

spartacus[®] traveler

We love to travel!

member of



IGLTA

MEDIA KIT 2020



WE LOVE TO TRAVEL!
Innerhalb weniger Jahre haben zahlreiche Destinationen schwule Reisende als interessante Zielgruppe entdeckt. Viele Unternehmen präsentieren sich als gay-friendly und hoffen auf zusätzliche Gäste und ein modernes Image. Damit verändern sich auch die Bedürfnisse von schwulen Reisenden. Während es einst darum ging, Reiseziele zu identifizieren, in denen man sich sicher und frei bewegen konnte, muss heute unter zahllosen Angeboten das Beste ausgewählt werden. Dabei wollen wir helfen. Das ganze Jahr über sind unsere Redakteure und Reporter rund um die Welt unterwegs, um neue Trends aufzuspüren und Tipps für den perfekten Urlaub zu sammeln.

Manche Destinationen sind der Community längst ein Begriff, weil sie sich zu wahren Klassikern entwickelt haben. Hier haben wir aktuelle Entwicklungen im Blick und informieren regelmäßig, wenn es vor Ort Neues gibt. Gleichzeitig wollen wir inspirieren. Deshalb stellen wir Destinationen vor, die bislang auf der Landkarte der meisten Reisenden noch nicht aufgetaucht sind, die einen Besuch aber dringend wert sind. Ein gelungener Urlaub muss nicht immer in die Ferne führen: In jeder Ausgabe des Traveler stellen wir Reiseziele im deutschsprachigen Raum, in Europa, in Nordamerika und weltweit vor.

Wann immer möglich, wollen wir Destinationen aus der Perspektive interes-

santer Persönlichkeiten vorstellen, die vor Ort zuhause sind. Denn die kennen ihre Heimat schließlich am besten, und teilen als Experten gerne Tipps mit unseren Lesern.

Events wie CSDs und Prides, Kulturfestivals und Sportveranstaltungen, Partys und Kreuzfahrten bieten oft die besten Reiseanlässe. Wir informieren über anstehende Events, die man auf keinen Fall verpassen sollte.

Seit 13 Jahren berichtet der Spartacus Traveler aus der weiten schwulen Reisewelt. Wir recherchieren mit Leidenschaft. Denn wir sind von ganzem Herzen Traveler. Genau wie unsere Leser.

„Aufgrund der aktuellen Studienergebnisse wird der schwule Reisemarkt in Deutschland auf jährlich 20,4 Mrd. Euro geschätzt.“

SCHWULE SIND REISEWELTMEISTER

Die Tourismusbranche hat die Zielgruppe der homosexuellen Männer schon lange für sich entdeckt. Sie leben häufiger in „Double income no kids“-Beziehungen und haben Zeit, mehr zu verreisen. In einer von der ITB beauftragten Studie wurden 5.700 schwule Männer nach ihrem Reiseverhalten befragt. Die Ergebnisse bestätigen das große Potenzial dieser lukrativen Zielgruppe. Dabei hatten in zwölf

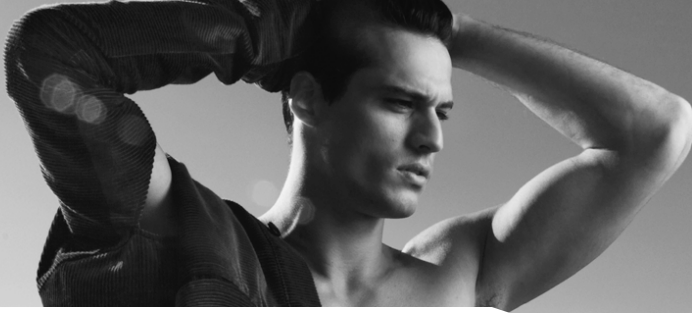
Monaten Schwule ca. 9,4 Millionen Urlaube unternommen. Das waren 14,6% der 64,1 Mio. Urlaubsreisen, die von allen Deutschen im Vergleichszeitraum unternommen wurden.

Deutsche Schwule sind absolute Reiseweltmeister bei Kurzreisen. Laut Allensbach haben 7,3% mehr als 9 Kurzreisen pro Jahr unternommen (Durchschnitt 1,9%). 58% bevorzugen dabei eine Metropole und buchen zu 45% moderate Häuser im 4-Sterne-

Bereich. Aufgrund der aktuellen Studienergebnisse wird der schwule Reisemarkt in Deutschland auf jährlich 20,4 Mrd. Euro geschätzt.

Laut der Befragung von Allensbach haben 8,6% der Zielgruppe in den letzten 12 Monaten 5 oder mehr Flugreisen unternommen (Bevölkerungsdurchschnitt 2,3%). Dabei buchen 53% der Zielgruppe eine Flugreise direkt auf der Internetseite der Fluggesellschaft.

UNSERE KUNDEN



The collage features a variety of travel-related advertisements:

- Top Left:** "RADFAHREN ZWISCHEN STRAND UND SKYLINE, EINFACH UNVERGESSLICH." featuring a city skyline and cyclists.
- Top Middle:** "AIR CANADA" advertisement showing an airplane cabin.
- Top Right:** "HELLO SUNNY" advertisement with people on a beach.
- Second Row:** "AIRFRANCE FRANCE IS IN THE AIR" with a smiling pilot; "AXEL BEACH" with a collage of beach scenes; "San Francisco's gay district is called 'San Francisco.'" with a city view; "MIT DEN EXPERTEN NACH SÜDAFRIKA" with an airplane and a cityscape; "FABELHAFTE REISEN: ES LEBE DIE VIELFALT!" with a colorful graphic.
- Third Row:** "Discover this land, like never before." for the USA; "Coming in easy. Coming back." for Malta; "ZURICH PRIDE #TEAMVIBES" with a man holding a rainbow flag; "Feel it." for St. Pete Clearwater; "WE'RE HERE TO TAKE YOU HOME." for Ace Hotel.
- Fourth Row:** "WEST HOLLYWOOD" with a collage of city scenes; "Schön warm. Tel Aviv." for Israel; "Out in ONTARIO" with a person on a boat; "SANTIAGO" for a men's luxury getaway; "Wird ja immer Dollar!" for a flight to Miami.
- Fifth Row:** "ESPLANADE GRAND HOTEL BERLIN" with a hotel building; "EUROPA: Entspannt. Schnell. Im ICE." with a train; "TRAVEL WITH PRIDE" for Tampa Bay; "LEBEN SIE MIST NEU KENNEN" with people on a picnic.

DIGITAL

„Bis zu 250.000 Page Views pro Ausgabe.“



SPARTACUS TRAVELER DIGITAL!
Natürlich ist der Spartacus Traveler am schönsten, wenn man ihn in den Händen halten kann: Papierwechsel, Kontinentalstanzen und verschiedene Veredelungen auf dem Umschlag wie Softtouch-Cover oder UV-Lackierungen sind ein Alleinstellungsmerkmal unseres Titels. Trotzdem gibt es unser Magazin für alle Tablet- und Smartphone-Leser auch als digitale Edition – und das auf mittlerweile drei unterschiedlichen Plattformen.

Readly

Über 4.000 nationale und internationale Titel sind in der Bibliothek der Magazin-Flatrate Readly zu finden, darunter auch Spartacus Traveler und unser Partnermagazin Mate. Im Durchschnitt erzielen wir mit unseren Magazinen 150.000 und mitun-

ter sogar bis zu 250.000 Page Views pro Ausgabe. Readly ist sowohl iOS- als auch Android-fähig. In unregelmäßigen Abständen veröffentlichen wir Ready-Exclusives wie unsere 146 Seiten starke Shooting Edition mit bislang unveröffentlichten Bildern unserer Fotoproduktionen.

Yumpu

Yumpu zählt mit seinen 12 Millionen Lesern und Leserinnen – davon 4 Millionen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz – zu den 500 meistbesuchten Websites in der DACH-Region und zu den Top 3.000 Websites weltweit. Leser haben die Möglichkeit, für weniger als 10 Euro mehrere tausend Titel zu lesen oder einen Premium-Account einzurichten, um Zugriff auf noch mehr Magazine zu erhalten.

pressreader™

Als eine der größten B2B-Plattformen für digitale Libraries ist PressReader in zahlreichen Hotels, Airlines, öffentlichen Bibliotheken und auf Kreuzfahrten für Gäste und Besucher verfügbar. Darunter befinden sich namhafte Unternehmen wie Marriott, Accor, Westin, Ritz-Carlton, Cathay Pacific, British Airways, Iberia, Air Canada und Turkish Airlines.

Spartacus Gay Guide App

Unsere App ist der perfekte Reisebegleiter: Neben nützlichen Insider-Tipps für Locations weltweit können sich User in einer einzigartigen Community über Erfahrungen und Erlebnisse austauschen.

PREISLISTE



2/1
440 x 275



1/1
220 X 275



1/2
QUER 220 X 135
HOCH 106 X 275



1/4 ECK
93 X 120
(SATZSPIEGEL)

FORMAT
in mm

ACHTUNG: ANZEIGEN IM ANSCHNITT IMMER +3 MM BESCHNITZUGABE!

BITTE BERÜCKSICHTIGEN SIE AUFGRUND DER KLEBBINDUNG EINEN VERSATZ
VON 10 MM ZUM BUND FÜR ALLE RELEVANTEN BILD- UND TEXTELEMENTE

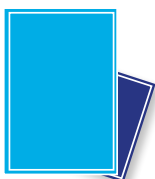
7.900 €

3.800 €

1.900 €

950 €

PREIS

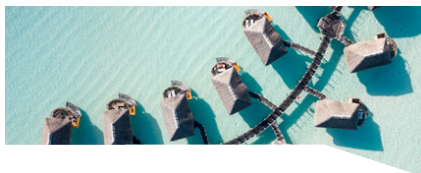


BEIKLEBER 250 € / TKP
BEILEGER 90 € / TKP

BEI BELEGUNG DER MINDESTAUFLAGE (ABOAUFLAGE 5.000 EX.)
WIRD EIN ZUSCHLAG VON 500 € FÄLLIG

UMSCHLAGSEITENZUSCHLAG 10 %

Ausgaben 2020



I 2020 - FRÜHJAHR

DU: 10.2. /// ET: 27.2.



II 2020 - SOMMER

DU: 27.7. /// ET: 13.8.



III 2020 - WINTER

DU: 16.11. /// ET: 3.12.

REICHWEITE DERTOUR

50.000 LESER / AUSGABE
SONDERAUFLAGE FÜR SPEZ. DERTOUR REISEBÜROS
DISTRIBUTION DIGITAL VIA YUMPU, PRESSREADER & READLY
WWW.SPARTACUS.TRAVEL
WWW.FACEBOOK.COM/SPARTACUSGAYGUIDE
WWW.INSTAGRAM.COM/SPARTACUSGAYGUIDE

KONTAKT

DMA - DEUTSCHE MEDIA AGENTUR UND VERLAG GMBH
ROSENTHALER STRASSE 36 | 10178 BERLIN
TEL.: +49 (0)30 - 44 31 98 - 0
FAX: +49 (0)30 - 44 31 98 - 77
ANZEIGEN: DIRK BAUMGARTL / DIRK@SPARTACUS.TRAVEL