



2026

Das Kultur- und Reportagemagazin

mare – Die Zeitschrift der Meere

Die Welt von mare

Im Juni 2025 übernahmen Karl Spurzem und Dimitri Ladischensky die Chefredaktion von Nikolaus Gelpke

Karl Spurzem, Chefredakteur

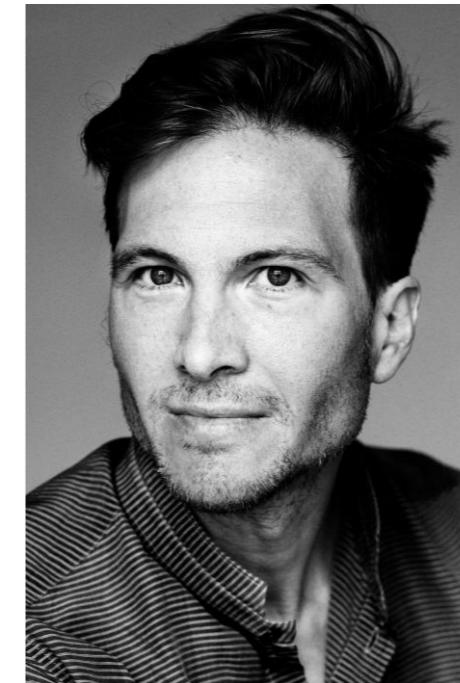
Karl Spurzem, studierte Kunstgeschichte, Romanistik und Städtebau. Nach Stationen bei einer überregionalen Tageszeitung aus Berlin, einer Hamburger Musikzeitschrift und als freier Journalist wurde er 2001 Chef vom Dienst bei mare und 2008 stellvertretender Chefredakteur und Textchef. Daneben ist er langjähriger Dozent an der Henri-Nannen-Schule und Mitglied der Jury des Egon Erwin Kisch-Preises.



„Auf anregende Weise entschleunigend, tiefgründig und unterhaltsam, anspruchsvoll, seriös und konstruktiv, aufwendig recherchiert und frei von den Zwängen des Konzernjournalismus: Mit diesen Attributen wollen wir ein Leuchtturm in der Medienwelt sein.“

Dimitri Ladischensky, Chefredakteur

Dimitri Ladischensky, seit September 2001 bei mare. Hat zuvor als Redakteur und Autor für Geo Saison gearbeitet. Studium der Germanistik, Geschichte und VWL in Freiburg, Kopenhagen und Berlin. Kümmert sich bei mare zusätzlich um die Ressorts Leben und Politik.



„mare reist zu fernen Inseln, entdeckt den Tropfen Salzwasser aber auch im Trockenen, vor unserer Haustür. mare hat einen vielschichtigen, überraschenden Blick. Wo andere nur Land sehen, sieht mare mehr.“

Qualitätsjournalismus mit Anspruch

Die Erfolgsfaktoren der mare-Redaktion



Das journalistische Konzept

Die Welt aus Sicht des Meeres

mare-Report

Heavy-Metal Fans auf Kreuzfahrt, Fisch auf Speed oder Coney Island: Die Themen der Titelreportagen sind endlos und vielfältig wie das Meer.

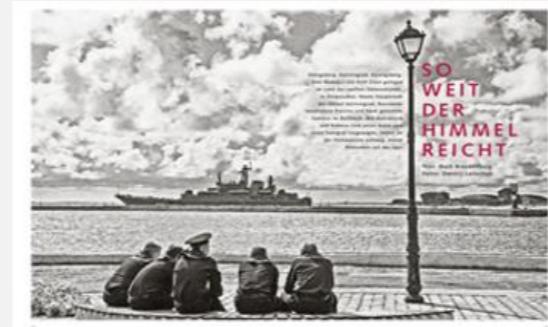
Authentisch
und
unterhaltsam



Politik

Rückt die Bedeutung des Meeres als politischen Raum in das Bewusstsein der Öffentlichkeit und setzt mit ausgewählten Geschichten Akzente.

Aufklärend
und
verständlich



Wissenschaft

Geht den Zusammenhängen von Wissenschaft und Meer auf den Grund und ermöglicht gänzlich neue Perspektiven auf altbekannte Themen.

Informativ
und
spannend



Das journalistische Konzept

Opulente Fotostrecken, einzigartige Reportagen

Leben

Erzählt nachhaltige Geschichten im Kontext des Lebens und zeigt die Vielfalt des Lebensraums Meer.

Echt
und
einzigartig



Kultur

Erzählt in jeder Ausgabe von Malern, Dichtern, Musikern und Denkern, denen der Ozean den Horizont erweitert.

Anregend
und
hintergründig



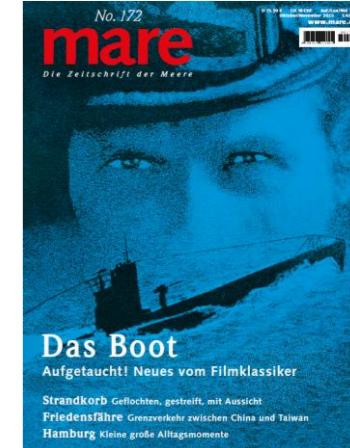
Wirtschaft

Macht die heutige Ökonomie aus dem Blickwinkel des Meeres erfahrbar und regt zur Auseinandersetzung an.

Kompetent
und
investigativ

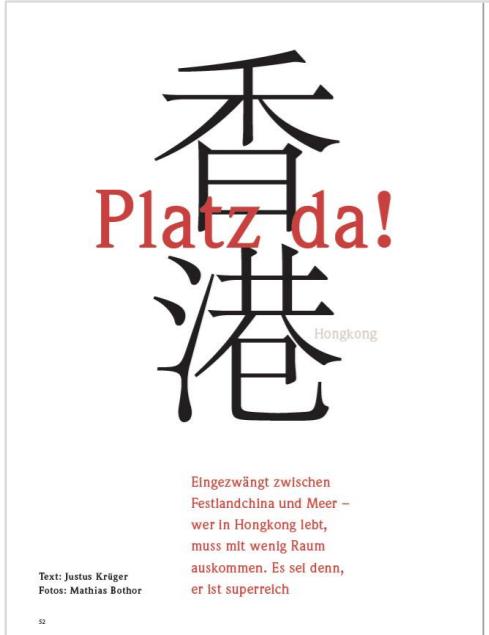


Individuell, hochwertig und besonders



Ein Layout, klar wie der Wasserspiegel

Klassisch, zeitlos, preisgekrönt

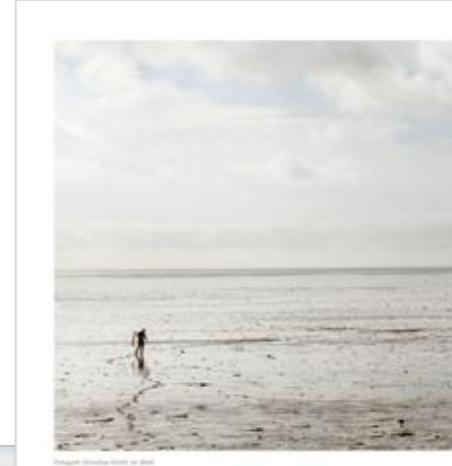


香港
Platz da!
Hongkong

Eingezwängt zwischen Festlandchina und Meer – wer in Hongkong lebt, muss mit wenig Raum auskommen. Es sei denn, er ist superreich

Text: Justus Krüger
Fotos: Mathias Bothor

52



Ein Klumpen Glück



Kaum ein anderer Ort ist so berausigend wie das scheinbar öde Watt. Aber es braucht kindlichen Instinkt, um die Wunder im Schllick zu entdecken

Text: Andreas Weber Foto: Clemens Döhl

mare – eine Erfolgsgeschichte

Auszeichnungen für journalistische Qualität



FREELENS

mare



*„Es ist der Tonfall, die Optik und die Sehnsucht, die **mare** erfolgreich machen.“*

ipa ~ int'l photography awards ~



BERLINER
TYPE

WORLD PRESS PHOTO



reddot design award



DEUTSCHER DESIGNER CLUB E.V.



AXEL
SPRINGER
PREIS
FÜR JUNGE
JOURNALISTEN



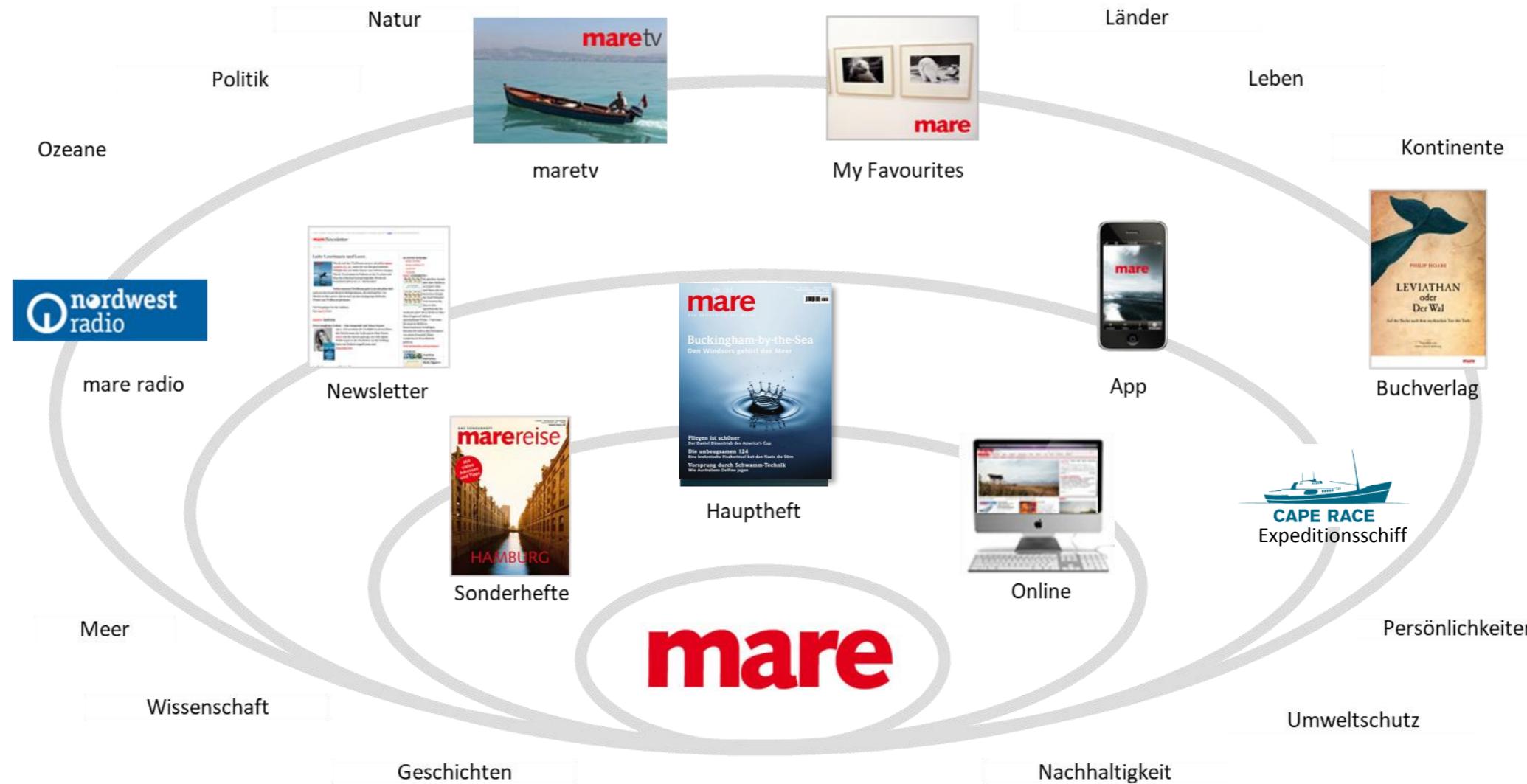
mare – Leistungsdaten

Verlässlicher Partner mit Premiumzielgruppe



Die mare Marken- und Themenwelt

Meer erleben auf allen Kanälen



mare – Die Zeitschrift der Meere

10 Gründe für Ihre Anzeigenschaltung

Qualitätsjournalismus mit Anspruch

- Gehobener intellektueller Journalismus, Abstrahleffekt auf Ihre Marke (Coffee Table)
- Exklusiver Content unterstützt Ihre Glaubwürdigkeit Ihrer Kampagne
- Das journalistische Konzept: Die Welt mit Bezug zum Meer. Klare spitze Positionierung!
- Auszeichnungen für journalistische Qualität und Fotografie
- Grenzt sich ab zum aktuellen Zeitgeschehen - zeitlos! – Sammelcharakter

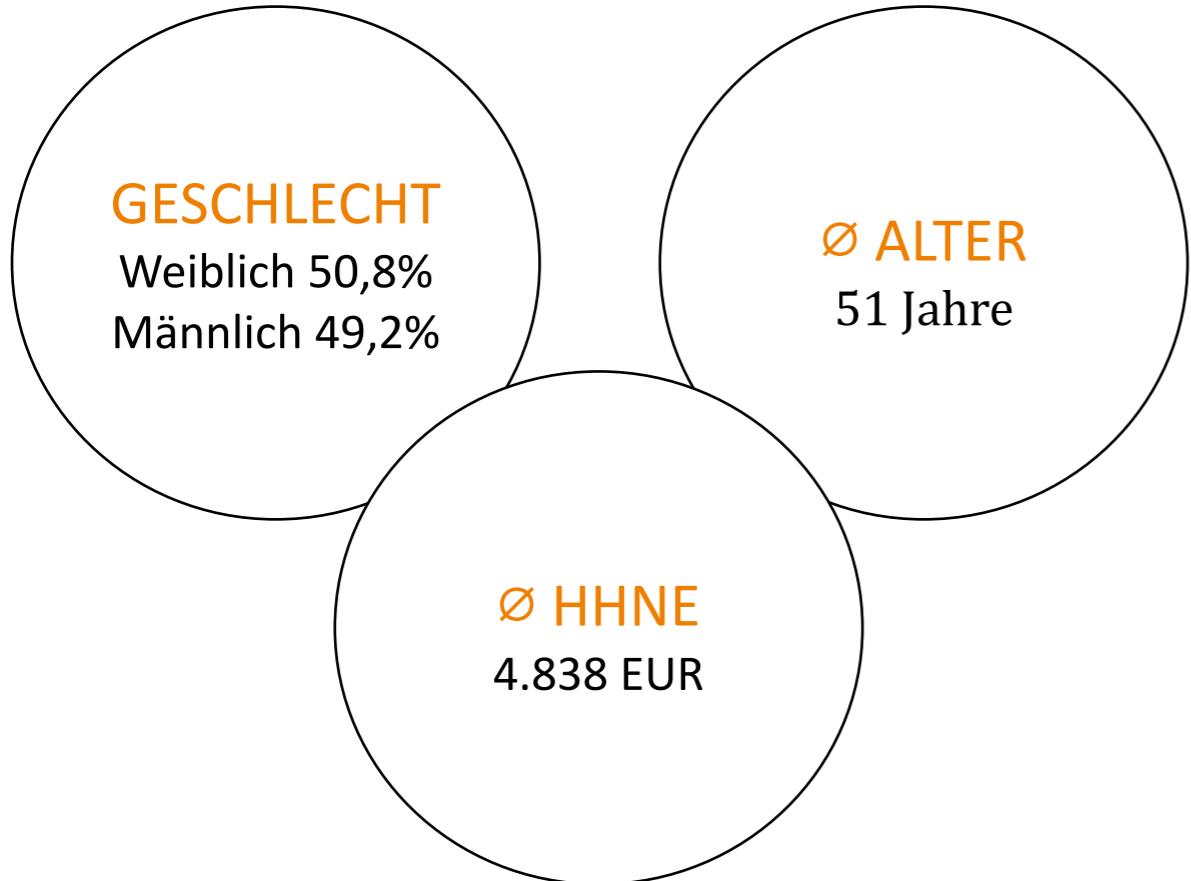
Werbewirkung mit Erfolgsgarantie

- Stabile Auflagenentwicklung: Planungssicherheit durch über 50% Abo-Anteil
- Modernes Design mit opulenter einzigartiger Bildsprache
- Die Referenzen von mare: Ihre Anzeige in bester Gesellschaft

Die Leser:innen von mare: Design- und qualitätsorientierte Meeresphilosophen auf Landgang

- Premium-Zielgruppe: Gebildet und einkommensstark - Meinungsbildner:innen und Multiplikator:innen
- Intensiv-Leser:innen mit gehobenem Lebensstil

Einkommensstarke Persönlichkeiten



Quelle: AWA 2025 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

Die Premium-Zielgruppe der mare-Leser:innen

Multiplikator:innen mit Sinn für Genuss und Ästhetik

Typologien	Nutzeranteil in %	Index
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status (Stufe 1 oder 2)	43,2	193
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren	37,2	146
Innovatoren	18,1	371
Trendsetter	22,9	223
Abgeschlossenes Studium an einer Universität, Hochschule	27,3	200

Quelle: AWA 2025 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren



Die Premium-Zielgruppe der mare-Leser:innen

Multiplikator:innen mit Sinn für Genuss und Ästhetik

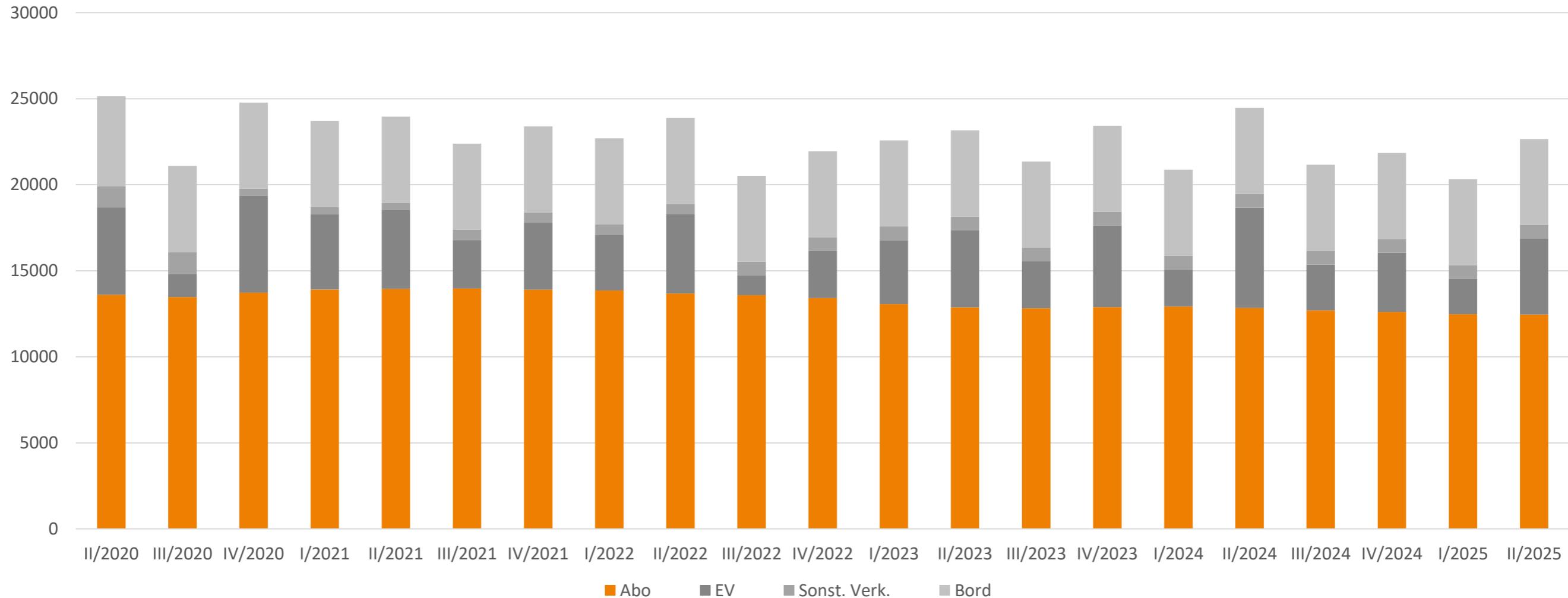
Interessen	Nutzeranteil in %	Index
Urlaub und Reisen (Besonders interessiert)	68,1	151
Natur- und Umweltschutz	30,1	240
Modernes Design (Besonders interessiert)	14,0	212
Kunst- und Kulturszene	25,2	260
Aktien, Investmentfonds (Besonders interessiert)	14,8	201
Fotografieren (Besonders interessiert)	27,4	240

Qualität, Genuss, Nachhaltigkeit	Nutzeranteil in %	Index
Feinschmecker/in, Gourmet	24,3	158
Für gute Qualität bin ich bereit, mehr zu zahlen	84,0	126
Beim Einkaufen darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	38,4	213

Quelle: AWA 2025 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

Stabile Auflagenzahlen

Planungssicherheit durch über 50% Abo-Anteil



Quelle: IVW

Unsere Referenzen

Ihre Anzeigen in bester Gesellschaft



Sinn
SPEZIALUHREN ZU FRANKFURT AM MAIN

ROLEX

JB.
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



Gebeco
LÄNDER ERLEBEN



cewe color

SEIKO
SINCE 1881



Mercedes-Benz



HAPAG ¹⁸⁹¹ LLOYD
CRUISES

dormiente.[®]
BESSER GRÜN SCHLAFEN

CHANEL

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

REMEMBER®

Pro·idee

Anhang

Objektprofil

Termine

Ansprechpartner:innen



- › **Copy-Preis:**
13,50 Euro
- › **Erscheinungsweise:**
zweimonatlich
- › **Preis 1/1 Anzeigenseite 2026:**
10.455,- €
- › **Verkaufte Auflage:**
19.707 Ex. (IVW III/2025)
- › **Reichweite:**
328.000 Leser:innen (AWA 2025)
- › **Zielgruppe:**
nachhaltig orientierte und
qualitätsbewusste Genießer:innen
- › **Markenfamilie:**
mare.de
mare Buchverlag
mareTV
mareRadio

mare

...greift klassische Themen aus den Bereichen Wissenschaft, Kultur, Leben und Politik aus der Perspektive des Meeres auf und bereitet diese qualitativ hochwertig und anspruchsvoll auf

...bietet brillante Fotostrecken und ein zeitloses Layout, die den Charakter eines einzigartigen Magazins mit einzigartigem Inhalt unterstreichen

...die Qualität wird auch von der Fachwelt honoriert und zeichnete die Zeitschrift der Meere wiederholt in den Bereichen Text, Bild, Layout und Druck aus



Termine 2026

Subline

Nr.	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Anlieferung Beilagen
174	06.02.2026	08.01.2026	15.01.2025	20.01.2026
175	10.04.2026	05.03.2026	12.03.2026	20.03.2026
176	12.06.2026	13.05.2026	21.05.2026	26.05.2026
177	07.08.2026	09.07.2026	16.07.2026	21.07.2026
178	02.10.2026	03.09.2026	10.09.2026	15.09.2026
179	04.12.2026	05.11.2026	12.11.2026	17.11.2026
180	05.20.2027	07.01.2027	14.01.2027	19.01.2027

WIR SIND FÜR SIE DA → SALES NATIONAL



Oliver Adrian
Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

Oliver Mond
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Sandra Rasch
Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@iqm.de

Eva-Maria Guckes
Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Barbara Fuß
Sales Consultant
Telefon +49 211 887 1355
barbara.fuss@iqm.de

Andreas Wulff
Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Nicole Wiedemann
Senior Account Manager
Telefon +49 160 9909 3860
nicole.wiedemann@iqm.de

Yvonne Lau
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke
Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Daniel Weidenfeller
Senior Account Manager
Telefon +49 69242443
daniel.weidenfeller@iqm.de

Sandra Pinz
Sales Consultant / Brand Manager
Telefon +49 40 6965951
sandra.pinz@iqm.de

Susanne Janzen
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Ulrike Kriechhammer
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@iqm.de

Birgitt Mönnich
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 102
birgitt.moennich@iqm.de

WIR SIND #MEHRWERTSTIFTER:INNEN

IQMEDIA.DE/KONTAKT

CONTACT → SALES INTERNATIONAL



Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Manager International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Hanna Underberg
Junior Sales Manager International
Telefon +49 160 9770 8048
hanna.underberg@iqm.de



Or our Worldwide network
of international representatives
refer to: www.iqmedia.de/contact

DELIVERING VALUE

IQMEDIA.DE/INTERNATIONAL-PAGE