

# spartacus<sup>®</sup> traveler

We love to travel!

member of



IGLTA

*Seit 15 Jahren berichtet Spartacus Traveler aus der weiten schwulen Reisewelt. Wir recherchieren mit Leidenschaft, denn wir sind von ganzem Herzen Traveler. Genau wie unsere Leser.*

*Manche Destinationen sind der Community längst ein Begriff. Hier haben wir aktuelle Entwicklungen im Blick und informieren über Neuigkeiten vor Ort.*

*Gleichzeitig wollen wir inspirieren und stellen unbekanntere Reiseziele vor. Wir berücksichtigen Events wie CSDs und Prides, Kulturfestivals und Sportveranstaltungen, Partys und Kreuzfahrten als besondere Reiseanlässe und stellen interessante Locals und deren Perspektive ihrer Heimat vor.*

MEDIADATEN 2021



# PRINT

1/1 SEITE

50.000 LESER

**DERTOUR** Sonderausgabe für ausgewählte Reisebüros

# DIGITAL

120.000 PAGE VIEWS

PRO AUSGABE  
IN VIER DIGITALEN KIOSKEN

**Readly**

über 4.000 Magazine

**Yumpu**

über 4 Millionen Leser (DACH)

**pressreader**

verfügbar in 60 Sprachen

**MEDIA CARRIER**

Partner von über 20 Airlines  
inkl. Lufthansa

# ONLINE

ADVERTORIAL

AUF [WWW.MÄNNER.MEDIA](http://WWW.MÄNNER.MEDIA)



inklusive Teaser auf facebook

PAKETPREIS  
**3.800 €**

## ZUSATZOPTIONEN

### SOCIAL MEDIA / INFLUENCER

Gemeinsam mit unserem Team von Influencern erstellen wir Bewegtbild-Content, der auf ihren Social Media-Kanälen und der Facebook-Seite des Spartacus (115k) ausgespielt wird.

Außerdem läuft der Clip auch auf unserem YouTube-Kanal (10k+) und der Online-Seite ([www.männer.media](http://www.männer.media)). Zusätzlich erscheint der Content als Advertorial im Heft. Kunden wie Italien oder Malta setzen bereits seit Jahren auf unsere Kompetenz ([Beispielclip](#)).

PREIS AUF ANFRAGE

## AUSGABEN 2021

**I 2021** (Frühjahr)  
DU: 8.3. /// ET: 26.3.

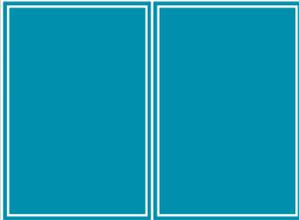
**II 2021** (Sommer)  
DU: 12.7. /// ET: 2.8.

**III 2021** (Winter)  
DU: 8.11. /// ET: 25.11.

# spartacus traveler

## FORMATE & PREISE 2021

### 2/1 SEITEN



**440 x 275 mm**  
(+ 3 mm Beschnitt)

**7.900 €**

### 1/1 SEITE

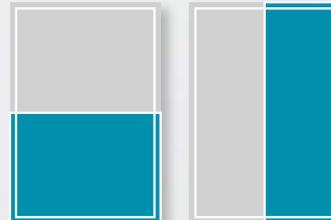


**220 x 275 mm**  
(+ 3 mm Beschnitt)

Umschlagsseiten-  
zuschlag 10 %

**3.800 €**

### 1/2 SEITE



**Quer 220 x 135 mm** (+ 3 mm Beschnitt)  
**Hoch 106 x 275 mm** (+ 3 mm Beschnitt)

Satzspiegel: **Quer 187 x 122,5 mm**  
**Hoch 91,5 x 245 mm**

**1.900 €**

### BEILAGEN



Beikleber **250 € / TKP**

Beileger **90 € / TKP**

Bei Belegung der Mindest-  
auflage (Aboauflage 5.000  
Exemplare) wird ein Zuschlag  
von 500 € fällig.

Bitte berücksichtigen Sie  
10 mm Abstand zum Rand für  
alle relevanten Bild- und  
Textelemente!

# LGBTQ REISEMARKT

## - AKTUELLE ZAHLEN

Aktuelle Schätzungen gehen von knapp 6 Millionen Mitgliedern der LGBTQ Community in Deutschland aus. 2019/2020 haben sich gleich mehrere Umfragen mit dem Reiseverhalten der deutschen und internationalen LGBTQ Community beschäftigt, darunter die von der Blu Mediengruppe unterstützte European LGBTQ Study von Visit Brussels\* und eine aktuelle, von Europas größtem LGBTQ Dating-Portal Romeo unterstützte Umfrage zum Reiseverhalten nach Corona\*\*. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

### ANZAHL VON URLAUBSREISEN

Mit einer Zahl von knapp **9 KURZREISEN UNTER EINER WOCHE UND 3 URLAUBEN VON MEHR ALS 7 TAGEN PRO JAHR** ist der deutsche LGBTQ-Markt Spitze im Vergleich zu seinen europäischen Nachbarn.\*

### FLUGREISEN

Deutsche LGBTQ-Urlauber unternehmen im Schnitt nahezu **3 INTERKONTINENTAL- UND FAST 6 KONTINENTALFLÜGE PRO JAHR** und sind damit Spitzenreiter im Vergleich zu anderen europäischen Ländern.\*



### MOTIVATION

Bei der Wahl des Reiseziels spielen vor allem noch **UNBEKANNTE ZIELE** eine wesentliche Rolle sowie **GÜNSTIGE FLÜGE, GUTES ESSEN & TRINKEN UND DIE SICHERHEIT** für LGBTQ-Reisende vor Ort. Bei Mehrfachnennungen für geplante Städtereisen innerhalb Europas gibt es folgende Präferenzen\*:

- Stockholm 55%
- Dublin 53%
- Brüssel 51%
- Lissabon 47%
- Wien 46%
- Prag 44%
- Amsterdam 41%
- Madrid 40%
- Zürich 36%
- Mailand 33%
- Rom 31%
- Barcelona 28%

### HOTELS

Über 50% der deutschen LGBTQ-Urlauber bevorzugen Hotels im 4-Sterne-Bereich und darüber, 25% buchen Hotels der 1- bis 3-Sterne-Kategorie, 13% bevorzugen Apartments. Europaweit haben die deutschen Reisenden damit den höchsten Anteil im 4-Sterne-Bereich und den geringsten bei Apartments.\*

