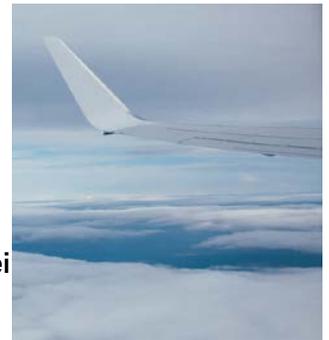


PRESSEMITTEILUNG

Frankfurt, 7. März 2018

Einkaufen wie im Flug

- **Exklusiver Test mit Bringmeister.de für Lebensmittel-Einkäufe auf Lufthansa Flügen via FlyNet oder LoungeNet**
- **Lufthansa Kunden erhalten besondere Konditionen für das Online-Shopping bei Bringmeister.de**
- **Bringmeister.de liefert das volle EDEKA-Sortiment garantiert frisch nach Hause, auch am gleichen Tag**



Wer kennt das nicht: Zurück von einem Wochenendtrip, dem Urlaub oder der Dienstreise und der Kühlschrank ist leer? Nicht wenn es nach Lufthansa und Bringmeister.de geht.

Lufthansa Kunden können vom 1. April an erstmals bei Kurz-, Mittel- und Langstreckenflügen von und nach München sowie Berlin die neue Kooperation mit Bringmeister.de aus dem EDEKA-Verband nutzen. Bestellungen können auch weltweit in allen Lufthansa Lounges aufgegeben werden, solange der finale Lieferort in der deutschen Hauptstadt oder der bayrischen Metropole liegt. Der Test läuft bis Ende Juni 2018. Für alle Lufthansa Gäste gibt es bei der ersten Bestellung einen 15 Euro Neukundengutschein für Einkäufe bei Bringmeister.de.

Die Bestellung erfolgt einfach über das Lufthansa LoungeNet oder Lufthansa FlyNet an Bord der Lufthansa Flugzeuge. Fluggäste können kostenfrei das Onlineportal Bringmeister.de aufrufen und alles was das Herz begehrt einkaufen. Zur Auswahl steht das komplette EDEKA-Sortiment mit über 15.000 Artikeln. Wer bis 14 Uhr bestellt, erhält seine Lieferung noch am selben Tag ab 18 Uhr, frisch geliefert an die Wohnungstür – auf Wunsch auch gleich bis in den Kühlschrank. Bringmeister.de liefert von Montag bis Samstag zwischen 6-24 Uhr mit freier Wahl eines ein- bis zweistündigen Lieferfensters. Wer somit zum Beispiel abends in New York abfliegt, kann bequem über den Wolken den Einkauf erledigen und direkt nach Ankunft am Morgen seine Lebensmittel zu Hause in Empfang nehmen.

Lufthansa strebt danach, die Reise ihrer Kunden noch komfortabler zu machen. Der Einkaufservice im Flugzeug ist Teil der von Lufthansa eingeschlagenen Digitalstrategie sowie dem Fokus auf individuelle Kundenbedürfnisse. Die Airline probiert verschiedene Angebote aus, um zu testen, was Kunden wollen und gemeinsam mit ihnen Produkte weiter zu entwickeln. Dabei geht es nicht nur um den Flug alleine.

Datum/Date
7. März 2018

Seite/Page
2

Lufthansa hatte bereits Ende 2017 einen ersten erfolgreichen Test zum Einkaufen via FlyNet und LoungeNet auf bestimmten Langstrecken von und nach Frankfurt durchgeführt.

Media Relations

Lufthansa Group
Phone +49 69 696 2999
lara.matuschek@dlh.de