Merian Markenpräsentation 2027

Hamburg, November 2026



The Art of Travel



JAHRES ZEITEN VERLAG

MERIAN

Tinka Dippel – Merian Chefredakteurin

The Art of Travel



© Volker Renner

Reisen bedeutet heute weit mehr als Erholung und Entdeckung.
Die Welt des Reisens ist vielschichtiger geworden, und so auch die Welt von Merian.
Es geht um **neue Formen des Unterwegsseins**, um Begegnungen und Perspektivwechsel, um Spiritualität, Natur und Kultur, um Abenteuer, Rückzug und immer wieder um die Frage, was eine Reise wirklich besonders macht.

Mit künftig zehn Ausgaben pro Jahr trägt Merian dieser Vielfalt Rechnung.
Wir spüren Entwicklungen und Trends auf, porträtieren Menschen, die das Reisen prägen und neue Wege gehen, reisen in nahe und ferne Städte und Landschaften, die Horizont und Komfortzone erweitern, finden Orte, die einen seltenen Zauber haben.
Vor allem aber erzählen wir Geschichten von Reisen, die etwas auslösen – weil sie überraschen, berühren, oder eine neue Perspektive eröffnen.









NEWS





Erhöhte Frequenz ab 2027: 10 Ausgaben pro Jahr
Seit der Neukonzeptionierung im Herbst 2023 erscheint Merian als multithematisches Luxus-Reisemagazin mit einem erhöhten Umfang von 188 Seiten, die Frequenz wurde in 2026 von 5 auf 6 Ausgaben erhöht und in zusätzliche Add-ons wie das Cover-Booklet „Die 111 besten Hotels in Europa“ investiert. **Ab 2027 wird Merian 10x jährlich für Reiselust sorgen.**

Reiseredaktion des Jahres.
Traditionell werden in der Woche der ITB in Berlin die **TravMedia Awards** verliehen. TravMedia, das globale Netzwerk der Tourismusindustrie, würdigt die besten Talente des Reisejournalismus und der Öffentlichkeitsarbeit im Tourismus. In diesem Jahr konnte sich Merian die Auszeichnung **„Reiseredaktion des Jahres 2026“** sichern. Eine großartige Auszeichnung und Bestätigung für die Arbeit des gesamten Merian Teams.

Meistgelesene Reisezeitschrift 2025 bei Readly.
Die digitale Plattform für Magazine und Zeitungen zeichnete erneut die meistgelesenen Magazine in 35 Kategorien als „Readly Top Title“ aus. **Im Segment „Travel & Regional“ konnte sich Merian gegen die Mitbewerber durchsetzen.** Grundlage ist die durchschnittliche Anzahl an Leserinnen und Lesern im gesamten Jahr, die Merian Ausgaben aus 2025 erreichten bisher **über 12.300 Leserinnen und Leser pro Ausgabe**.



Readly schreibt dazu: *„Die Qualität und Strahlkraft von MERIAN spiegeln sich auch deutlich in der Nutzung auf Readly wider. Das ist eine großartige Leistung und unterstreicht eindrucksvoll die Relevanz und Attraktivität Ihres Titels für unsere gemeinsame Leserschaft.“*

Merian-Leserinnen und Leser sind überproportional gebildet (46% haben ein abgeschlossenes Studium. Index ggü. Gesamtbevölkerung = 217) und in hohen Positionen tätig. Bei 49% der Leserinnen und Leser entspricht der gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status dem der höchsten Stufen (1+2). 49% der Merian-Leserschaft verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von € 4.000,- und mehr (Index 155), 18% mehr als € 6.000,- (Index 202) , entsprechend hoch ist auch der finanzielle Spielraum. Sie genießen das Leben, sind **luxusorientierte Konsumenten** (Index 218) und **mobile Kosmopoliten** (Index 2019)*.

*Quelle: AWA 2022

Reisen auf höchstem Niveau

Das Konzept

Merian kombiniert die marktführende Kompetenz aus 79 Jahren herausragendem Reisejournalismus mit der **Vision eines Luxus-Reisemagazins am Puls der Zeit.**

Merian bietet unseren reiseaffinen Leserinnen und Lesern ein opulent-hochwertiges und **innovatives multithematisches Premium-Reisemagazin mit einem Heftumfang von 188 Seiten**.

Themen wie Individualität, Nachhaltigkeit, Mobilität und Selbstverwirklichung prägen das inhaltliche Konzept.

Hochklassige Serviceorientierung und unverwechselbar kreative, breitgefächerte Lebensart-Angebote stehen im Vordergrund.

Lesen Sie hier die komplette Ausgabe 04/2026



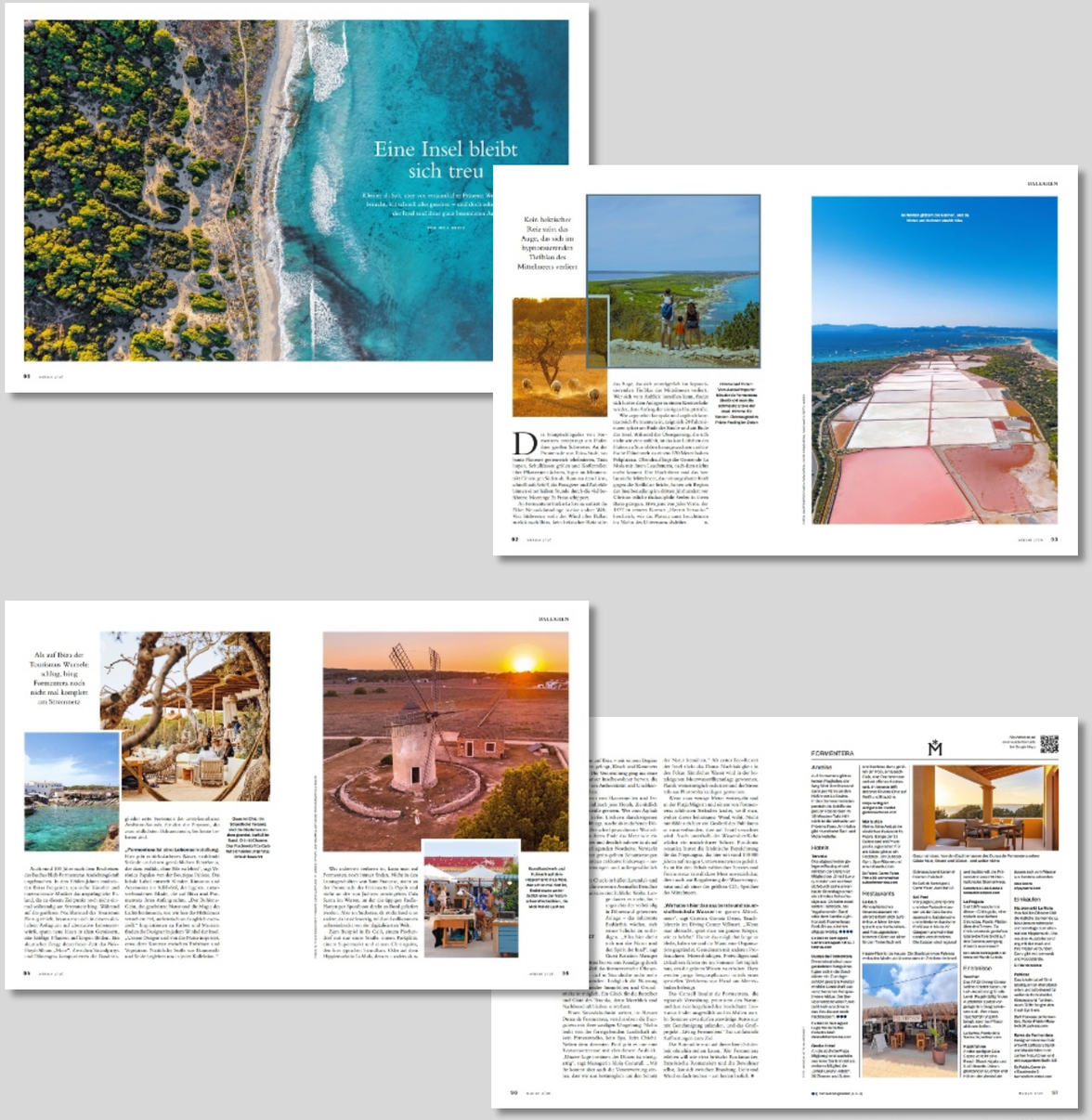
Merian macht das Reisen…

…individueller
…erlebnisintensiver
…authentischer und
…luxuriöser

Feuilletonistisch-verführerische Bilder machen die Merian Welt genauso aus, wie ein kompetent und ganzheitlich komponiertes Redaktionsangebot. Merian liefert für jedes Thema exakt die **Informationen, die der anspruchsvolle Individualreisende braucht** - nicht weniger aber auch nicht mehr.

Kernzielgruppe sind anspruchsvolle**, hoch gebildete Individualreisende**, die **Nachhaltigkeit mit hochwertigen, einzigartigen Reiseerlebnissen verbinden** möchten – und dabei finanziell in keiner Weise beschränkt sind. Alles ist möglich, den Kompass dafür bietet Merian.

Merian offeriert den Leserinnen und Lesern, den Userinnen und Usern seine einzigartigen und inspirierenden inhaltlichen Angebote auf allen Kommunikationskanälen (Print, Digital, Social Media, Podcast).



Beispielseiten Ausgabe 02/2026

Termine 2027

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Kalender-woche	Anzeigen		Ad Specials und Umschlagseiten	Ad Specials
			Anzeigenschluss Rücktrittstermin	Vorlagenschluss Datenanlieferung	Buchungsschluss	Anlieferung Druckerei
01/2027	05.02.27	5	14.12.26	23.12.26	30.11.26	08.01.27
02/2027	19.03.27	11	01.02.27	10.02.27	18.01.27	19.02.27
03/2027	23.04.27	16	04.03.27	15.03.27	18.02.27	25.03.27
04/2027	28.05.27	21	06.04.27	15.04.27	23.03.27	27.04.27
05/2027	25.06.27	25	05.05.27	18.05.27	21.04.27	28.05.27
06/2027	13.08.27	32	28.06.27	07.07.27	14.06.27	16.07.27
07/2027	17.09.27	37	02.08.27	11.08.27	19.07.27	20.08.27
08/2027	15.10.27	41	30.08.27	08.09.27	16.08.27	17.09.27
09/2027	19.11.27	46	29.09.27	08.10.27	15.09.27	19.10.27
10/2027	17.12.27	50	27.10.27	08.11.27	13.10.27	19.11.27

Themenschwerpunkte auf Anfrage

Anzeigenpreise und Formate 2027

Formate* (Breite x Höhe, im Anschnitt)	Anzeigenpreise**
1/1 Seite (210 x 280 mm)	**22.500,- Euro**
2/1 Seite (420 x 280 mm)	**44.900,- Euro**
Opening Spread (U2 + S.3)	**52.800,- Euro**
Umschlagseiten U2/U4 (210 x 280 mm)	**25.100,- Euro**
1/2 Seite quer (210 x 137 mm)	**16.000,- Euro**
1/2 Seite hoch (100 x 280 mm)	**16.000,- Euro**
1/3 Seite quer (210 x 88 mm)	**11.400,- Euro**
1/3 Seite hoch (71 x 280 mm)	**11.400,- Euro**
1/4 Seite (hoch, quer oder als Eckfeld)	**9.100,- Euro**

Gern erstellen wir Ihnen ein individuelles Kooperations-angebot.

* Für angeschnittene Anzeigen muss eine Beschnittzugabe (Schnittreserve) von je 4 mm oben, unten und außen zum genannten Anzeigenformat hinzugerechnet werden.
** Preise zzgl. MwSt. AE- und rabattfähig.

Advertorials

Unser Kreativteam gestaltet – anhand Ihrer Bilder und Textbausteine – ein Motiv, das perfekt auf das Look & Feel von Merian abgestimmt ist. Advertorials müssen für den Leser als Anzeige erkennbar sein und am oberen, äußeren Rand mit dem Wort “ANZEIGE” (min. 8 Pt. in Versalien) gekennzeichnet werden. Bei Interesse können Advertorials auf merian.de online verlängert werden.

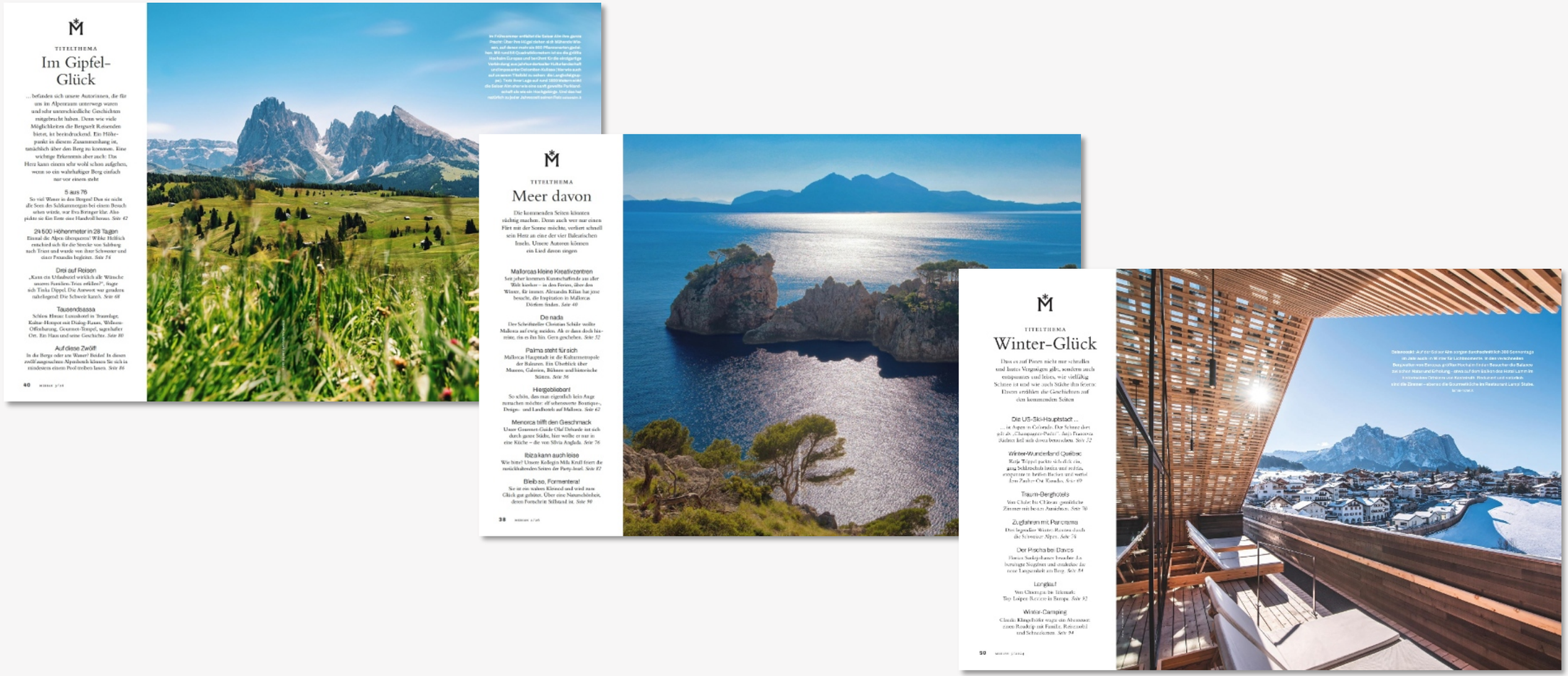
Mediakosten (rabatt- und provisionsfähig) **zzgl. Gestaltungskosten** (nicht abzugsfähig)* in Höhe von:
je 1/2 Seite*: 1.500,- €
je 1/1 Seite*: 2.000,- €
je 2/1 Seite*: 3.000,- €

Vorgaben: Briefing zum inhaltlichen Schwerpunkt Ihres Advertorials, 3-4 freie Bilder sowie ein ausformulierter Text, ca. 2.000 Zeichen pro 1/1 Seite.
Sollte kein ausformulierter Text, also z. B. nur ein Weblink, Stichpunkte, Aufzählungen oder kein deutscher Text angeliefert werden, fallen Zusatzkosten in Höhe von 500,- € zzgl. zu den Gestaltungskosten an.

*) Gestaltungskosten sind weder rabatt- noch AE-fähig. Anzeigenschluss und Materialanlieferung 3 Wochen vor regulärem Anzeigenschlusstermin

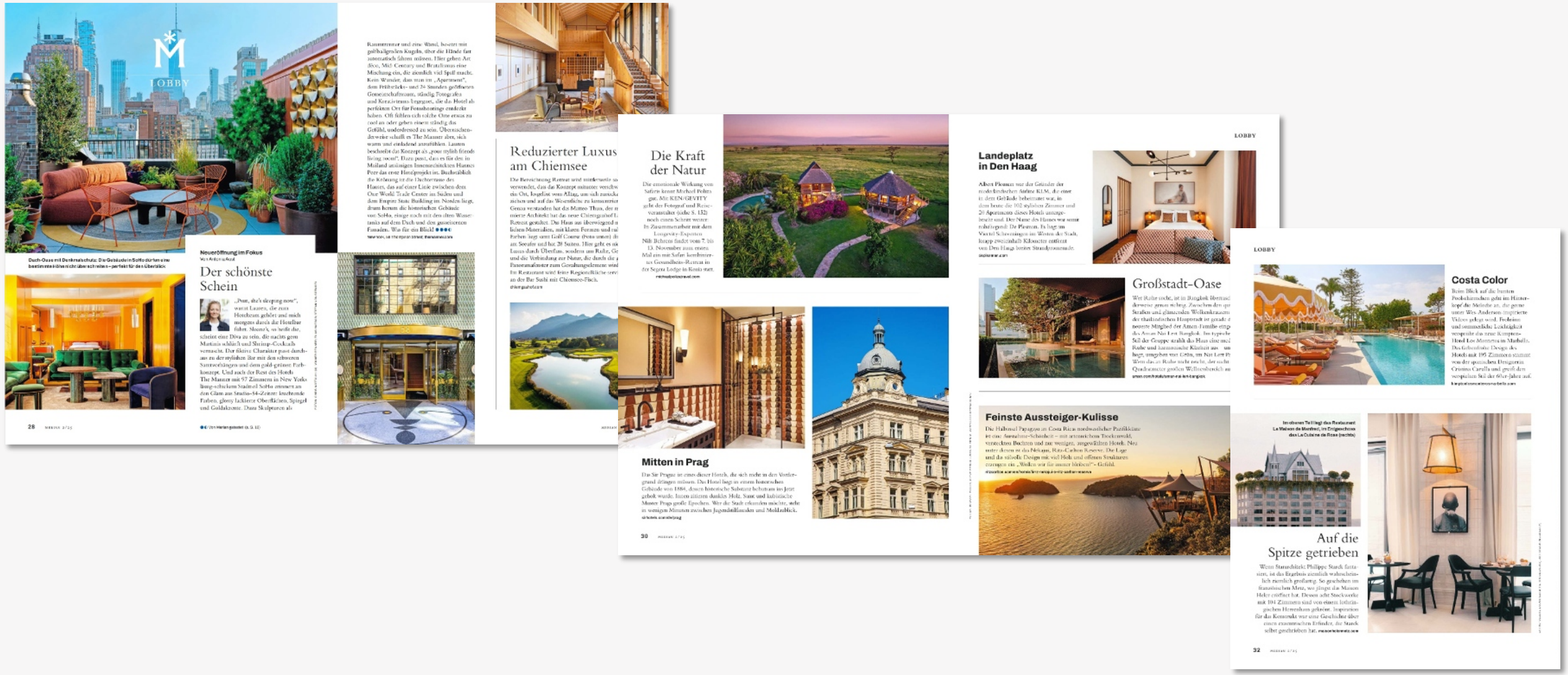
Merian widmet sich in jeder Ausgabe einem Schwerpunktthema

Vielfältige Sichtweisen auf ein Fokusthema, von *Sommer in den Alpen* über *Balearen* bis *Winterglück*.



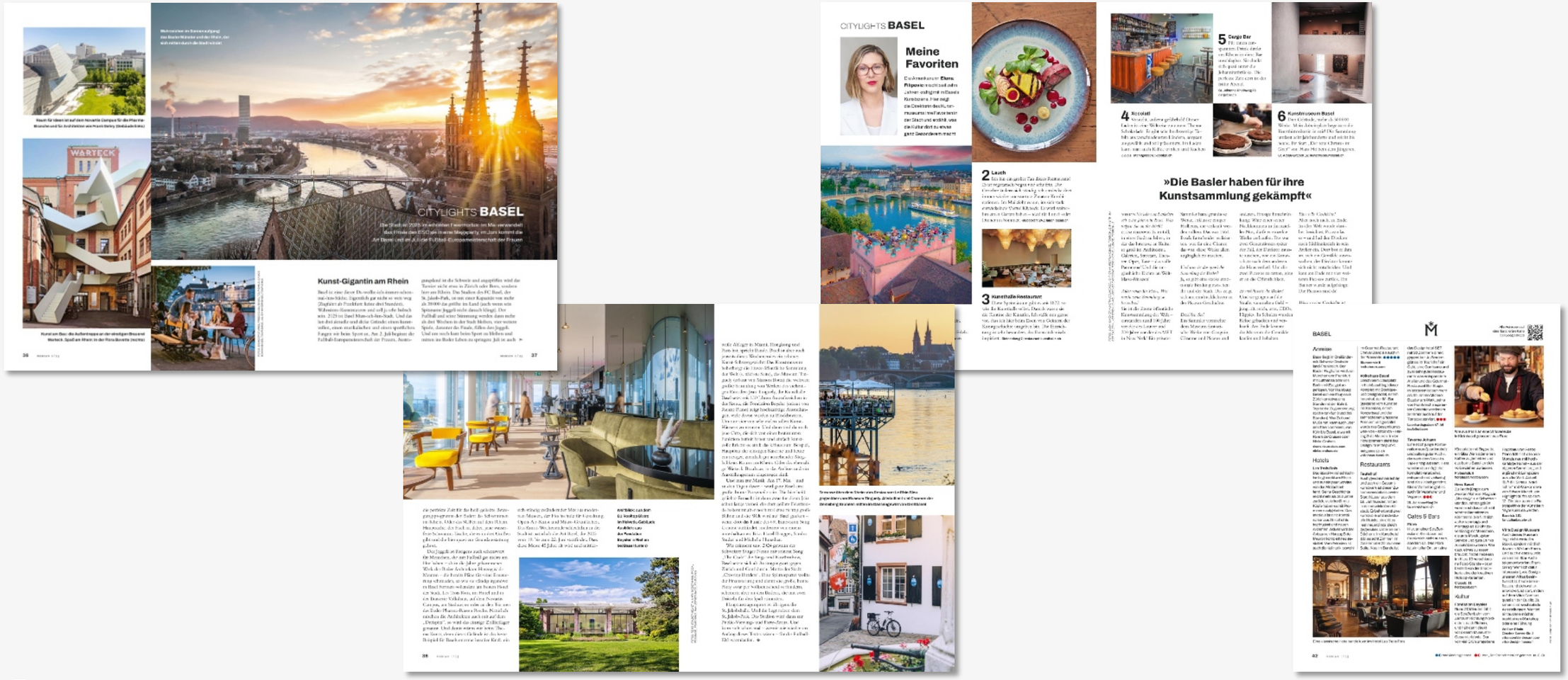
Merian informiert über die neuesten und besten Hotels weltweit

Rubrik „Lobby“: Neueröffnungen und Besonderheiten aus der Hotelbranche.



Merian empfiehlt Städte für den nächsten Kultur- oder Shoppingurlaub

Rubrik „Citylights“: Kunst und Kultur, Kulinarik und Events.



Merian inspiriert mit umfangreichen und opulenten Destinationsporträts

Länder und Regionen im Fokus.

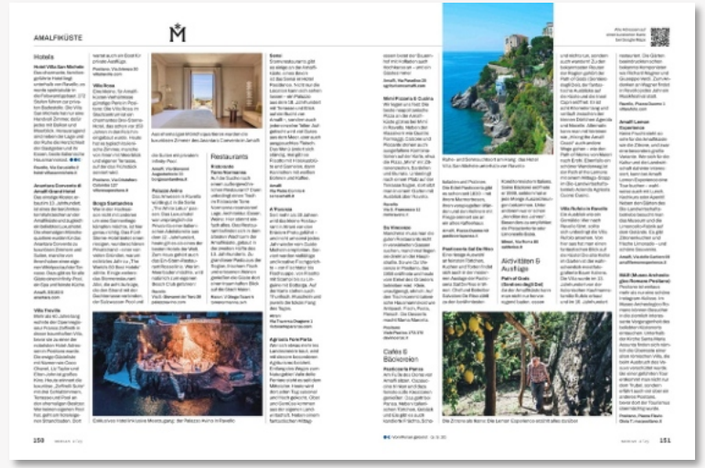












Merian präsentiert exklusive Manufakturbetriebe

Rubrik „Manufaktur“: Experten geben Einblicke in ihre einmalige Handwerkskunst und Produktion.



Das Montblanc Meisterstück schmückt die Fassade des Montblanc Hauses in Hamburg

Das Herzstück entsteht aus 18-Karäter-Goldband. Der glänzende, hauchdünne Streifen wird in der Hand hält, so kaum breiter als Tesafilm, doch überraschend schwer – gut fünf Kilogramm mag sie wiegen. Dorfen, Leiter der Federherstellung, zeigt auf die Maschine, in die sie später eingespannt wird, um den Rohling für die Feder zusammenzurollen. Nur wenige Meter entfernt sitzt in einem ruhigen, vergilbten Raum Nairne Clerkan und führt feinste Federn in Strichen und Schlingen über ein Blatt Papier. Jedes noch so feine Kratzen, jede Unebenheit zeichnet sie sofort. Seit mehr als 30 Jahren arbeitet sie bei Montblanc – wenn eine Feder nur minimal kratzt, gibt sie die Stelle umgehend in die Werkstatt zurück; jeder 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 Handhaltungen ein, übt mal mehr, mal weniger Druck aus, variiert den Winkel, in dem sie die Spitze auf das Papier setzt. Sie will herausfinden, wie sich die Feder unter verschiedenen Bedingungen verhält. Ihr Ziel ist es, dass jeder Füller, der ihre Werkstatt verlässt, exakt so schreibt, wie es sich der Kunde wünscht. Ob weich, fest, elastisch oder präzise – die Feder muss sich dem Schreiber anpassen, nicht umgekehrt.

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 SILVIA STRASSER

136



Auf der Feder ist die Höhe des Montblanc eingraviert, im Museum wird die Vielfalt von Handschriften gezeigt – hier die der vier Bosses

Weil sie international aufgestellt ist, schon zwei Jahre nach der Gründung auch in London und Paris verkauft, soll auch ihr Produkt einen Namen bekommen, der diese Weltläufigkeit unterstreicht. 1906, so geht die Legende, kürten sich die Geschäftsführer beim Kartenspielen (Skat?), wie man es ausreden könnte, dass jeder in der Welt ihre Füller wiedererkennt. Weil sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts nicht mehr nur der Adel, sondern auch gut situierte Bürger Urlaub leisten und den Sehnsuchtsort Alpen ansteuern, soll plötzlich der Name des höchsten Berges Europas gefallen sein. Seit 1910 tragen die Füllfederhalter die sternförmig eingravierte Schneekappe des Montblanc auf ihrer Kappe und einige prägt auf der Feder die gesamte Höhenmetrahl des Montblanc: „4810“. Ab 1934 ist „Montblanc“ auch der Firmenname.

Die Reisen spielt für die Vermarktung seiner Füller eine Rolle. Im Atelier hängen Schwarz-Weiß-Fotos aus der Kaiserzeit und Werbebroschüren aus der Weimarer Republik. Ein Plakat aus den 20er-Jahren zeigt Frauen im Badeanzug mit Sonnenschirm. „Schreiben Sie Ihre Grüße vom Strand mit dem Montblanc Füllhalter“, steht darauf. Auf Skihütten die Unterkünfte einen Pavillon aufstellen, in dem Touristen neben Füllern und Tinte auch Feten von sich am Strand kaufen konnten. Der heutige Firmenchef im Nordwesten Hamburgs ist in Schwarz und Weiß gehalten, der Neubau des spanischen Architekten Nieto Sobejano wurde 2022 eröffnet. Eine Dauerausstellung

138

MANUFAKTUR

Die Feder eines Montblanc wird in mindestens 35 Schritten gefertigt, in mehreren 70 Schritten entsteht der Füller und wird aufwändigste Kratzgeräusche untersucht

Frühe Weihnachtswerbung für Montblanc-Füller

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

In die Ausstellung hängen original Schriftstücke von berühmten Menschen, was dem mehr ordentlich schwebenden Albert Einstein, Angela Merkel, die eine geschwungene Handschrift hatte, oder dem „Oppenheimer“-Darsteller Cillian Murphy. Fotos zeigen, welche Staatsoberhäupter auf Vertretern, Cleanden oder in Goldenen Büchern mit einem Montblanc unterschrieben, darunter Angela Merkel, Michail Gorbatschow, John F. Kennedy, Barack Obama und Queen Elizabeth II. Auch einige limitierte Füller-Editionen, die in der Liste der Jahrzehnte aufgelegt wurden, sind hier zu sehen, etwa das Modell „Marilyn Monroe“, dessen Clip eine Perle schmückt und das im Farbton des Lippenstifts gehalten ist, den die Diva besonders mochte: Max Factor Ruby Red #1.

Thorsten Hering kennt das Atelier, in dem limitierte Editionen und Sonderanfertigungen für Sammler entstehen. Ein Stück, das er noch gut in Erinnerung hat, ist der Füllhalterhalter für einen Zigarrenliebhaber. Der wünschte sich, dass sein Schreibgerät



MANUFAKTUR

Außen schwarz, innen weiß: Blick vom Obergeschoss des Montblanc Hauses in die Empfangshalle

MONTBLANC

Die Manufaktur

Montblanc-Boutique

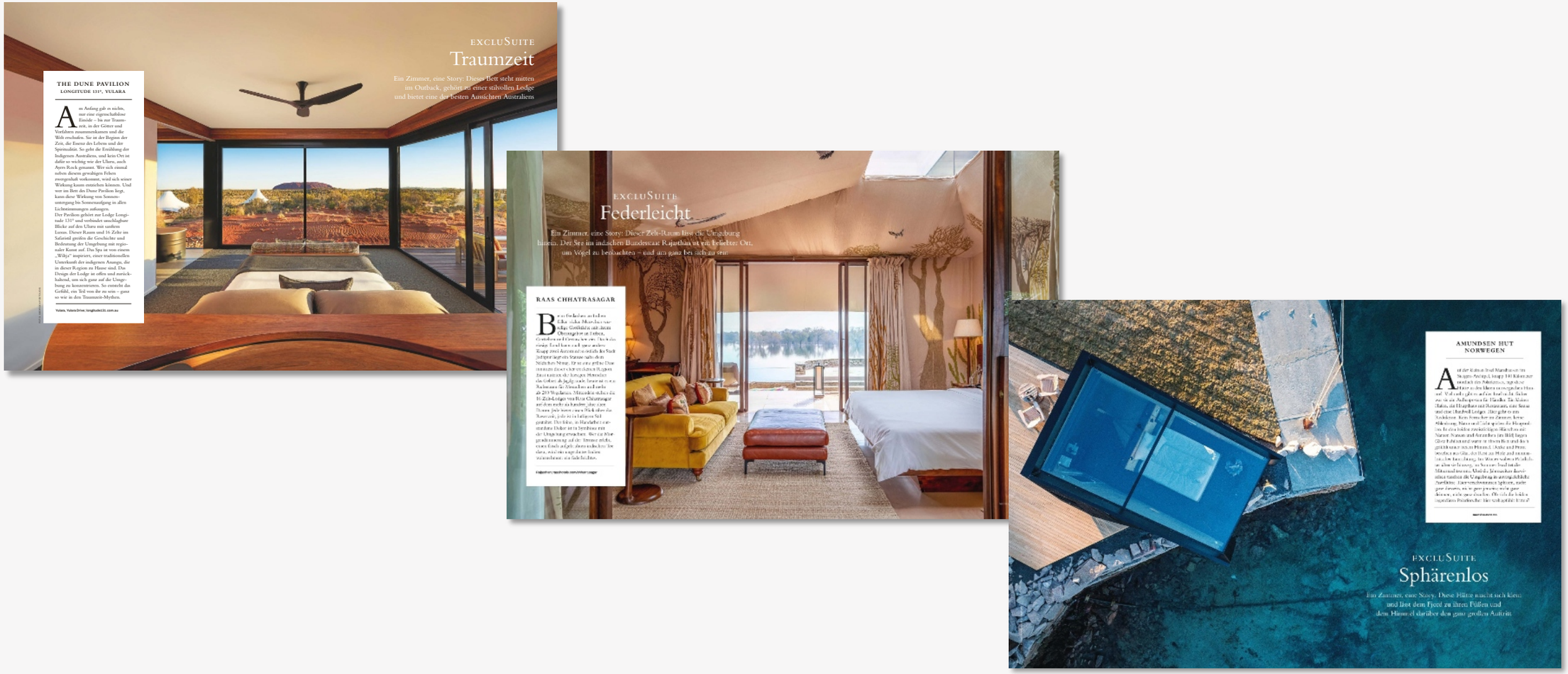
Hotel

Verlosung für Merian-Leser

140

Merian zeigt die spektakulärsten Hotelzimmer

Rubrik „ExcluSuite“: alles andere als gewöhnlich.



Merian.de

Online auf 5 Sterne-Niveau

Große Reportagen kombiniert mit viel Nutzwert, aktueller Bewegtbild-Content, opulente Bildstrecken und Audioformate
– das ist Merian **digital.**

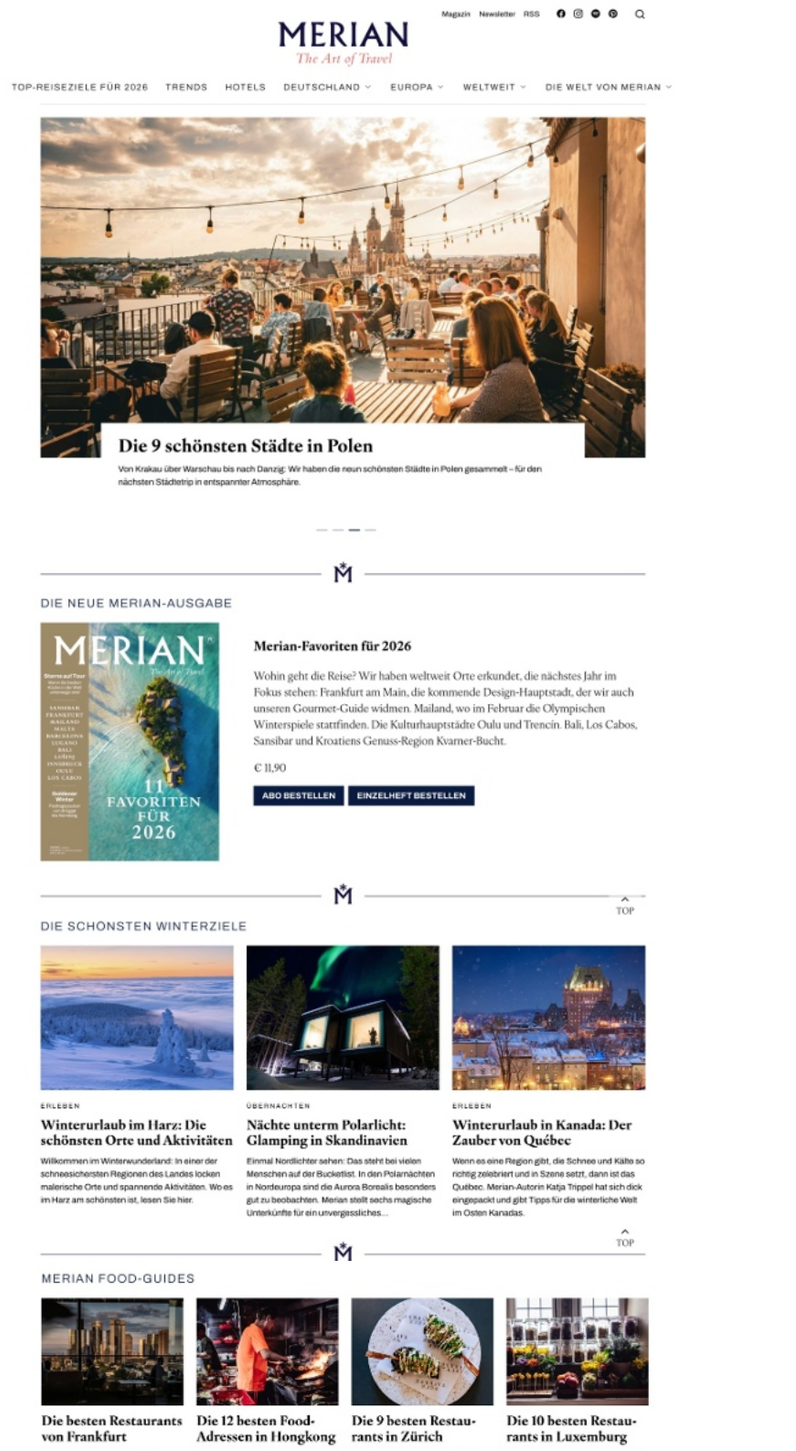
Die besten Tipps der Redaktion als digitaler Service mit den neuesten Reisetrends und allen Informationen zu den beliebtesten Urlaubszielen: merian.de kombiniert etablierte digitale Standards mit Content-Innovationen.

Bildergalerien und ausführliche Texte zeigen Ihnen die Highlights und besonderen Destinationen für Reisen ans Meer, in die Berge oder in die Stadt, und das weltweit.
Die User lassen sich inspirieren und dabei auch direkt umfassend informieren.

Der Merian Podcast “Reisen beginnt im Kopf” bietet zudem eine halbe Stunde Auszeit aus dem Alltag und nimmt sie mit auf ein perfektes Wochenende in die schönsten Städte und Regionen.

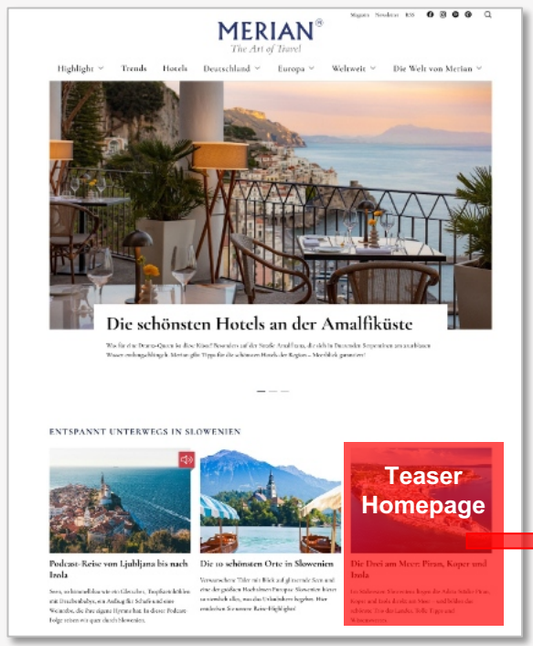
Unser Newsletter „Reisefieber“ bietet die neuesten Nachrichten aus unserer Redaktion, aktuelle Themen, Reiseempfehlungen und alles Wissenswerte rund um die Merian-Ausgaben.

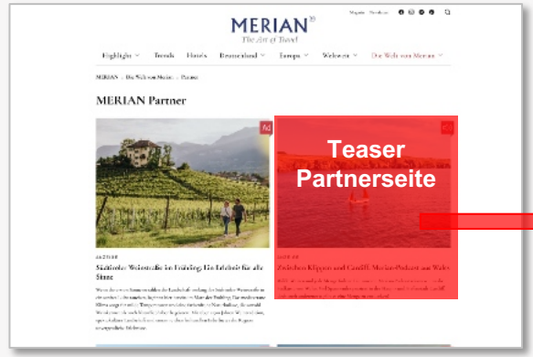
Auf unserem Instagram-Kanal finden Sie die schönsten Locations, saisonale Empfehlungen und Einblicke in aktuelle Recherchereisen der Redaktion.



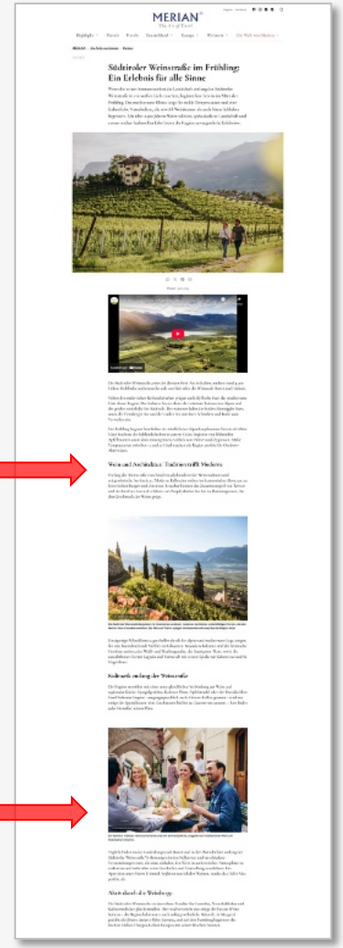
Merian.de – online-Advertorial

3 Monate Laufzeit





Ihr Advertorial



Platzieren Sie **Ihre Markenbotschaft auf merian.de** und präsentieren Sie sich einer relevanten Zielgruppe in einem Advertorial. Zusätzliche **Traffic-Treiber garantieren** für Ihre Sichtbarkeit.

Advertorial/Partner-Vorstellung
Texte, Bilder, Video: Materialien werden von Ihnen angeliefert und von uns passgenau integriert (mit Links zur Wunsch-Website).

Traffic-Treiber: Dauerhafter redaktioneller Teaser, Co-Branded Medium-Rectangle oder Leaderboard auf der Homepage (Social-Media-Posts auf Instagram und Facebook sind bei Interesse zubuchbar) mit Verlinkung auf das Advertorial.

Laufzeit:	**3 Monate**
Mediakosten (brutto):	**8.900,- EURO**
Produktionskosten:	**1.500,- EURO**

Mediakosten sind rabatt- und AE-fähig, Produktionskosten sind nicht weiter rabatt- oder AE-fähig.
Alle Preise zzgl. MwSt..

Merian „Reisen beginnt im Kopf“

Der Podcast



Hier geht´s zu den aktuellsten Podcast-Episoden auf merian.de

Das Podcast-Team, bestehend aus Merian Chefredakteurin Tinka Dippel und Silvia Tyburski, nimmt Sie in jeder Folge mit auf **ein perfektes Wochenende in die schönsten Städte und Regionen**.

Lassen Sie sich im Podcast zu Sehenswürdigkeiten und spannenden Museen führen, bummeln Sie im Kopf durch charmante Viertel und freuen Sie sich auf persönliche Tipps zum Ausgehen, Shoppen und Erleben.

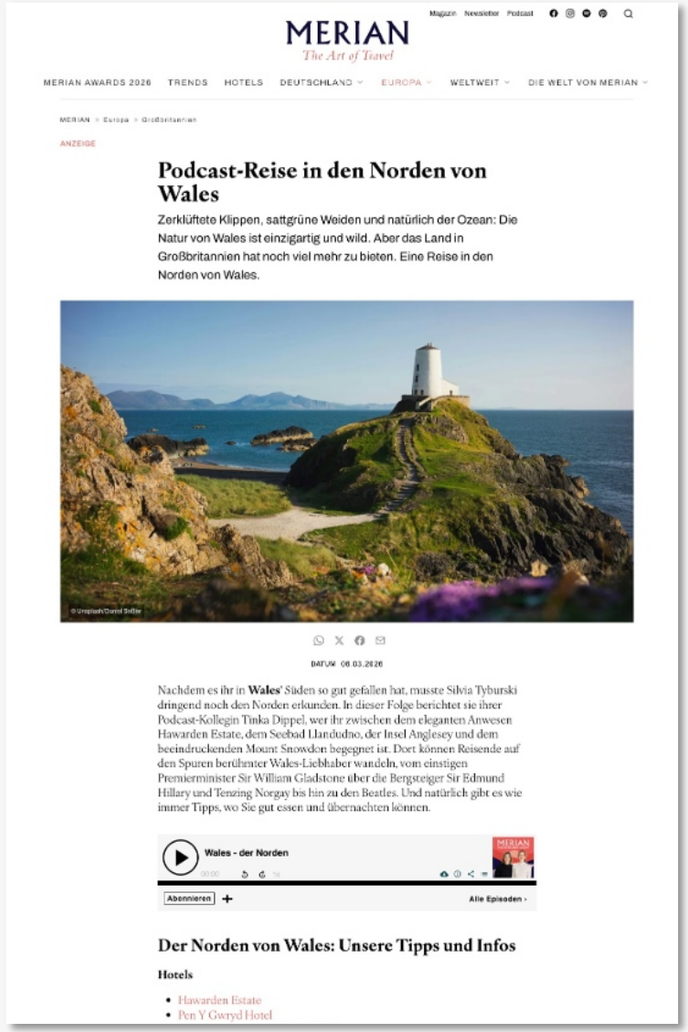
Für alle, die sich nach ihrem nächsten Kurzurlaub sehnen, ist dieser Podcast Inspiration und Planungshilfe - und **eine halbe Stunde Auszeit aus dem Alltag**.

Der Podcast erreicht insgesamt über 15.204 Downloads/Streams pro Monat (Durchschnitt Jan.- Okt. 2026), eine neue Episode erzielt dabei mehr als 1.000 Downloads/Streams innerhalb der ersten beiden Tage nach Veröffentlichung.

Den Merian-Podcast „Reisen beginnt im Kopf“ finden Sie u.a. bei itunes, Spotify, Google Play, deezer, RTL+ natürlich auf merian.de oder unserem Instagram-Kanal (@merian.magazin).

Merian „Reisen beginnt im Kopf“

Angebot – Sponsoring



<u>Sponsoring einer kompletten Podcast-Folge über Ihre Destination</u>

Nach Absprache erstellt das Podcast-Team eine ca. halbstündige Podcast Folge über Ihre Stadt/Region, die wir Ihnen zur Implementierung auf Ihrer Website auch per Embed Code zur Verfügung stellen.

Der Produktionskostenzuschuss liegt bei **€ 7.900,-***.

Auf Wunsch findet die Produktion auch vor Ort in der jeweiligen Destination statt, dann fallen zusätzliche Reisekosten an.

<u>Staffelpreise</u>
bei Buchung von 3 Folgen = 10% Rabatt
bei Buchung von 5 Folgen = 15% Rabatt

*Kosten sind rabatt- und AE-fähig, zzgl. MwSt.
Jede Episode bietet Platzhalter für 2 native 45-60 sekündige Werbespots, die von jedem interessierten Kunden gebucht werden können. Sponsorings bieten keine werbliche Exklusivität.
Es erfolgt keine Freigabeschleife der kompletten Episode vor der Veröffentlichung, die konkreten Formulierungen und Inhalte obliegen der redaktionellen Hoheit.

Merian „Reisen beginnt im Kopf“

Angebot – nativer Werbespot



Hier geht’s zur aktuellen Folge

Werbe-Integration in den Podcast
Gebucht werden kann ein nativ gesprochener Werbeblock. Der Inhalt des Spots wird mit Ihnen abgestimmt, die konkreten Formulierungen bleiben redaktionelle Hoheit. Die Länge des Werbeblocks beträgt ca. 45 bis max. 60 Sekunden.

Die Kosten für einen Spot liegen bei **2.500,- Euro.**

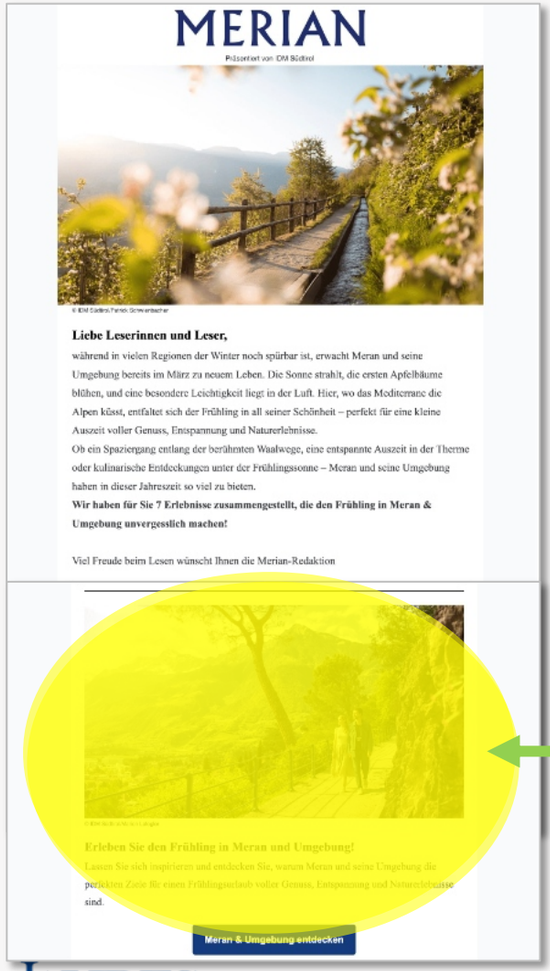
Bei Buchung von **3 Folgen/Spots** gewähren wir 20% Rabatt
= **6.000,- Euro gesamt**.

Bei Buchung von **5 Folgen/Spots** gewähren wir 24% Rabatt
= **9.500,- Euro gesamt.**

Bei Buchung von **10 Folgen/Spots** gewähren wir 28% Rabatt
= **18.000,- Euro gesamt.**

Merian Newsletter „Reisefieber“

Angebotsoptionen

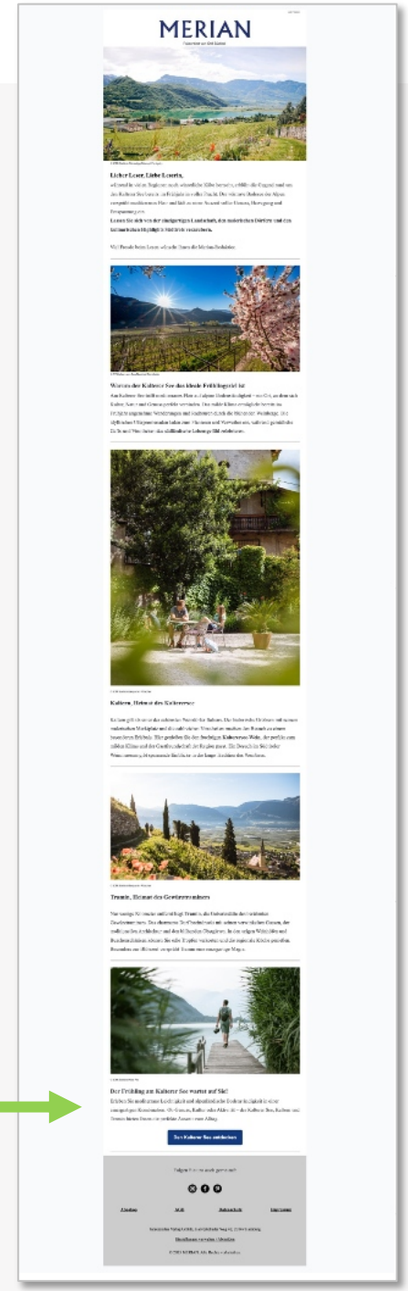


Senden Sie Ihre Werbebotschaft direkt in das Postfach Ihrer Zielgruppe.
Ob mit einem Gewinnspiel, einer Advertorial-Erweiterung oder einem Stand-Alone-Block.
Ist Ihr Thema perfekt auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten? Dann versenden wir gerne einen gesponserten Stand-Alone-Newsletter an die Newsletter-Empfänger.

Reisefieber – der MERIAN-Newsletter: Entdecken Sie ein Stück dieser Welt – eine Stadt, eine Region oder ein Land. Lesen Sie die neuesten Nachrichten aus unserer Redaktion, aktuelle Themen, Reiseempfehlungen und alles Wissenswerte rund um die MERIAN-Ausgaben.

Empfänger: 12.489* / Öffnungsrate 20%

PRODUKT	FREQUENZ	PREIS	PRODUKTIONS-/ TECHNISCHE KOSTEN*
Newsletter Teaser	1	€ 1.500,-	inkl.
Stand Alone	1	€ 4.500,-	inkl.



[Registrieren Sie sich hier, um den Merian Newsletter „Reisefieber“ zu abonnieren,]

*Stand: Oktober 2026, Mediakosten sind rabatt- und AE-fähig. Alle Kosten zzgl. MwSt.

Ihre Ansprechpartner



© unsplash

Merian

Ihre Ansprechpartner



Jörg Slama
Leitung Sales Region Nord

T +49 40 22 85 92 99-2
E joerg.slama@jalag.de



Michael Thiemann
Leitung Sales Region Mitte/Österreich

T +49 40 22 85 92 99-6
E michael.thiemann@jalag.de



Marco Janssen
Leitung Sales Region Südwest

T +49 40 22 85 92 99-7
E marco.janssen@jalag.de



Jonas Binder
Leitung Sales Region Süd

T +49 40 22 85 92 99-8
E jonas.binder@jalag.de



Nicole Laus
Leitung Sales Vertriebsbüro NRW

T +49 40 22 85 92 99-4
E nicole.laus@jalag.de

Jahreszeiten Verlag Zentrale Hamburg



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



Termine und weitere Details finden Sie hier.

Erscheinungsweise
10 x im Jahr

Copypreis
€ 13,90

Anzeigenpreis 2027
1/1 Seite 4c € 22.500,00

Format
21,0 cm breit
28,0 cm hoch

Druckauflage
42.101 Exemplare*

Zielgruppe
anspruchsvolle, hoch gebildete Individualreisende

www.merian.de

Digitale Ausgaben

Readly shareMagazines

*Durchschnitt IVW I-III/2026

Merian ist *die* Marke für Reisen auf höchstem Niveau – und immer auf Augenhöhe mit seinen anspruchsvollen Lesern und Usern.

Merian erzählt von besonderen Erlebnissen, besucht **die exklusivsten Hotels** und die innovativsten Restaurants, reist durch **pulsierende Städte und faszinierende Landschaften**.

Merian kombiniert die marktführende Kompetenz aus 79 Jahren herausragendem Reisejournalismus mit der Vision eines Luxus-Reisemagazins am Puls der Zeit.

Auch www.merian.de und unser Newsletter „Reisefieber“ überzeugen durch journalistischen Anspruch & einzigartige Bildsprache und geben Empfehlungen für den kommenden Wochenend-Ausflug oder den nächsten großen Urlaub.

Der Merian Podcast „Reisen beginnt im Kopf“ inspiriert und entführt die Hörerinnen und Hörer für eine halbe Stunde aus dem Alltag.

Klicken Sie hier für eine komplette Ausgabe



Merian ist auf readly das meistgelesene Magazin 2025 im Segment der Reisetitel, mit durchschnittlich über 12.300 Leserinnen und Lesern pro Ausgabe.

merian.de – The Art of Travel

Merian digital - Daten und Fakten



The Art of Travel
Die besten Tipps der Redaktion als digitaler Service mit den neuesten Reisetrends und Insights, sowie allen Informationen zu den beliebtesten und aufsteigenden, noch unbekannten Urlaubszielen: merian.de kombiniert etablierte digitale Standards mit Content-Innovationen für eine optimale User-Experience.

Zielgruppe
Reisebegeisterte Menschen, die sich für Entdeckungen, Kultur und Reiseerlebnisse interessieren. Die Nutzer von merian.de sind neugierig auf verschiedene Reisearten, wie Städtereisen, Strandurlaub, Abenteuerreisen oder Wellnessaufenthalte. Sie interessieren sich für Reisetipps, Sehenswürdigkeiten, Hotels, Restaurants, kulturelle Veranstaltungen und Lokales.

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

Reichweite
Website Sessions | 487.813*
Website Page Views | 606.945*
Website User | 377.818*
Podcast Streams | 16.031***
Newsletter Empfänger 12.489 | Öffnungsrate 20%****
Instagram Follower 9.183 | Reichweite 160.000**
Facebook Follower 17.955** | Reichweite 3.000

*Aug 2026 | analytics.google
** Aug 2026 | Meta
****Aug 2026 | Podigee
****Okt 2026