gestapelt



MANUFAKTUR

HEISSES EISEN Nachhaltiger Stahl macht einen Bauhaus-Klassiker fit für die Zukunft
KALTER AUFGUSS Eine Berliner Manufaktur verarbeitet den edelsten Grüntee Japans

Tradition neu verwoben

In der schwedischen Weberei Pappelina entstehen seit Generationen Teppiche, die klassisches Handwerk mit modernem Design verbinden. Aus Fäden werden hier bleibende Werte gefertigt

Heico Forster ist Creative Director von GOODLIFE und hat Architektur studiert

DAS WISSEN LIEGT IN DEN HÄNDEN

In der schwedischen Provinz, am Rande von Leksand, steht die Weberei Pappelina. Die Zeit scheint dort ihren eigenen Rhythmus zu haben – seit 1948 laufen die Maschinen ununterbrochen. Kim Fröjen kennt den Klang der Webstühle. Schon als Kind staunte er über die vielen Fäden, die sich wie durch Zauberhand in einen Teppich verwandelten. Heute ist er Produktionsleiter und überwacht Material und Technik. „Hier sitzt das Wissen in den Händen", sagt er, „das Handwerk sind über die Jahre weitergegeben."

Für das Design verantwortlich ist die Gründerin Lisa Bickardsson. Bei ihr müssen Ästhetik und technische Machbarkeit zusammenfinden. „Entwürfe sollen schön und zugleich technisch umsetzbar sein. Oft entstehen gerade aus den Grenzen des Machbaren neue Wege", erklärt sie.

Das Weben gehört zu den ältesten Handwerkskünsten der Menschheit. Erste einfache Webstühle entstanden in der Zeit, als Ötzi durch Südtirol wanderte. Schon in der Jungsteinzeit vor 5000 bis 7000 Jahren wurden Fäden zu Stoffen verwoben. Über Jahrhunderte entwickelte sich die Technik weiter vom senkrechten Gewichtswebstuhl über den Trittwebstuhl des Mittelalters bis hin zu den mechanischen Webstühlen der Industrialisierung.

Trotz moderner Fertigungstechniken hat sich die traditionelle Weberei bis heute erhalten. In Manufakturen stehen handwerkliches Können, hochwertige Naturmaterialien und die Liebe zum Detail im Mittelpunkt. Das Resultat sind Stoffe mit Charakter, die oftmals in aufwendiger Handarbeit gefertigt wurden. jedes Stück ist ein Unikat. So verbindet das Weben jahrtausendealte Tradition mit zeitgemäßem Design und bewahrt ein wertvolles Kulturerbe für kommende Generationen.

Bei Pappelina wird die Tradition aber nicht unverändert weitergegeben, denn Wissen soll etwas Lebendiges bleiben. Nachhaltigkeit spielte während der Kindheit von Kim Fröjen noch keine große Rolle. Heute ist das anders. Die Technik wird kontinuierlich weiterentwickelt und so verfeinert, dass sie den Anforderungen von Design, technischer Machbarkeit und Umweltschutz gleichermaßen gerecht wird.

Architektur *Design großen Raum geben*

Spektakuläre Architektur, besonderen Materialien, Inzenierungen durch magisches Licht,
gigantische Gebäude in perfekter Handwerkskunst die uns Staunen lassen:
In jeder Ausgabe widmen wir einer Designwelt ein großes Special und geben ihr Raum zum Atmen.

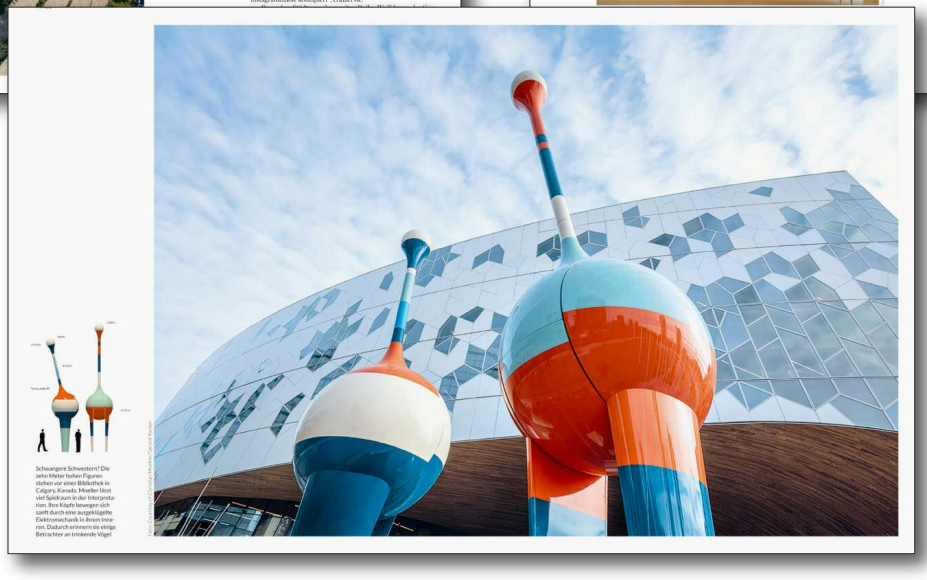

WOHNEN & DESIGN

RUNDE SACHE
Mehr als 2000 Werke indigener Künstler sind im **MOAPAA** (Museum of Aboriginal Peoples' Art and Artifacts) in Lac La Biche, Kanada, versammelt. Im Juli 2020 soll dieser Neubau mit kreisrunder Holzfassade fertig sein. Schon heute ist der Entwurf des Architekturbüros Spectacle preisgekrönt

Text: Johannes Mitterer

Kennen Sie Suzhou im Süden Chinas? Oder Debrecen im Osten Ungarns? Falls nicht, könnten Sie sich bald dafür begeistern. Wenn Sie sich für Architektur interessieren. Genauso wie für Abu Dhabi, Biad oder Los Angeles. Überall dort eröffnen oder entstehen gerade neue Museen, die an sich zwar nichts miteinander zu tun haben, die aber eine Sache eint – sie sehen allesamt spektakulär aus. Das Suzhou Museum of Contemporary Art: ein Ensemble aus zwölf Pavillons, verbunden mit einem geschwungenen Dach. Das Guggenheim Museum in Abu Dhabi: zehn skulpturale Kegel, die wie zufällig in die Wüste gepuzzelt scheinen. Und das Lucas Museum of Narrative Art sieht aus, als wäre es als Raumschiff in Los Angeles gelandet.

Ein Museum als architektonisches Monument, meint entworfen von einem der großen Namen der Architektur. Von Frank Gehry, Bjarke Ingels, Jean Nouvel, um nur einige zu nennen. Die sogenannte „Star Architecture" liegt im Trend. „Kontinuierlich entstehen neue, immer spektakulärere, größere und teurere Museen und Konzerthäuser", sagt Dr. Nadia Alaily-Mattar. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Raumentwicklung an der TU München und forscht seit Jahren zu Star Architecture und zur diskursiven Wirksamkeit von Architektur, heißt: zur Macht der Bilder und Erzählungen, die um ein Gebäude herum erschaffen werden. „Oft sind diese schon möglichst instagrammable konzipiert", erklärt sie.



Schwangere Schwestern? Die zehn Meter hohen Figuren stehen vor einer Bibliothek in Calgary, Kanada. Moeller liest viel Spielraum in der Interpretation. Ihre Köpfe bewegen sich sanft durch eine ausgeklügelte Elektromechanik in ihrem Inneren. Dadurch erinnern sie einige Betrachter an trinkende Vögel



Meister der Kurven

Der Ire Joseph Walsh ist auch ohne Lehre oder Studium ein Großer geworden. Seine geschwungenen Objekte haben ihren Weg in Museen und Botschaften, Schlösser und Sammlungen gefunden. Und doch ist er ein Geheimtipp

„Magnus RINN" ist Joseph Walshs erste monumentale Installation im öffentlichen Raum. Die Skulptur aus Bronze, Eiche und Gold war ein Beitrag Irlands zur Expo 2025 in Osaka

Wohnen *im Outdoor mit allem Luxus*

Liegen, Sessel, Daybeds und die passende Beschattung zeigen, wie entspannt Wohnen draußen sein kann. Die besten Kollektionen fügen sich in die Landschaft ein und schaffen einzigartige Wohlfühlräume für individuelle Träume auf höchsten Niveau.











Visionäre *und Lebenskünstler*

GOODLIFE liebt Menschen, die aus ihrer Leidenschaft einen Kosmos geschaffen haben.
Sportlerinnen, Autoren, Künstlerinnen. Oft sind sie bereit,
alles für ihren Traum zu geben. Wir beschreiben, was sie antreibt.


VISIONÄRE

FITNESSKULT Die Hamburger Firma Hyrox hat einen weltweiten Hype ausgelöst

DESIGNOLYMP Das italienische Kreativduo Formafantasma mischt die Szene auf

ARBEITEN WIE LAGERFELD

Wer mit dem Sportvisionär Christian Toetzke spricht (mehr auf den folgenden Seiten), gewinnt den Eindruck, Erfolg sei die einfachste Sache der Welt. Als Toetzke merkte, er ist gar nicht so ein guter Zehnkämpfer, wie er immer dachte, erfand er in seiner Heimatstadt an der Elbe eines der größten Massen-Radrennen der Welt: die Cyclassics. Danach übertrug ihm der FC St. Pauli die Vermarktungsrechte an dem damals strauchelnden und klammen Fußballverein und er formte ihn zu einem Kultklub. Jahre später erfand Toetzke ein Zirkeltraining, das heute Hunderttausende auf der ganzen Welt begeistert. Wenn etwas existierte, stellte Toetzke es in Frage, gab es etwas noch nicht, erfand er es eben. Seine Energie ist ansteckend. Und man wünschte sich, politische Entscheidungsträger*innen hätten nur einen Bruchteil seiner Schaffenskraft und Vitalität. Er und sein Kompagnon Moritz Fürste sind für mich keine Sportmanager, sondern kreative Geister, die die Magie des Sports gut decodieren können. Sie wären auf jedem anderen Feld ebenso erfolgreich.

Positives Leben ist machbar. Das beweisen die beiden mit ihrem Team aus vielen Nationen. Wahrscheinlich ist Toetzke so nebenbei Multimillionär geworden. Geld, nehme ich ihm ab, ist nicht der Treiber seiner Kreativität. Er hält es wie Karl Lagerfeld. Noch kurz vor dessen Tod habe ich ihn in seinem Pariser Atelier besucht und stundenlang mit ihm über Mode, Kunst, Literatur, Katzen und schließlich auch über Geld gesprochen. Er hatte keinen Schimmer von der Summe auf seinem Konto. Er schien noch nicht einmal zu wissen, ob er eines hat. Es interessierte ihn nicht. Allein die Frage danach war ihm zu vulgär. Das war ein bisschen peinlich, ich denke heute noch daran.

Christian Krug ist Chefredakteur von GOODLIFE und trifft am liebsten Menschen, die große Herausforderungen annehmen – und auch ihn Scheitern eine noch größere Geschichte zu erzählen haben

Dschungel in Rotterdam

Das Unternehmen Shift will in der Welt Gutes tun und dabei klimaneutral sein. Das fängt für die Gründer beim Büro- und Hotelkomplex an,


PORTRÄT

Produktion der Objekte. Ihre Arbeit ist ein wesentlicher Bestandteil des Endergebnisses, das auch darauf abzielt, die wissenschaftliche Tiefe, die inhaltliche Bedeutung und den immensen Aufwand, der in den Objekten steckt, zu verdeutlichen.

Alan Turing als Inspirator

In Anitas und Joris' teilweise verglastem, vom Tageslicht durchströmtem Studio herrscht geschäftiges Treiben. Auf der Galerie lehnt ein 3D-Drucker. Zwischen Holzstücken, Gabelstapler, Robotern, Pflanzen und Materialproben werkelt das Team aus Handwerkern, Wissenschaftlern und Ingenieuren im kreativen Chaos. Mittags trifft man sich zum Lunch am langen Holztisch in der Küche. In Joris' Zimmer nebenan stapeln sich Bücher, Skizzen, Modelle und Prototypen.

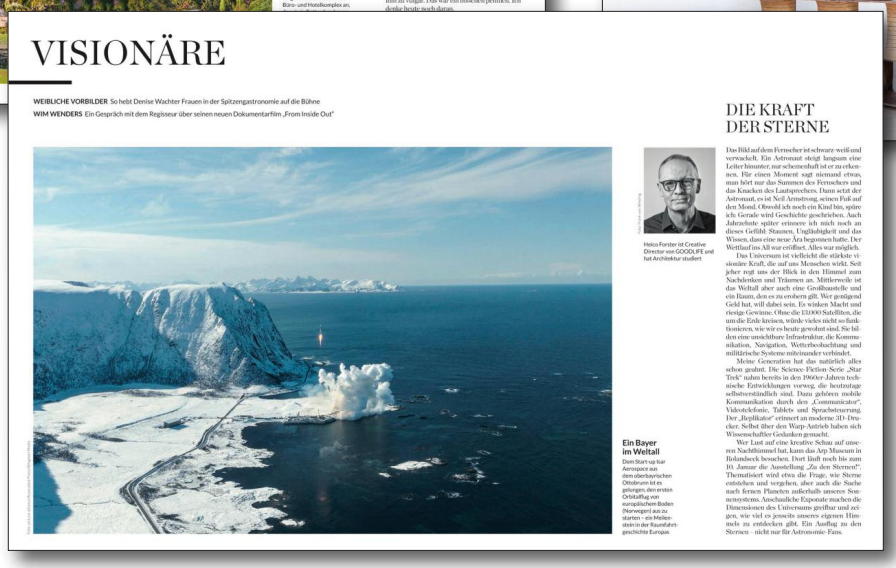
Vor der verglasten Fassade steht seine neue Teil mit Moos bewachsene „Symbio Bench". Das verschlungene Muster darauf entwickelte in den 1950er-Jahren Alan Turing, ein britischer Mathematiker und Vorreiter der Computerwissenschaft. „Das Turing-Muster findet sich überall in der Natur, in Korallenriffen,

Oben: Für seine Objekte wie dieses sitzhohe Bücherregal aus der „Fly Loop"-Serie lotet Joris Laarman die Grenzen zwischen Tradition und Innovation aus

Rechts: Mit 1,80 Metern Höhe und 2,90 Metern Breite ist das Regal aus Eichen- und Nussbaumfurnier ein imposanter Hingucker

Oben: Kunstvoll geschwungen und super bequem: Der „Fly Wood"-Stuhl wirkt wie eine Skulptur. In schnelle, computergenerierte Streifen geschnitten, lassen sich aus den feinen Furnierschichten Körperumrisse realisieren, die für Holz eigentlich unmöglich sind

Rechts: Schaukelstuhl


VISIONÄRE

WEIBLICHE VORBILDER So hebt Denise Wachter Frauen in der Spitzengastronomie auf die Bühne

WIM WENDERS Ein Gespräch mit dem Regisseur über seinen neuen Dokumentarfilm „From Inside Out"

DIE KRAFT DER STERNE

Das Bild auf dem Fernseher ist schwarz-weiß und verwackelt. Ein Astronaut steigt langsam eine Leiter hinunter, er scheint schwerelos zu sein, man kann ihn nicht erkennen. Für einen Moment sagt niemand etwas, man hört nur das Summen des Fernsehers und das Knacken des Lautsprechers. Dann setzt der Astronaut, es ist Neil Armstrong, seinen Fuß auf den Mond, Oh mein Gott, ich noch ein Kind bin, spüre ich Gerade wird Geschichte geschrieben. Auch Jahrzehnte später erinnere ich mich noch an dieses Gefühl: Staunen, Ungläubigkeit und das Wissen, dass eine neue Ära begonnen hatte. Der Weltraum-Age war eröffnet. Alles war möglich.

Das Universum ist vielleicht die stärkste visionäre Kraft, die auf uns Menschen wirkt. Seit jeher regt uns der Blick in den Himmel zum Nachdenken und Träumen an. Mittlerweile ist das Weltall aber auch eine Großbaustelle und ein Raum, den es zu erobern gilt. Wer genügend Geld hat, will dabei sein. Es winken Macht und riesige Gewinne. Ohne die 13.000 Satelliten, die um die Erde kreisen, würde vieles nicht so funktionieren, wie wir es heute gewohnt sind. Sie bilden eine unsichtbare Infrastruktur, die Kommunikation, Navigation, Wetterbeobachtung und militärische Systeme miteinander verbindet.

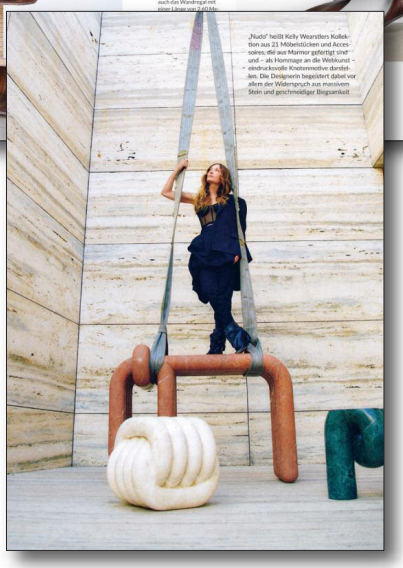
Meine Generation hat das natürlich alles schon geahnt. Die Science-Fiction-Serie „Star Trek" nahm bereits in den 1960er-Jahren technische Entwicklungen vorweg, die heutzutage selbstverständlich sind. Dazu gehören mobile Kommunikation durch den „Communicator", Videotelefonie, Tablets und Sprachsteuerung. Der „Replikator" erinnert an moderne 3D-Drucker. Selbst über den Warp-Antrieb haben sich Wissenschaftler Gedanken gemacht.

Wer Lust auf eine kreative Schau auf unseren Nachthimmel hat, kann das Arp-Museum in Rolandseck besuchen. Dort läuft noch bis zum 10. Januar die Ausstellung „Za den Sternen". Thematisiert wird etwa die Frage, wie Sterne entstehen und vergehen, aber auch die Suche nach fernen Planeten außerhalb unseres Sonnensystems. Anschauliche Exponate machen die Dimensionen des Universums greifbar und zeigen, wie viel es jenseits unseres eigenen Himmels zu entdecken gibt. Ein Ausflug zu den Sternen – nicht nur für Astronomie-Fans.

Heico Forster ist Creative Director von GOODLIFE und hat Architektur studiert

Ein Bayer im Weltall

Dem Start-up Isar Aerospace aus dem oberbayerischen Ottobrunn ist es gelungen, den ersten Orbitalflug von europäischen Boden (Norwegen) aus zu starten – ein Meilenstein in der Raumfahrtgeschichte Europas

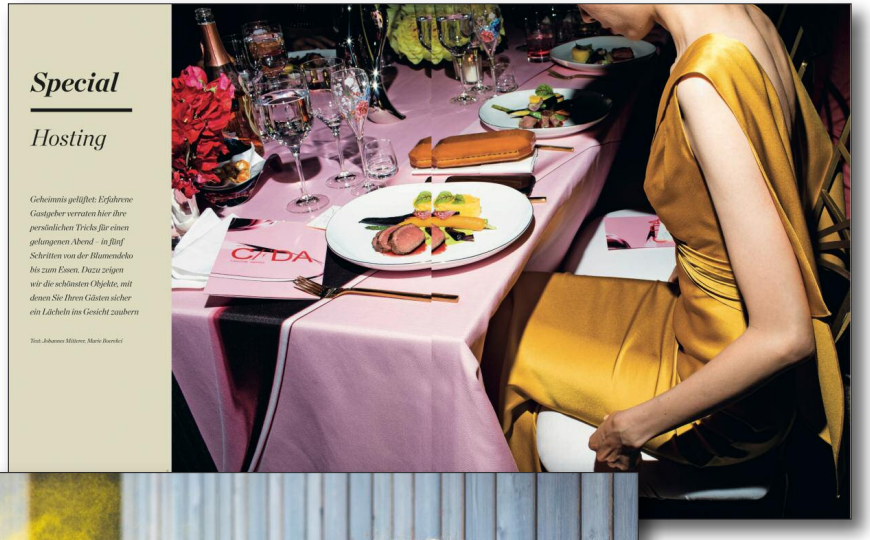

„Nudo" heißt Kelly Wearstlers Kollektion aus 21 Möbelstücken und Accessoires, die aus Marmor gefertigt sind und – als Hommage an die Weltkunst – eindrucksvolle Knotenmotive darstellen. Die Designerin begeistert dabei vor allem der Widerspruch aus massivem Stein und geschmeidiger Biegsamkeit

Kulinarik, *Gastlichkeit und Kochen*

Wir sind auf der Suche nach Gastgeberschaft in Perfektion. Wo fühlt man sich wohl und willkommen? Das kulinarische Erlebnis auch ohne Sterne auf die eigene Küche übertragen, GOODLIFE zeigt wie das geht und inspiriert zur Hospitality zuhause mit Ideen von Trendforschern und Sterne-Köchen.



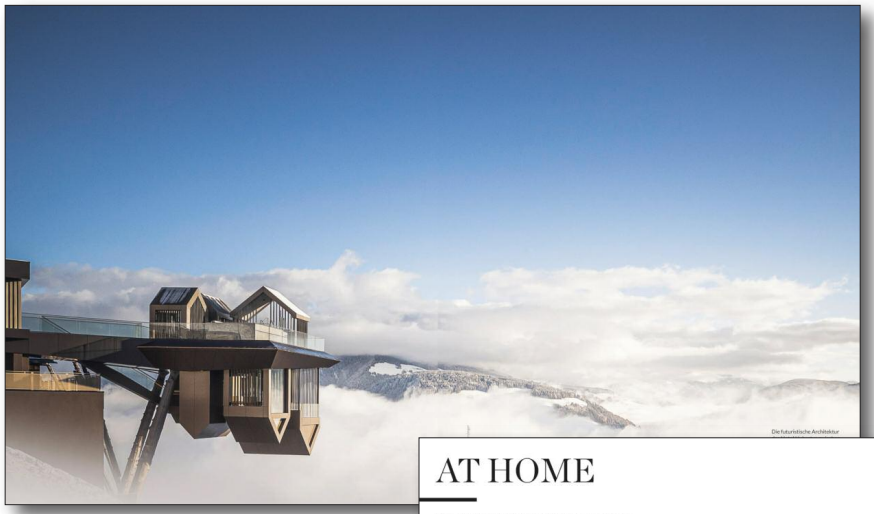






Orte, *die man nie vergisst*

In GOODLIFE finden Sie die perfekten Hideaways - besondere Hotels,
und grandiose Orte, die die Seele berühren.



Die futuristische Architektur



UNTERWEGS

72 STUNDEN WIEN Ein Wochenende zwischen Kaiserschloss, moderner Kunst und Würstelbude
KOH SAMUI Dieses holistische Resort auf der Insel im Golf von Thailand verbindet Luxus und Medizin
KITZBÜHEL FÜR INSIDER Die persönlichen Reisetipps von GOODLIFE-Herausgeber Christian Peters

URLAUB IM FERNSEHLAND

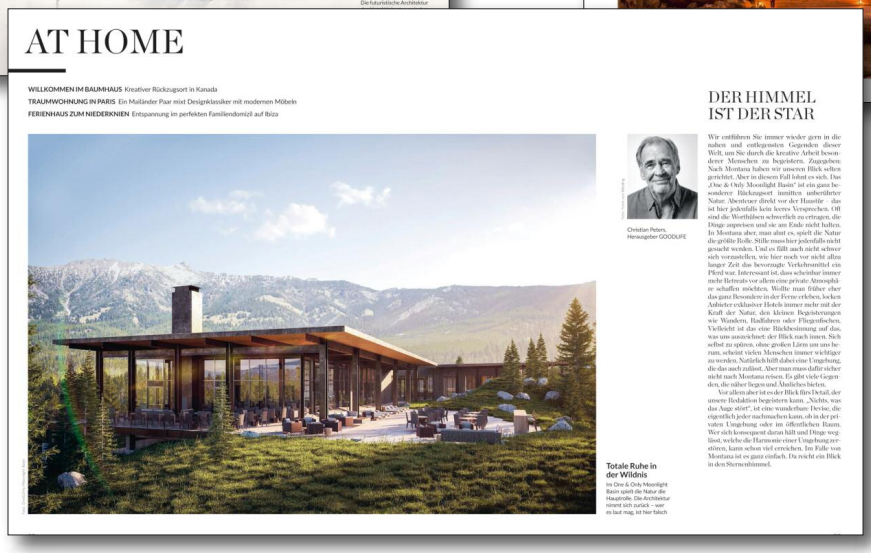
Johannes Mittorer ist Redaktour bei GOODLIFE und arbeitet seit mehr als zehn Jahren als Food- und Reisejournalist

Zufälle gibt es. Bei meinen Recherchen für den Reiseführer dieser Ausgabe (siehe folgende Seiten) fiel mir ein Faltprospekt für ein Gästehaus in Wien in die Hände. Es dürfte aus den frühen 1970er-Jahren stammen. Schwarz-Weiß-Fotos stellen dort die wichtigsten Annehmlichkeiten heraus: die „modernen, behaglichen Zimmer", den „geschlossenen Grünparkplatz", das „Wiener Frühstück" – kurzum: Geborgenheit für Mensch und Automobil. So weit, so gewöhnlich. Bis ich den Hinweis auf die „2 TV-Zimmer (für jedes Programm eines)" entdeckte.

Ich wurde sofort nostalgisch, konnte aber nicht gleich einordnen, warum. Erst gefiel mir der Gedanke, dass das ganze Fernsehprogramm lediglich zwei Kanäle umfasste. Dann begeisterte mich, dass das Erholungsversprechen dieser Herberge darin bestand, dass man sich mit niemandem über die Fernbedienung streiten musste. Es brauchte nur einer das TV-Zimmer zu wechseln und die Harmonie war wiederhergestellt. Am meisten aber beeindruckte mich, dass man dereinst ganz ungeniert zum Glotzen in den Urlaub fuhr. Analoger Detox in der Kulturmetropole Wien.

Das hätte heute fast etwas Anrüchiges. Man verreist ja wohl nicht, um fernzusehen, sondern um fremde Länder und Kulturen zu erleben. Oder wenigstens um zu entschleunigen, um abzutauchen vor digitalen Stören wie E-Mails, Nachrichten, Insta-Stories. Das ist schwer genug. In jedem Hotelzimmer, in jeder Ferienwohnung stehen Fernseher, das Smartphone verfolgt einen in der Hosentasche bis in den Flieger. Flucht: zwecklos. Eine Zeit lang reiste man darum auch nach Kuba, weil es dort bis 2018 kein mobiles Internet gab. Heute bieten manche Hotels Offline-Suiten oder WLAN-freie Zonen an. Jetzt ist mir klar, dass der umgekehrte Weg richtig ist. Erst mal muss Glotzen wieder als Betätigung im Urlaub akzeptiert werden. Und dann müssen dringend TV-Zimmer eingerichtet werden, damit Fernsehen wieder zur kollektiven Erfahrung wird. Sie glauben nicht, dass das was bringt? Dann schauen Sie doch mal mit 12 Freunden eine vietnamesische Telenovela und schreiben Sie mir, wenn Sie dabei die völkerverbindende Kraft des Fernsehens nicht gespürt haben.

Stein auf Stein
Das Desert Rock Resort im Westen Saudi-Arabiens wurde direkt in die Felsen des Hejhoiha-Gebirges am Roten Meer gebaut – und fügt sich nahtlos in die Wüstenlandschaft ein. desertrock.sa



AT HOME

WILLKOMMEN IM BAUMHAUS Kreativer Rückzugsort in Kanada
TRAUMWOHNUNG IN PARIS Ein Mailänder Paar mixt Designklassiker mit modernen Möbeln
FERIENHAUS ZUM NIEDERKNIEN Entspannung im perfekten Familiendomizil auf Ibiza

DER HIMMEL IST DER STAR

Christian Peters, Herausgeber GOODLIFE

Wir entführen Sie immer wieder gern in die nahen und entlegensten Gegenden dieser Welt, um Sie durch die kreative Arbeit besonderer Menschen zu begeistern. Zugegeben: Nach Montana haben wir unseren Blick selten gerichtet. Aber in diesem Fall lohnt es sich. Das „One & Only Moonlight Basin" ist ein ganz besonderer Rückzugsort inmitten unberührter Natur. Abenteuer direkt vor der Haustür – das ist hier jedenfalls kein leeres Versprechen. Oft sind die Worthülsen schwerlich zu ertragen, die Dinge anpreisen und sie am Ende nicht halten. In Montana aber, man ahnt es, spielt die Natur die größte Rolle. Stille muss hier jedenfalls nicht gesucht werden. Und es fällt auch nicht schwer sich vorzustellen, wie hier noch vor nicht allzu langer Zeit das bevorzugte Verkehrsmittel ein Pferd war. Interessant ist, dass scheinbar immer mehr Retreats vor allem eine private Atmosphäre schaffen möchten. Wollte man früher eher das ganz Besondere in der Ferne erleben, locken Anbieter exklusiver Hotels immer mehr mit der Kraft der Natur, den kleinen Begnügungen wie Wandern, Radfahren oder Fliegenfischen. Vielleicht ist das eine Rückbesinnung auf das, was uns ausmachet: der Blick nach innen. Sich selbst zu spüren, ohne großen Lärm um uns herum, scheint vielen Menschen immer wichtiger zu werden. Natürlich hilft dabei eine Umgebung, die das auch zulässt. Aber man muss dafür sicher nicht nach Montana reisen. Es gibt viele Gegenden, die näher liegen und Ähnliches bieten.

Vor allem aber ist es der Blick fürs Detail, der unsere Redaktion begeistern kann. „Nichts, was das Auge stört", ist eine wunderbare Devise, die eigentlich jeder nachmachen kann, ob in der privaten Umgebung oder im öffentlichen Raum. Wer sich konsequent daran hält und Dinge weglässt, welche die Harmonie einer Umgebung zerstören, kann schon viel erreichen. Im Falle von Montana ist es ganz einfach. Da reicht ein Blick in den Sternenhimmel.

Totale Ruhe in der Wildnis
Im One & Only Moonlight Basin spielt die Natur die Hauptrolle. Die Architektur nimmt sich zurück – wer es laut mag, ist hier falsch

Werte, *die für immer bleiben*

In jeder Ausgabe GOODLIFE zeigen wir Uhren, die besonders sind.
Mal sind sie höchste Handwerkskunst, mal echte Innovationen. Immer erzählen wir die Hintergründe der bleibenden Werte.



Lifestyle *Fashion, Kunst & Schmuck*

Fashion, Schmuck und Beautyprodukte machen jeden Tag zu einem besonderen Erlebnis.
Für jede Ausgabe recherchieren wir sorgfältig und zeigen unsere
ausgefallenen und edlen Entdeckungen.


GOOD LIFE

Rote Details und eine dezente Hommage an den Western Chic. Die Herbst-/Winter-Kollektion von ARKET verbindet neueste Trends mit zeitloser Eleganz

Guten Appetit! Die belgische Illustratorin und Künstlerin Isabelle Vandeplassche bringt den Fisch auf den Teller. Über ARTILLERIET.SE, ca. 65 Euro

DRINNEN & DRAUSSEN

HERBST IM ANSTURM

In der kühlen Jahreszeit gewinnt das Homeoffice wieder an Attraktivität. Warum also nicht auch mal den Arbeitsplatz mit einem neuen Möbelstück ausstatten? Mahagonitisch „Roberta Console" von ARTILLERIET.ATELIERS, ca. 5000 Euro

Für goldene Herbsttage und lange Spaziergänge entwarf das junge Label AIN AMOR die wendbare Jacke „Aagra". Ca. 1200 Euro

Wie von einem Filmset: Luca Guadagnino designte jüngst für ZARA HOME sein überdimensionales Bücherregal „Quarry" hat es uns ganz besonders angetan. Ca. 4500 Euro


FRISCH ANGESPÜLT

DEEP DIVE IN SCHMUCK

Was haben wir denn da im Netz? Glitzernde Charm-Anhänger, die unsere Sehnsucht nach Meer verkörpern. Da gibt es einen Seestern, zwei Muscheln und, ach was, einen ganzen Ozean en miniature! Klingt nach Fischmarkt, ist aber ein richtig schmucker Fang fürs Handgelenk!

Die maritime Kollektion von PANDORA spielt mit genau dieser Idee: Seeterne, die sonst am Meeresboden chillen, baumeln plötzlich am Armband. Schildkröten sind jetzt keine lampsam dahingleitenden Tiefseetaucher mehr, sondern werden zu bewegten Glücksbringern. Und das caeruleblaue Muranoglas wirkt dabei, als hätten sich sogar die Wellen selbst entschieden, zu Schmuck zu werden.

Das Prinzip ist fast spielerisch:


Ein Duft wie ein Dessert: „Aint That Sweet" verbindet reife Datteln mit waldigen Noten und Bourbonvanille. Von O.S. & DURGA, ca. 167 Euro

„The Hedonist" startet mit spritziger Bergamotte und würzigem Ingwer, danach entwickelt Vetiver, Zedernholz und Akigalawood eine warme, holzige Tiefe. Von EX NIHILO, ca. 290 Euro

Safran und Amber treffen auf üppige Tuberose, Iris und Ylang-Ylang, bevor Vanille und warme Hölzer für einen sinnlich-dunklen Ausklang sorgen. „Oil Fiction" verströmt einen Hauch Orient und kommt in einem rubinroten Flakon daher. Von JULIETTE HAS A GUN, ca. 195 Euro, über skins.nl/de

Schwarztee, Feige und Lorbeer treffen auf Zedernholz, Vetiver und Moschus. Erst frisch und grün, dann trocken, warm und leicht rauchig – „The Noir 29" spielt klar mit Gegensätzen. Von LE LABO, ca. 305 Euro, über skins.nl/de

GEGEN DEN HERBST-BLUES

DÜFTE FÜR DIE BUNTE JAHRESZEIT

Pflaume und Freesie bilden die Kopfnote von „Vanille Antique", bevor Kaschmirholz und warmer Amber im Spiel kommen. Im Fond wird es mit Madagaskar-Vanille und Zitronenöl schließlich tief, harzig und sinnlich. Von BYREDO, ca. 340 Euro


WOHNEN & DESIGN

Das große „Le Tonneau"-Armband von Leo Witteer ist mit bewegten Kugeln ausgestattet. Gelbgold und Diamanten verraten, Es wirkt damit leicht und elegant. Das Zugband aus Paracord sorgt ebenfalls für einen lässigen Auftritt

Glänzender Sommer

Frischer Wind in den Ateliers: Gold und Diamanten feiern ein Comeback – filigraner Schmuck setzt die Trends

In den letzten Jahren hat sich die Schmuckwelt stark gewandelt. Lange Zeit dominierten bunte Edelsteine und ausgefallene Designs die Laufstege, während Gold und Diamanten meist als überholt galten. Doch in diesem Jahr erleben letztere beide ein beeindruckendes Comeback. Die Trends zeigen eine klare Tendenz hin zu filigranem und elegantem Schmuck, der mit zeitlosem Chic besticht. Immer mehr Menschen wünschen sich Preziosen, die nicht nur schön, sondern auch bedeutungsvoll sind. In Zeiten der Massenproduktion sehnen sich viele Kunden zudem nach Individualität und Qualität. Juweliere, die sich auf handwerkliche Verfahren spezialisiert haben, werden daher zunehmend relevanter. Filigrane Designs, welche die Langlebigkeit von Gold und die Brillanz von Diamanten betonen, stehen dabei besonders im Fokus. Solche Schmuckstücke lassen sich vielfältig kombinieren und eignen sich sowohl für den Alltag als auch für besondere Anlässe.

Ein weiterer wichtiger Faktor, der das Revival von Gold und Diamanten beeinflusst, ist das wachsende Bewusstsein für nachhaltige und ethische Praktiken in der Schmuckbranche. Viele Verbraucher fragen verstärkt nach Informationen über die Herkunft der verwendeten Materialien. Es wird spannend sein zu beobachten, wie sich dieser Trend weiterentwickelt und welchen Platz Gold und Diamanten in der Zukunft einnehmen werden. Eines steht jedoch fest: Ihr Glanz wird uns noch lange begleiten.

Thierry Kraemer

Der neue „Love Unlimited"-Ring von Cartier ergänzt das gleichnamige und legendäre Schmuckset aus Gelb-, Rose-, Weiß- oder Gelbgold öffnet er im kleinen Maßstab all die charakteristischen Merkmale des damals innovativen und radikalen Designs, allen voran die sichtbaren Schrauben

Das Damier-Karomuster von Louis Vuitton ist längst ikonisch. Im Rahmen der Schmuckkollektion „Le Damier de Louis Vuitton" wird es nun auf einen Anhänger aus Gelbgold übertragen. Ein Wechselspiel aus Gold- und Diamantquadraten lässt dabei das zeitgenössische Muster perfekt nach

40 Jahre ist es her, dass die berühmte Schnur der Wiener Manufaktur Niessing als Alternative zur Gliederkette auf den Markt kam. Das Armband „Colette C Diamond" ist ein strahlender Beweis dieser Erfolgsgeschichte – dank unterschiedlicher diamantbesetzter Anhänger, mit denen es sich erweitern lässt

Bei diesen Cartier-Ohrringen aus der „C Sixth de Cartier"-Kollektion sind mehrere Ringe in Gelb-, Rose- und Weißgold verflochten. Kugeln aus rauerbeerem Chalcedon sowie kegelförmige Stifte und quadratische Nieten aus 18-karätigem Gold ergeben zusammen ein elegantes Geflecht, das sich zu bewegen scheint

Ein weiterer Beweis, dass man sich auch zum 40-jährigen Jubiläum noch erneuern kann: die „Wirbl", als die man bei Niessing die Schnur (siehe oben) neu interpretiert. Diese reagiert auf Licht und verändert sich mit jeder Bewegung des Körpers – nicht zuletzt, sondern sinnlich und zurückhaltend


Aus modularen Möbeln, skulpturalen Vasen und markanten Deko-Pieces besteht die Kollektion, die Weanetter gemeinsam mit H&M Home entwickelt hat. Auch einige Fashion-Teile gehören dazu – mit passender Kleiderstange

GOODLIFE *Kontakte Sales & Redaktion*

ANZEIGENLEITUNG
Ulrike Ehlers
ulrike.ehlers@goodlifepublishing.com
+49 711 998826-62

HEAD OF SALES LUXURY
Thierry Kraemer
thierry.kraemer@goodlifepublishing.com
+49 174 6379838

SENIOR SALES MANAGERIN
Christina Neumann
christina.neumann@goodlifepublishing.com
+1522 1733087

SENIOR SALES MANAGERIN
Kirsten Fischer
kirsten.fischer@goodlifepublishing.com
+49 171 4885811

HEAD OF SALES GOODLIFE ITALIEN
Ilaria Prato
Studio Villa MediaPromtion S.r.l.
ilaria@studiovilla.com
+39 02311662

CHEFREDAKTION
Christian Krug
christian.krug@goodlifepublishing.com

HEAD OF DIGITAL
Marie Börekci
marie.boerekci@goodlifepublishing.com
+49 152 59161362

REDAKTION
Johannes Mitterer
johannes.mitterer@goodlife-magazin.de

Katharina-Amalie Steffens
katharina-amalie.steffens@goodlifepublishing.com

ANZEIGENDISPOSITION
Martin Lindner
martin.lindner@goodlifepublishing.com
+49 711 998826-61

GOOD LIFE Publishing GmbH
Borselstraße 18
22765 Hamburg
goodlife-magazin.de