

Merian Magazine Profile 2026

Hamburg, April 2026

The Art of Travel



NEWS



Most-read travel magazine of 2025 on Readly.

The digital platform for magazines and newspapers once again honoured the most-read magazines in 35 categories as „Readly Top Titles“. **Merian came out on top against its competitors in [the „Travel & Regional“ segment.](#)**

The ranking is based on the average number of readers throughout the year, with **Merian issues from 2025 reaching over 12,300 readers per issue to date.**



Readly writes: „*The quality and appeal of MERIAN are also clearly reflected in its usage on Readly. This is a great achievement and impressively underlines the relevance and attractiveness of your title for our shared readership.*“



Travel Editorial Team of the Year.

Traditionally, the TravMedia Awards are presented during ITB in Berlin. TravMedia, the global network for the tourism industry, honours the best talent in travel journalism and tourism public relations. This year, **Merian secured the award for „Travel Editorial Team of the Year 2026“.** This is a great honour and recognition for the work of the entire Merian team.



Traveling at the highest level

The concept

Merian combines the market-leading expertise of 78 years of outstanding travel journalism with the **vision of a seductive and emotional luxury travel magazine**.

Merian is an opulent, high-quality and **innovative multi-thematic premium travel magazine with 188 pages**.

Topics such as individuality, sustainability, mobility and self-realization shape the leading travel brand.

High-class service orientation and creative, wide-ranging lifestyle offerings are in the spotlight.

[Click here to read
issue 05/2025](#)

MERIAN



The Art of Travel

Sterne auf Tour

Wenn die besten
Köche in der Welt
unterwegs sind

SANSIBAR
FRANKFURT
MAILAND
MALTA
BARCELONA
LUGANO
BALI
LOŠINJ
INNSBRUCK
OULU
LOS CABOS

Goldener Winter

Festtagszauber
von Brügge
bis Nürnberg

11
FAVORITEN
FÜR
2026

Merian makes traveling... ...more individual ...more eventful ...more authentic and ...more luxurious

Feuilletonistic seductive images characterize the Merian world just as much as a competent and holistically composed editorial offer. For every topic, Merian provides **exactly the information that the discerning individual traveler needs** – no less but also no more.

The core target group is discerning, **highly educated individual travelers** who want to **combine sustainability with high-quality, unique travel experiences** - and are not limited financially in any way. Everything is possible, the compass and guidance for this is provided by Merian.

Merian offers its unique and inspiring content equally on all communication channels (print, digital, social media).



Schedule 2026

Issue	Publication date	Week	Advertisements		AdSpecials/Cover	
			Booking and Cancellation date	Copy deadline	pages - Booking Cancellation date	Ad Specials delivery printery
01/2026	06.02.26	6	17.12.25	07.01.26	03.12.25	09.01.26
02/2026	10.04.26	15	25.02.26	10.03.26	11.02.26	12.03.26
03/2026	12.06.26	24	24.04.26	08.05.26	10.04.26	13.05.26
04/2026	07.08.26	32	25.06.26	08.07.26	11.06.26	10.07.26
05/2026	09.10.26	41	27.08.26	09.09.26	13.08.26	11.09.26
06/2026	04.12.26	49	20.10.26	02.11.26	06.10.26	05.11.26

Ad rates and formats 2026

<u>Formats* (width x height, bleed format)</u>	<u>Ad rates**</u>
Full page (210 x 280 mm)	22.200,- Euro
Double page (420 x 280 mm)	44.000,- Euro
Opening Spread (IFC + page 3)	51.800,- Euro
Cover pages IFC/OBC (210 x 280 mm)	24.600,- Euro
1/2 page landscape (210 x 137 mm)	15.700,- Euro
1/2 page portrait (100 x 280 mm)	15.700,- Euro
1/3 page landscape (210 x 88 mm)	11.200,- Euro
1/3 page portrait (71 x 280 mm)	11.200,- Euro
1/4 page (landscape, portrait or corner ad)	8.900,- Euro



* For bleed ads, a bleed allowance (trim reserve) of 4 mm each at the top, bottom and outside must be added to the stated ad format.
**ad rates plus VAT, commissionable and discountable

Advertorials

Our creative experts create the visual in the look and feel of Merian. Pictures and text elements are provided by the client. Advertorials are integrated harmoniously into their editorial environments. Advertorials need to be marked with the word „ANZEIGE“ / “ADVERTORIAL“ (min. in 8 Pt. in capital letters) and may be combined with an advertorial booking on merian.de.

Media costs of the respective ad format plus layout costs (not deductible)*:

up to 1/2 page*: 1.500,- €
per full page*: 2.000,- €
per double page*: 3.000,- €

Requirements: Briefing on the content focus of your advertorial, 3-4 high-quality images and a fully formulated text (approx. 2,000 characters per full page)

If no fully formulated text is provided (e.g., only a web link, bullet points, lists, or non-German text), an additional fee of €500 will be charged on top of the design costs.

*) Layout costs are neither discountable nor commissionable. Photo- and textmaterial are to be delivered (3 weeks before off. booking deadline). Otherwise layout costs have to be revised.

Each issue of Merian is dedicated to a specific main topic

Diverse perspectives on a focus topic – from *coolcation* to *France* to *winter delights*.

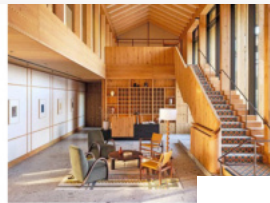


Merian showcases the world's newest and most exceptional hotels.

Lobby' section: New openings and highlights from the hotel industry.



Raumtender und eine Wand, besetzt mit gelbblauen Kugeln, über die Hände fast automatisch fahren müssen. Hier geben Art déco, Mid-Century und Brutalismus eine Mischung ein, die ziemlich viel Spaß macht. Kris Wunder, das man im „Apartment“, dem Frühstück- und 24 Stunden geöffneten Gemeinschaftsraum, ständig Fotografen und Kreativteams begegnet, die das Hotel als perfekten Ort für Fotobooting entdeckt haben. Ob fühlen sich solche Orte etwas zu cool an oder geben einem ständig das Gefühl, unadressiert zu sein. Überraschenderweise schafft es The Manner aber, sich warm und einladend anzufühlen. Lassen beschreibt das Konzept als „your stylish friend's living room“. Dazu passt, dass es für den in Mailand ansässigen Innenarchitekten Hannes Pösch das erste Hauptprojekt im Buchtitel die Krönung ist die Dachterrasse des Hauses, das auf einer Linie zwischen dem One World Trade Center im Süden und dem Empire State Building im Norden liegt, drum herum das historische Gebäude von Seife, steigt noch mit dem alten Wasser-tank auf dem Dach und den gasisiereren Funden. Was für ein Blick! **Merian**



Reduzierter Luxus am Chiemsee

Die Bezeichnung Retreat wird mittlerweile so verwendet, das die Konzepte mühsamer verschleichen Ort, langweiliger vom Alltag, um sich zurückziehen und auf das Wesentliche zu konzentrieren. Genau verstanden hat das Matteo Thun, der in seiner Ansicht hat das neue Chiemsee/Retreat gestaltet. Das Haus an überwiegend natürlichen Materialien, mit klaren Formen und viel Farben liegt am Golf Course (Pura natura) die am Seeufer und hat 28 Suites. Hier geht es um Luxus durch Überfließen, sondern um Ruhe, Ge und die Verbindung zur Natur, die durch die 3 Panoramafenster zum Goshagenemer und im Restaurant wird keine Regionalität serviert an der Bar Stahl mit Chiemsee-Fisch. **thunstudio.com**

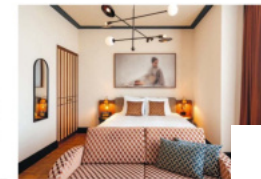
Die Kraft der Natur

Die emotionale Wirkung von Safari kennt Michael Polter gut. Mit KEN/GEVITY geht der Fotograf und Reiseveranstalter (siehe S. 152) noch einen Schritt weiter: In Zusammenarbeit mit dem Longevity-Experten Nik Behrens findet vom 7. bis 13. November zum ersten Mal ein mit Safari kombinierter Gesundheits-Retreat in der Segler Lodge in Kenia statt. **www.kengetivity.com**



Landeplatz in Den Haag

Albert Ploos war der Gründer der niederländischen Airline KLM, die einst in dem Gebäude beheimatet war, in dem heute die 102 weißen Zimmer und 20 Apartments dieses Hotels untergebracht sind. Der Name des Hauses war somit naheliegend: De Ploos. In lag im Viertel Scheveningen im Westen der Stadt, knapp zweieinhalb Kilometer entfernt von Den Haag breiter Strandpromenade. **deploo.com**



LOBBY

LOBBY



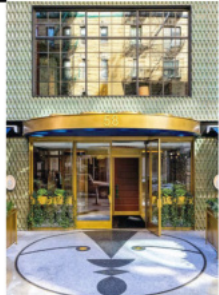
Dach-Oase mit Denkmalschutz: Die Gebäude in San Francisco eine bestmögliche Höhe nicht überschreiten – perfekt für den Überblick.

Neueröffnung im Fokus

Von Antónia Auzá

Der schönste Schein

„Just, she's sleeping now“, want Lauren, die zum Hochzeitsabend und nach morgens durch die Hotelbar flücht. Moon's, so heißt die, scheint eine Diva zu sein, die nichts gern Martinis schlürft und Strip-Cocktails vernachlässigt. Der fiktive Charakter passt durchaus zu der stylischen Bar mit dem schwarzen Samtvorhängen und dem gold-grünen Farbkonzept. Und auch der Rest des Hotels: The Manner mit 97 Zimmern in New Yorks hippiestem Stadtteil SoHo erinnert an den Glamour am Studio-54-Zeiten: leuchtende Farben, glatte lackierte Oberflächen, Spiegel und Goldakzente. Dazu Skulpturen als **Merian**



Mitten in Prag

Das Sie Prag ist eines dieser Hotels, die sich nicht in den Vordergrund drängen müssen. Das Haus liegt in einem historischen Gebäude von 1888, dessen historische Substanz behutsam im Jahr gerholt wurde: Innen strahlen dunkles Holz, Samt und kubistische Muster Prag große Epochen. Wer die Stadt erkunden möchte, nicht in wenigen Minuten zwischen Jugendstilhallen und Mohlkäse. **cityhotels.com/cityprag**

30 MERIAN 2/22



Großstadt-Oase

Wie Ruhe sucht, ist in Bangkok überaus derweise genau richtig. Zwischen den qui Straßen und glänzenden Wolkenkratzern der thailändischen Hauptstadt ist gerade 4 neuere Maßstäbe der Anon-Familie stieg das Anon Nai Lett Bangkok. Im typische Stil der Gruppe strahlt die Haus eine med Ruhe und harmonische Klänge aus – um liegt, umgeben von Grün, im Nai Lett P. Wenn das an Ruhe nicht reicht, der nicht Quadratmeter großen Wellnessbereich auf **anon.com/thailand/anon-nai-lett-bangkok**

Feinste Aussteiger-Kulisse

Die Halbzeit Papageno an Costa Rica sonnenweicher Paradiesküste ist eine Ausnahme-Schöpfung – mit atemberaubendem Tauchwald, versteinerten Buchen und nur wenigen, ausgewählten Hotels. Neu unter dem Namen Nikajiri, Ritz-Carlton Reserve. Die Lage und das subtile Design mit viel Holz und offenen Strukturen erstrahlen ein „Wohlfühl für immer bleiben“-Gefühl. **ritzcarlton.com/costarica**



Auf die Spitze getrieben

Wenn Stararchitekt Philippe Starck darunter, so das Ergebnis ziemlich wahrscheinlich ziemlich großartig. So geschehen im französischen Metz, wo jüngst das Maison H&M eröffnet hat. Dieses acht Stockwerke mit 104 Zimmern sind von einem britenrussischen Herrenhaus gekrönt. Inspiration für die Konstruktion war eine Geschichte über einen exzentrischen Erfinder, die Starck selbst geschrieben hat. **maisonhnm.com**

32 MERIAN 2/22





LOBBY

Merian recommends cities for your next cultural or shopping getaway

Column „Citylights“: Art and Culture, Culinary and Events.

CITYLIGHTS BASEL

Die Stadt ist 2025 im 100. Geburtstag. Im Mai veranstaltet die FFB der BSC in eine Meisterschaft. Im Juni kommt die Art Basel und im Juli der Fußball-Europameisterschaft der Frauen.

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (rechts)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (links)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)

CITYLIGHTS BASEL

Meine Favoriten

Die Anmerkungen Elene Filippovic reichten und zehnte Jahren lang ist in Basel Kunstszene. Hier zeigt die Direktorin des Kunstmuseums ihre Favoriten in der Stadt und erzählt, was die Kultur dort zu etwas ganz Besonderem macht.

1 Lauch
Ich bin ein großer Fan dieses Restaurants! Es ist einzigartig, reger und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (rechts)**

2 Lauch
Ich bin ein großer Fan dieses Restaurants! Es ist einzigartig, reger und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (links)**

3 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

4 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

5 Cigolo Bar
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

6 Kunsthaus Museum Basel
Das Museum ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

»Die Basler haben für ihre Kunstsammlung gekämpft«

Die Basler haben für ihre Kunstsammlung gekämpft. Die Stadt hat eine lange Geschichte der Kunst und Kultur. Die Kunstsammlung ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur in Basel.

1 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

2 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

3 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

4 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

5 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

6 Kunsthaus Restaurant
Das Restaurant ist einzigartig und sehr lebendig. Die Gerichte sind nicht nur schön, sondern auch sehr kreativ. Ich würde hier gerne essen. **Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)**

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (rechts)

Die Plaza Bielefeld ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur in Basel. Sie ist ein Ort, an dem sich die Kunst und Kultur der Stadt zeigen können.

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (links)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (rechts)

Die Plaza Bielefeld ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur in Basel. Sie ist ein Ort, an dem sich die Kunst und Kultur der Stadt zeigen können.

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (links)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (rechts)

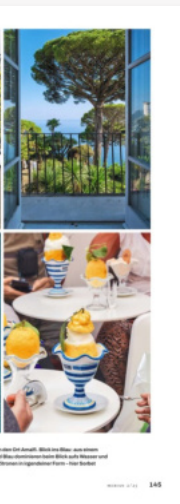
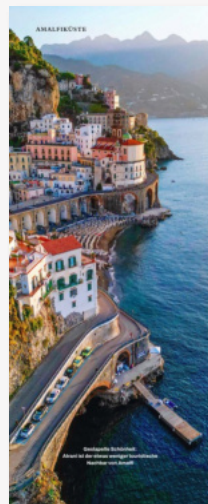
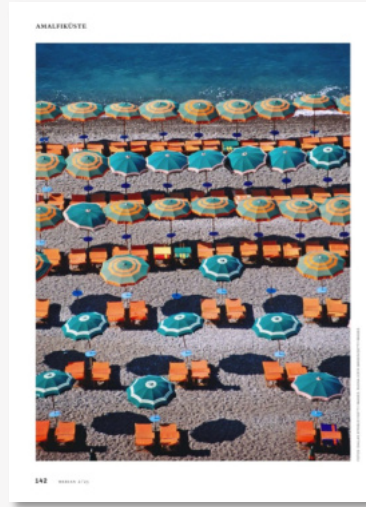
Die Plaza Bielefeld ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur in Basel. Sie ist ein Ort, an dem sich die Kunst und Kultur der Stadt zeigen können.

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (links)

Wartack: Spitz am Rhein in der Plaza Bielefeld (Mitte)

Merian captivates readers with opulent portrayals of travel destinations.

A spotlight on countries and regions.



Merian presents exclusive artisan manufacturers

In the 'Manufaktur' section, experts offer a glimpse into their exceptional craftsmanship and artisanal processes.



Das Montblanc-Meisterwerk schenkt die Fassade des Montblanc-Hauses in Hamburg.

Das Handwerk entsteht aus 18-Karat-Goldband. Die glänzende, silbergraue Kelle, die Frank Drefen in der Hand hält, ist kaum leichter als Tesafilm, doch überraschend schwer – gut fünf Kilogramm mag sie wiegen. Drefen, Leiter der Federherstellung, trägt auf die Maschine, in die sie später eingepagert wird, um den Rohling für die Feder anzustimmen. Nur wenige Meter entfernt sitzt in einem ruhigen, verglasten Raum Noritz Okun und führt feine Federn in Strichen und Schlingen über ein Blatt Papier. Jedes nach so feine Kratzen, jede Unvollheit nimmt sie wahr. Seit mehr als 30 Jahren arbeitet sie bei Montblanc – wenn eine Feder nur minimal kratzt, gibt sie die Stück eingehend in die Werkstatt zurück. Jede einzelne Füllfederhalter, der die Produktionsstätte in Hamburg verlässt, wird hier auf Perfektion geprüft.

Während sie den Füller über das Papier führt, nimmt sie immer wieder unterschiedliche Handlungen ein, die mit einem >

136 MERIAN 1/22



Reihen aus 14 oder 18 Karat Gold, die Füllfederhalter Montblanc-Füller.

Edelfedern

Die Füller von Montblanc haben einen hohen Wert und einen eigenen Charakter. Wer sie an ihrer Wurzel in Hamburg besucht, lernt Reisebegleiter fürs Leben und die eigene Schrift besser kennen.

VON MELBA THURMANN

Auf der Feder ist die Höhe des Montblanc eingraviert, im Moment wird die Vielfalt von Handschriften gezeigt – hier die der vier Beutler.

Wie es international aufgeführt ist, schon zwei Jahre nach der Gründung auch in London und Paris verkauft, soll auch ihr Produkt einen Namen bekommen, der diese Weltfährigkeit unterstreicht. 1910, so gilt die Legende, hätten sich die Geschäftsführer beim Kartenspielen überlegt, wie man es anstellen könnte, dass jeder in der Welt ihre Füller wiedererkenn. Weil sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts nicht mehr nur der Adel, sondern auch gut situierte Bürger Urlaub lassen und den Schwabacher Alpen entdecken, soll plötzlich der Name des höchsten Bergs Europas gefällig sein. Seit 1913 regiert die Füllfederhalter die renommierte Schweizer Schwaiger des Montblanc auf ihrer Kette und eingepagert auf die Feder die grandiose Höhenmeterzahl des Montblanc, „4810“. Ab 1934 ist „Montblanc“ auch der Firmennamen.

Das Reisen quillt für die Vermarktung schon früh eine Rolle. Im Archiv lagern Schwarz-Weiß-Fotos aus der Kaiserzeit und Weibeschreibungen aus der Weimarer Republik. Ein Plakat aus den 20er-Jahren zeigt Frauen im Ballerina mit Sonnenbrille: „Schreiben Sie Ihre Grüße vom Strand mit dem Montblanc-Füllhalter“, steht darauf. Auf Sylt belien die Urmontblanc einen Füllhalter anzuheben, in dem Touristen neben Füllern und Tinte nach Fotos von sich ins Sand laufen konnten. Der heutige Eigentümer und Nonnenwastin Hamburg ist in Schwarz und Weiß gefärbt, der Neubau des spanischen Architekten Nieto Sefariano wurde 2022 eröffnet. Eine Dauerinstallation

138 MERIAN 1/22

Die Feder eines Montblanc wird in mindestens 38 Schritten gefertigt. In weiteren 70 Schritten entsteht der Füller und wird auf kleinste Kratzerreste untersucht.

MANUFAKTUR

Die Feder wird in mindestens 38 Schritten gefertigt. In weiteren 70 Schritten entsteht der Füller und wird auf kleinste Kratzerreste untersucht.

Fülle Wehrschwarzburg für Montblanc-Füller

erzählt die Montblanc-Geschichte, hinter dem Neobau liegen die Werkstätten. Nicht nur Füller entstehen hier, sondern auch die Maschinen, die Korpus und Kette gießen. Federn stanzen, schneiden und schleifen. Die Produktion ist so speziell, dass Montblanc den Großteil seiner Maschinen selbst herstellt.

In der Ausstellung hängen originale Schriftstücke von berühmten Menschen wie dem nicht unendlich schweizerischen Albert Einstein, Agathe Christie, die eine geschwungene Handschrift hatte, oder dem „Opponenten“ Daniel Giletti Marquis. Fotos zeigen, welche Stanzmaschinen auf Ventriolen, Umläufen oder in Goldenen Büchern mit einem Montblanc-Unterweiber, darunter Apple Market, Michael Gorbuchow, John F. Kennedy, Barack Obama und Queen Elizabeth II. Auch einige limitierte Füllfederhalter, die im Laufe der Jahrzehnte aufgelegt wurden, sind hier zu sehen, etwa das Modell „Marlin Moser“, dessen Clip eine Perle schließt und die im Fabrik der Legenden gehalten ist, den die Dues besonders mochte: Max Factor Ruby Red #1.

Thomson Hering liest das Anfordern, in dem britische Edelmetalle und Sonderanfertigungen für Sammler entstehen. Ein Stück, das er noch gut in Erinnerung hat, ist der Füllfederhalter für einen Zigarettenhalter. Die Wünsche sind, dass von Schwaiger >

139 MERIAN 1/22

MANUFAKTUR

Die Manufaktur

Das Montblanc Haus liegt am nordwestlichen Stadtrand in der Nähe des Volksparktheaters. Die Obergeschossfläche gehört zum Lebermann und ist ein Teil der Fabrik. Die Manufaktur ist ein Teil der Fabrik. Die Manufaktur ist ein Teil der Fabrik.

Montblanc-Boutique

Das Montblanc-Geschäft liegt nicht weit von der Innenstadt. Die Manufaktur ist ein Teil der Fabrik. Die Manufaktur ist ein Teil der Fabrik.

Hotel

Auch das im Handwerk Weltweit gefragte Logo C. Auch steht auf eine lange Tradition zurück.

Verlosung für Merian-Leser

Zu gewinnen ist ein „Montblanc“-Füller der Manufaktur Montblanc. Hier geht es zur Ausschreibung und zu den Teilnahmebedingungen.

140 MERIAN 1/22

Merian.de

online on five-star level

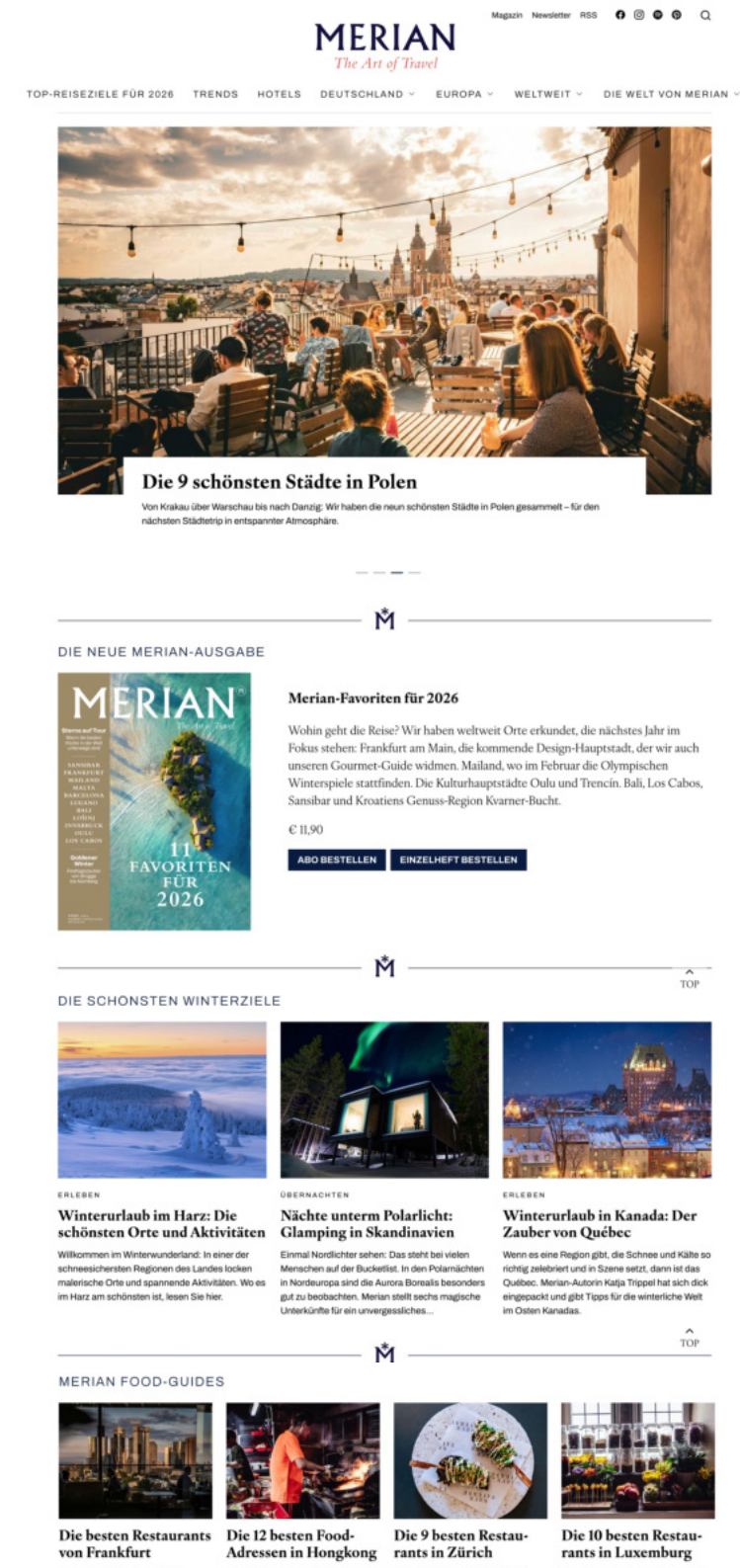
Comprehensive coverages combined with user value, current moving image content, opulent picture galleries and audio formats – that’s Merian **digital**.

the best tips of our editorial team as a digital service including travel trends and all information on the most popular destinations: Merian.de combines established digital standards with content-innovations.

picture galleries and detailed texts show our users the highlights and special destinations for vacations in the mountains, at the sea or in the city, worldwide. users let themselves inspire and inform profound.

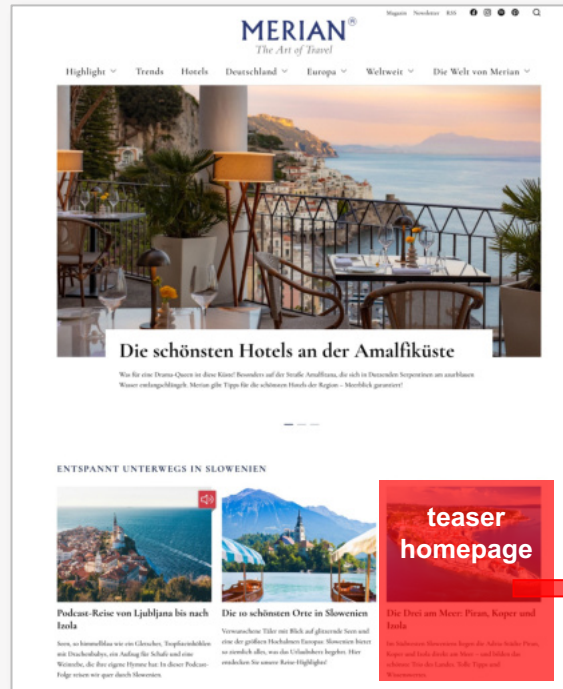
The Merian [podcast “Reisen beginnt im Kopf”](#) is inspiration and planning aid for everyone yearning for the next city trip – and of course half an hour break from daily routine.

Our [newsletter “Reisefieber”](#) offers the latest news from our editorial team, current topics, travel recommendations, and everything you need to know about the Merian editions.

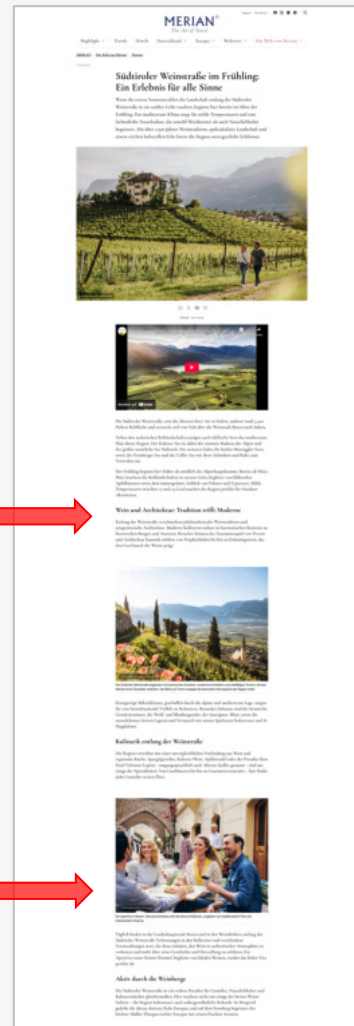


Merian.de – online-Advertorial + Teaser

3 months runtime



your advertorial



Place your brand message and present yourself to a relevant target group in an advertorial. The editorial teaser ad guarantees visibility on our homepage, as well as a teaser on our partner-page.

Advertorial/partner presentation

Text, images, video: Materials are supplied by you and integrated by us to fit perfectly.

Optional traffic drivers

Co-branded medium rectangle or leaderboard (social media posts on Instagram and Facebook can be booked additionally if requested) with link to the advertorial can be added.

Runtime:

3 months

Advertorial:

minimum 4.500 page impressions guaranteed

Media costs (gross):

9.400,- EURO

Production costs:

1.500,- EURO

media costs are discountable and commissionable, production costs are not discountable or commissionable. all costs plus VAT.

Merian „Reisen beginnt im Kopf“

The Podcast

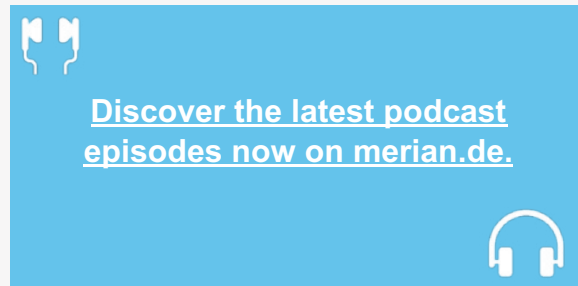


The Merian podcast team takes you on a journey to a **perfect weekend in the most beautiful cities and regions.**

Let the podcast „Reisen beginnt im Kopf“ („Travel starts in the mind“) guide you to sights and exciting museums, stroll through charming quarters inside your head and enjoy the personal tips for a night out, shopping and other experiences.

The podcast, made by Merian chief editor Tinka Dippel and Silvia Tyburski, is inspiration and planning aid for everyone yearning for the next city trip – and of course **half an hour break from daily routine.**

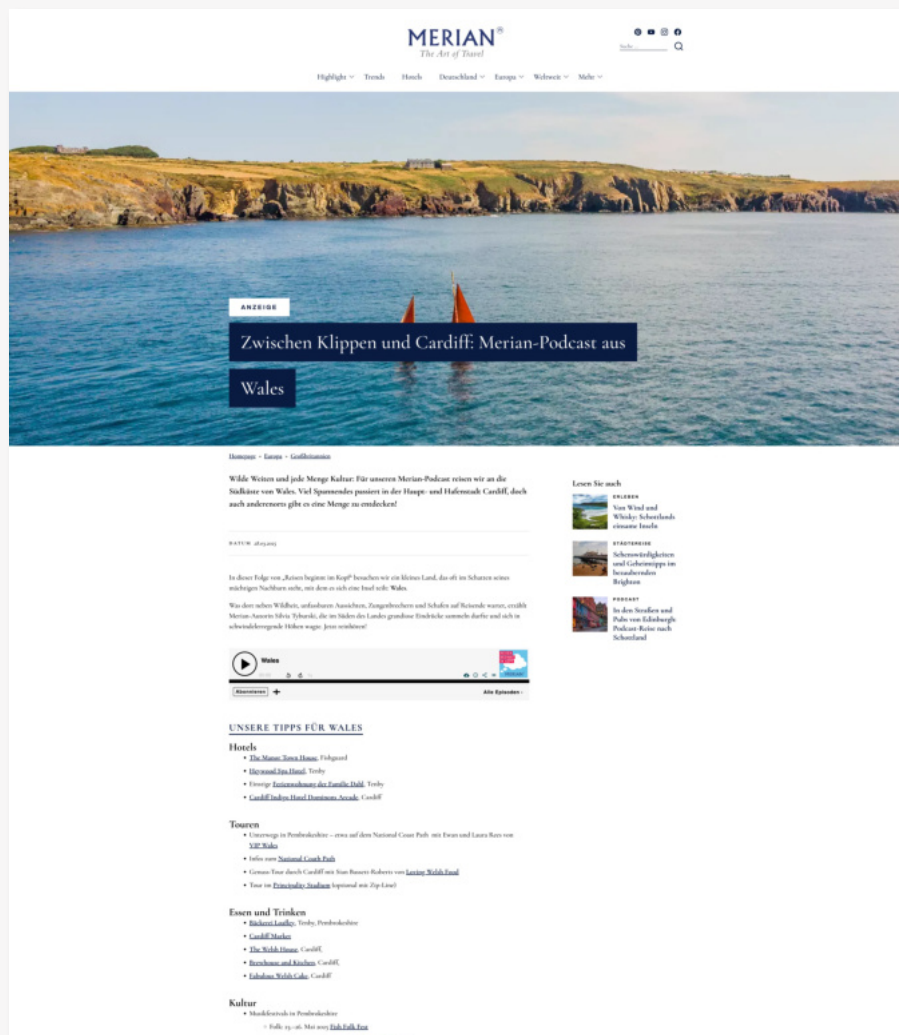
The Podcast reaches more than 10.706 Downloads/Streams per month (Average 2025) overall, a new episode usually has 1.000+ Downloads/Streams within the first two days after publication.



You will find a new episode of the Merian-Podcast „Reisen beginnt im Kopf“ on itunes, Spotify, Google Play, deezer, RTL+ and of course on [Merian.de](https://www.merian.de), as well as Instagram ([@Merian.magazin](https://www.instagram.com/Merian.magazin)).

Merian „Reisen beginnt im Kopf“

Offer - Sponsoring



sponsoring of a complete podcast-episode about your destination

Upon consultation the Merian editorial department will produce an approx. 30 minute podcast episode about your city/region, that we will also supply as embed code for implementation on your website.

All mentioned places are integrated on the podcast-landing page (as seen on the left), including weblinks, and in the shownotes.

The subsidy for production costs is € 7.900,-*.

If the production should take place on site, additional travel costs apply.

frequency discounts

booking of 3 episodes = 10% discount

booking of 5 episodes = 15% discount

Merian - Newsletter „Reisefieber“

Media options

MERIAN
Präsenziert von IDM Südwest

Liebe Leserinnen und Leser,
während in vielen Regionen der Winter noch spürbar ist, erwacht Meran und seine Umgebung bereits im März zu neuem Leben. Die Sonne strahlt, die ersten Apfelbäume blühen, und eine besondere Leichtigkeit liegt in der Luft. Hier, wo das Mediterrane die Alpen küsst, entfaltet sich der Frühling in all seiner Schönheit – perfekt für eine kleine Auszeit voller Genuss, Entspannung und Naturerlebnisse.
Ob ein Spaziergang entlang der berühmten Waalwege, eine entspannte Auszeit in der Thermen- oder kulinarische Entdeckungen unter der Frühlingssonne – Meran und seine Umgebung haben in dieser Jahreszeit so viel zu bieten.
Wir haben für Sie 7 Erlebnisse zusammengestellt, die den Frühling in Meran & Umgebung unvergesslich machen!
Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen die Merian-Redaktion

Erleben Sie den Frühling in Meran und Umgebung!
Lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie, warum Meran und seine Umgebung die perfekten Ziele für einen Frühlingsurlaub voller Genuss, Entspannung und Naturerlebnisse sind.

[Meran & Umgebung entdecken](#)

Send your advertising message directly in the mailbox of your target group.

Whether with a competition, an advertorial extension or a stand-alone block. Is your topic perfectly suited to your target group? Then we would be happy to send a sponsored stand-alone newsletter to newsletter recipients.

Reisefieber – the MERIAN Newsletter: Discover a piece of this world – a city, a region, or a country. Read about the latest news from our editorial team, current topics, travel recommendations, and everything related to the MERIAN editions.

Recipients: 11.489* / open rate 27%

PRODUCT	FREQUENCY	PRICE	PRODUCTION-/ TECHNICAL COSTS*
Newsletter Teaser	1	€ 1.000,-	incl.
Stand Alone	1	€ 3.500,-	incl.

[Register here, to receive the Merian Newsletter „Reisefieber“](#)

MERIAN
Präsenziert von IDM Südwest

Lieber Leser, lieber Leserin,
während in vielen Regionen noch spürbar ist, erwacht Meran und seine Umgebung bereits im März zu neuem Leben. Die Sonne strahlt, die ersten Apfelbäume blühen, und eine besondere Leichtigkeit liegt in der Luft. Hier, wo das Mediterrane die Alpen küsst, entfaltet sich der Frühling in all seiner Schönheit – perfekt für eine kleine Auszeit voller Genuss, Entspannung und Naturerlebnisse.
Ob ein Spaziergang entlang der berühmten Waalwege, eine entspannte Auszeit in der Thermen- oder kulinarische Entdeckungen unter der Frühlingssonne – Meran und seine Umgebung haben in dieser Jahreszeit so viel zu bieten.
Wir haben für Sie 7 Erlebnisse zusammengestellt, die den Frühling in Meran & Umgebung unvergesslich machen!
Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen die Merian-Redaktion

Warten der Kultur vor dem März-Frühlingsspektakel
Die Kultur vor dem März-Frühlingsspektakel ist ein Erlebnis, das sich nicht nur durch die Kunstwerke und die Architektur, sondern auch durch die Atmosphäre und die Landschaft auszeichnet. Hier werden Sie die Schönheit der Natur und die Vielfalt der Kultur erleben. Die schönsten Orte sind die Thermen und die Waalwege, die Ihnen eine unvergessliche Reise bieten werden.

Kultur, Natur und Genuss
Kultur, Natur und Genuss sind die drei Säulen der Meran-Region. Die Thermen sind ein unverzichtbares Element der Landschaft und die Waalwege sind ein unvergessliches Erlebnis. Hier werden Sie die Schönheit der Natur und die Vielfalt der Kultur erleben. Die schönsten Orte sind die Thermen und die Waalwege, die Ihnen eine unvergessliche Reise bieten werden.

Trinken, Relaxen und Genießen
Hier werden Sie die Schönheit der Natur und die Vielfalt der Kultur erleben. Die schönsten Orte sind die Thermen und die Waalwege, die Ihnen eine unvergessliche Reise bieten werden.

Der Frühling am Kultur-Tourismus auf Sie!
Erleben Sie die Schönheit der Natur und die Vielfalt der Kultur. Die schönsten Orte sind die Thermen und die Waalwege, die Ihnen eine unvergessliche Reise bieten werden.

[Die Kultur-Tourismus entdecken](#)

Prüfen Sie uns und gerne mit!

[Anmelden](#) [Zurück](#) [Abmelden](#) [Ausloggen](#)

Merian-Redaktion | 08.04.2026 | 11.489 Empfänger | 27% Öffnungsrate
© 2026 Merian. Alle Rechte vorbehalten.

*March 2026, media costs are discountable and commissionable, all costs plus VAT.

Your contacts



Merian

Your contacts

[Click here for all international contacts and contact details.](#)

Jahreszeiten Verlag - Head office Hamburg



Sebastian Himmer
Publishing Director
Luxury & Living International

T +49 175 907 6489
E sebastian.himmer@jalag.de



Henning Meyer
Senior Brand Manager Merian

T +49 40 2717-2496
E henning.meyer@jalag.de



Sarah-Mae Palma
Head of Digital Sales &
Campaign Management
T +49 (0) 175 890 69 21
E sarah-mae.palma@jalag.de



Christiane Sohr
Disposition Merian

T +49 40 2717 2436
E christiane.sohr@jalag.de

Merian – The Art of Travel



[Click here for schedule and further details.](#)

Publication frequency
6x per year

Copy price
€ 11,90

Ad rate 2026
full page 4c € 22.200,00

Formats
21,0 cm Width
28,0 cm Height

Print run
50.000 copies

Target group
sophisticated, highly educated
individual travelers

www.merian.de

Digital magazines on



Merian is *the* brand for travel at the highest level - and always at eye level with its discerning readers and users.

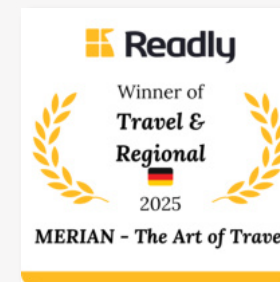
Merian tells of special experiences, visits the most exclusive hotels and the most innovative restaurants, travels through vibrant cities and fascinating landscapes.

Merian combines market-leading expertise from 78 years of outstanding travel journalism with the vision of a luxury travel magazine with its finger on the pulse.

www.merian.de combines comprehensive coverages with user value, moving image content, opulent picture galleries and audio formats. Our [newsletter „Reisefieber“](#) keeps the users up to date regarding current travel offers and events.

The [Merian podcast „Reisen beginnt im Kopf“](#) is inspiration and planning aid for everyone yearning for the next city trip – and of course half an hour break from daily routine.

[Click here to read an entire issue](#)



Merian is the most widely read magazine on readyly in the travel segment in 2025, with an average of over 12,300 readers per issue.

merian.de

facts and figures



The Art of Travel

The best tips from the editorial team as a digital service with the latest travel trends and insights, as well as all the information on the most popular and up-and-coming, yet unknown holiday destinations: merian.de combines established digital standards with content innovations for an optimal user experience.



Target Group

Travel enthusiasts who are interested in discovery, culture and travel experiences. Users of merian.de are curious about different types of travel, such as city breaks, beach holidays, adventure travel or wellness stays. They are interested in travel tips, sights, hotels, restaurants, cultural events and local.



Channels

Online | Print | Facebook | Instagram | YouTube | Podcast | Pinterest | Newsletter



Outreach

Website Sessions | 1,1 Mio.*
 Website Page Views | 1,4 Mio.*
 Website User | 860.154*
 Podcast Streams | 16.544***
 Newsletter recipients 11.489 | Open rate 27%****
 Instagram Follower 8.470 | reach 16.112**
 Facebook Follower 18.042**
 Print run | 50.000

*Jan -Mar 2026 | analytics.google

** Mar 2026 | Meta

****Mar 2026 | Podigee

***Mar 2026