



MEDIAFACTS 2025



THE TALKIES LIFESTYLE PLATFORM

Talkies Magazine is the leading lifestyle magazine in The Netherlands and Belgium for over 30 years, for everyone who loves a quality lifestyle! Recurring topics are lifestyle, fashion, beauty, culinary, travel, body, mind & soul and living. Our June issue is traditionally the Talkies Terrace Special. This special will be launched at the winning terrace of that year during the famous annual ceremony 'Talkies Terrace Award'. In addition **TalkiesMAN** magazine is being published twice a year (www.TalkiesMAN.nl). Our interactive websites, along with our social media channels Instagram @[talkiesmagazinenl](https://www.instagram.com/talkiesmagazinenl) and @[talkiesmannl](https://www.instagram.com/talkiesmannl), newsletter, and lifestyle events, make Talkies Magazine the leading lifestyle platform in the Netherlands and Belgium.

TARGET GROUP

The Talkies readers are men and women in the age group 25-65. Highly educated, **PROSPEROUS** (A - B1) and socially conscious. **DUAL EARNERS, WITH A FAMILY OR HAPPY SINGLES**. The Talkies reader is ambitious, loves to travel, reads literature and is interested in the quality of life and innovations in the field of lifestyle.

CIRCULATION AND DISTRIBUTION NL & BE

Talkies Magazine has a circulation of 50.000 copies, the Talkies TERRACE SPECIAL (June/July) has a circulation of 85.000 copies. Distribution includes PAID SUBSCRIPTIONS, SALES in bookstores, AKO, Bruna, Primera, Albert Heijn and department stores in The Netherlands. Also ALTERNATIVE DISTRIBUTION through private clinics, 4 and 5 star hotels, notary offices and law firms. Talkies Magazine is also being distributed in Belgium in a circulation of 20.000 copies. Talkies in Belgium is available at Delhaize, Carrefour, Standard bookstore, Relay, Press Shop and Brussels Airport up to the Brussels border.

BRANDED CONTENT

Become a partner of Talkies! Advertising in Talkies Magazine is accompanied by an enthusiastic team of editors who think in terms of **CREATIVE** editorial input for your brand, **ONLINE REPORTS** and spreading your message through **SOCIAL MEDIA AND BRANDED CONTENT**.



TALKIES MAGAZINE THEMES



TALKIES
MAGAZINE
LIFESTYLE



TALKIES
MAGAZINE
BEAUTY



TALKIES
MAGAZINE
FASHION



TALKIES
MAGAZINE
BODY, MIND
& SOUL



TALKIES
MAGAZINE
LIVING



TALKIES
MAGAZINE
F&B



TALKIES
MAGAZINE
ESCAPES



TALKIES
MAGAZINE
PARTY

TALKIES TERRACE SPECIAL + TERRACE GUIDE

The perfect start of the summer? That's our famous Talkies Terrace Special including Terrace Guide with a circulation of 85.000 copies. This guide is packed with the June/July edition of Talkies Magazine NL which will be available in stores from Friday 6 June. This Terrace Special is promoted through the in-store media campaigns in Albert Heijn, Jumbo, AKO, Bruna, Primera and with social media promotions on Instagram.

The guide also brings a festival calendar and everything you want to know about food, fashion & music festivals. With interviews and must knows, haves and do's this summer.

PUBLICATION DATE:

6 June 2025



LIFESTYLE LIEKE KLAVER LIVING @FOODIESINHEELS BEAUTY GINNY RANU ESCAPES MILJUSCHKA WITZENHAUSEN

Talkies **MAN**

lifestylemagazine

FROM THE START IN 2014, TALKIES**MAN** HAS BEEN THE LEADING LIFESTYLE MAGAZINE FOR THE MODERN AND CONSCIOUS MAN. TALKIES**MAN** INFORMS AND INSPIRES THE DUTCH MAN IN THE FIELD OF QUALITY LIFESTYLE, WITH TOPICS AS CARS, WATCHES, CULINARY, HEALTH, INTERVIEWS, ESCAPES AND FASHION. THE MAGAZINE IS PUBLISHED EVERY SPRING AND AUTUMN.

APRIL & OCTOBER

EDITION:
50.000 COPIES



TALKIESMAN THEMES



**TALKIESMAN
LIFESTYLE**



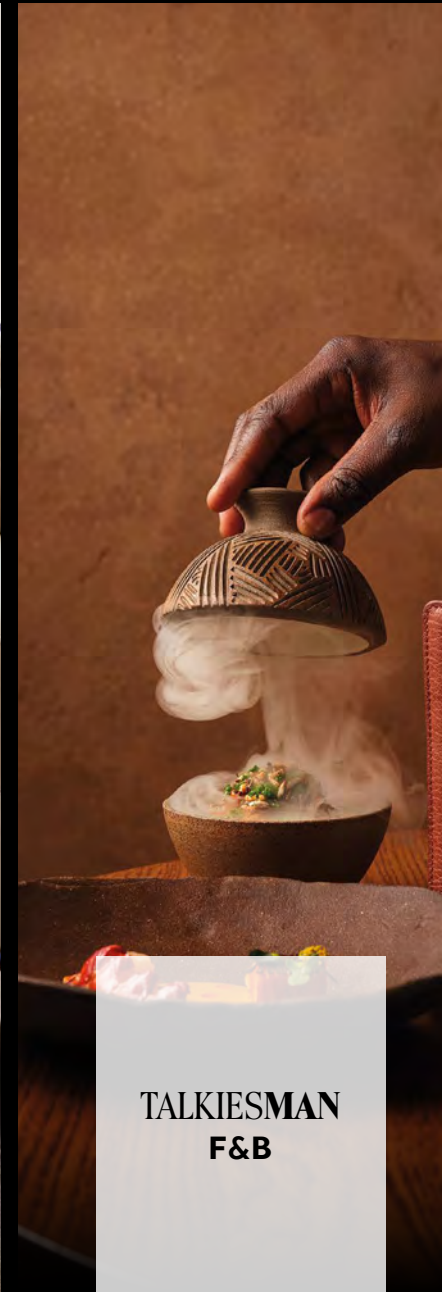
**TALKIESMAN
CARE**



**TALKIESMAN
FASHION**



**TALKIESMAN
LIVING**



**TALKIESMAN
F&B**



**TALKIESMAN
ESCAPES**



**TALKIESMAN
PARTY**

Talkies CONTRIBUTORS

TALKIES MAGAZINE WORKS CLOSELY WITH INFLUENCERS, CELEBRITIES, PROMINENT FIGURES AND DECISION MAKERS IN THE FIELD OF TRAVEL, FASHION, LIFESTYLE, BEAUTY, EVENTS AND MORE.

HANNEKE RAAPHORST HEALTH CONTRIBUTOR



COLUMN

Hoe hou je voormemns op het gebied van voeding en gezondheid het beste vol?

Voedingsdeskundige Hanneke Raaphorst

HANNEKE RAAPHORST IS OETHNOLOGISCHE THERAPEUT VOEDINGSDESKUNDIGE. MAAR WAAR IS OPMENDE TE HELPEN OM DE COÖRDM TE VINDEN VOOR HAN (LANG BESMAKTE) VLACHTEN EN DE JIJDE WINDWANTEN TE GEGEN OP HAN VLACHTEN TE VERGEBEN. WERKVOOR ZIJLEN JE EEN GEZONDER LEVEN LEEDEN EN DANHEE DUS OOK OOK GELUKKIGER LEVEN.

1. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR HET GEDRAGEN. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

2. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

3. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

4. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

5. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

6. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

7. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

LONNEKE NOOTEBOOM FASHION CONTRIBUTOR



DE FAVORIETEN VAN

Noëlle Baartmans

CONTRIBUTOR EDITOR IN FASHION. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET.

1. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

2. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

3. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

4. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

5. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

6. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

7. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

8. Deze jurk met een zwart en wit patroon, maar die niet te veel is. Het is een jurk die je kunt dragen op vele manieren.

RAOUL VAN DELDEN BEAUTY CONTRIBUTOR



COLUMN

Er wordt al jaren onderzoek gedaan naar haaruitval

Topkapper Raoul van Delden

RAOUL VAN DELDEN IS EEN VAN DE LEIENDEN IN HET VELD VAN DE HAARUITVAL. HET IS NIET HET VOEDSEL, MAAR DE MANIER WAAROP JE EET.

1. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

2. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

3. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

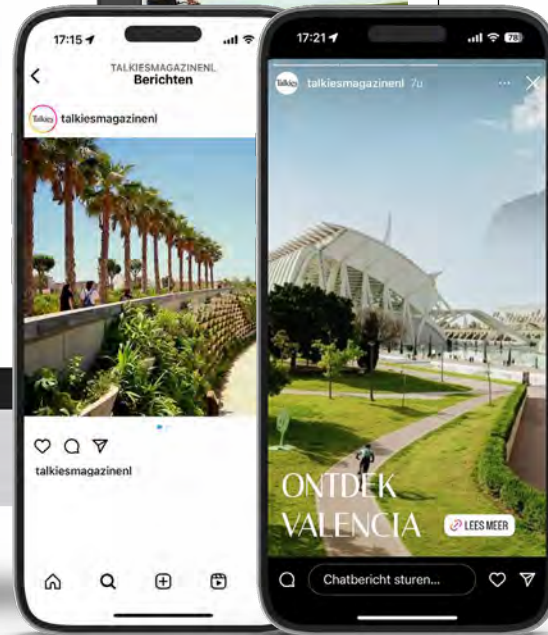
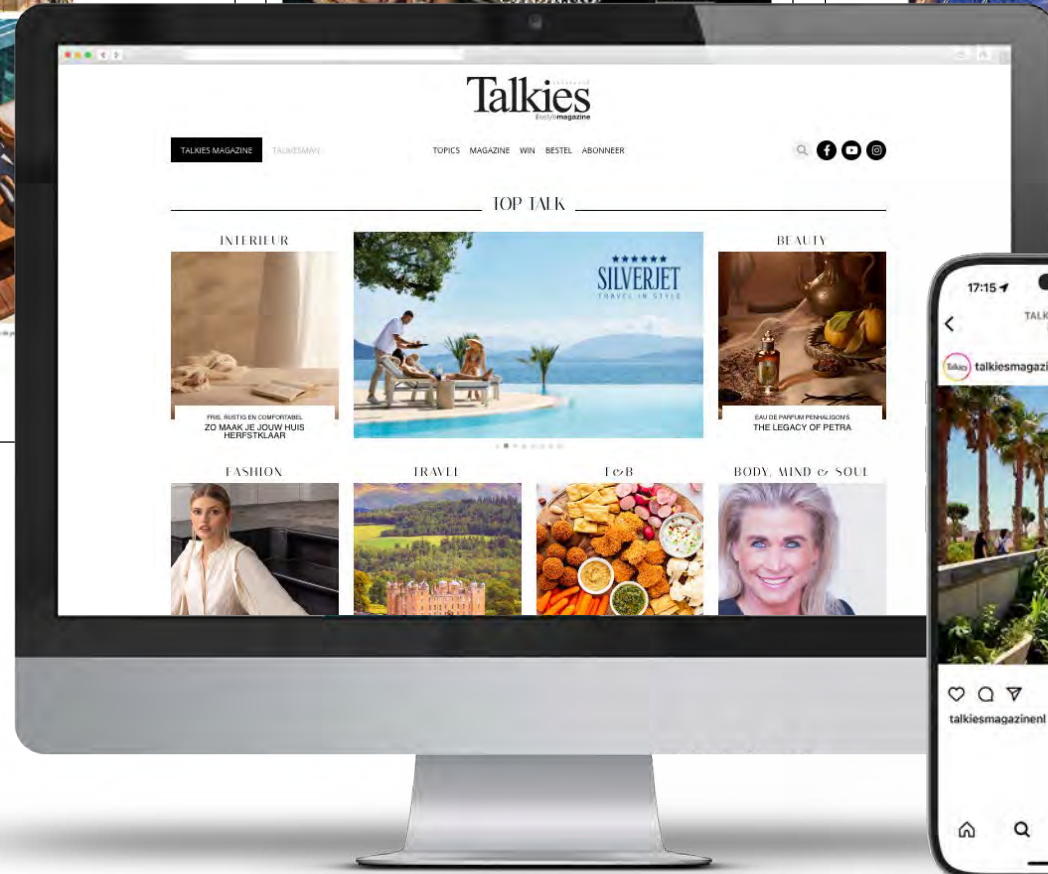
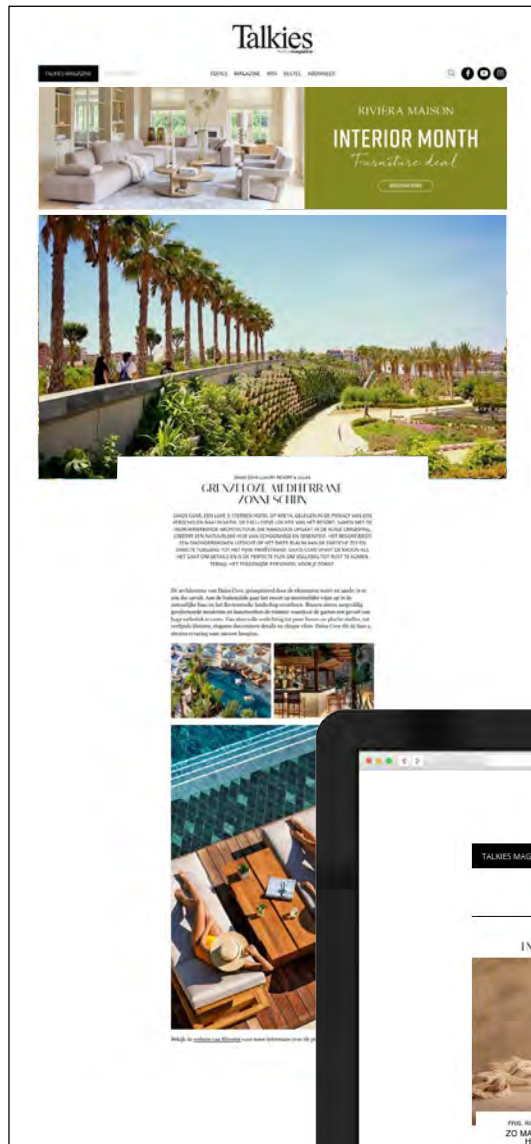
4. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

5. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

6. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

7. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).

8. Het is niet het eten zelf, maar de manier waarop je eet. Het is de manier waarop je eet, de hoeveelheid, de frequentie, de timing, de manier waarop je eet (bijvoorbeeld met je handen of met een vork).



TALKIESMAGAZINE.NL and TALKIESMAN.NL are extensions of the printed magazine and a source of lifestyle information. Here, you'll find articles about lifestyle, fashion, beauty, culinary arts, escapes, body, mind & soul, living, films, behind-the-scenes footage, interviews, mail & win offers, tips, and more! Through the integrated social media, visitors can like, share, and comment on website content. Our weekly newsletter reaches an audience of 32.000.

TALKIES DIGITAL

TALKIES EVENTS

TALKIES TERRACE AWARD 2025

The kick off of the summer? That is the annual Talkies Terrace Award. Every year we reach out the award to a dutch terrace with an international look and feel and a casual atmosphere in combination with fantastic service and quality. On the winning terrace we celebrate the start of the summer in the presence of our exclusive network of celebs, prominent figures and influencers and we launch the Talkies Terrace Special with the Terrace Guide, full of the best terraces in the Netherlands.

PARTNERSHIP

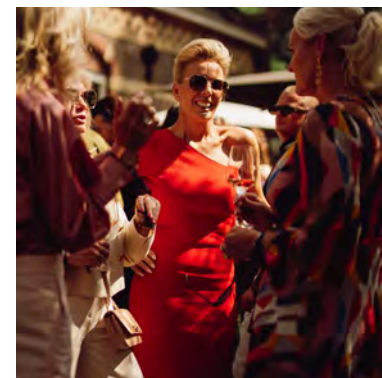
- Brand exposure during the Talkies Terrace Award
- Visibility on screens and presswall
- Copy-right free use photo's and video
- Online & social media exposure (mailing, online report, online aftermovie + reel)
- After press release
- After report Talkies Terrace Award in Talkies Magazine

FACTS

- Guests: 300
- Estimated reach: 2 million (print, online, social media)

JUNE 5TH 2025

TALKIES TERRACE AWARD



TALKIES EVENTS

TALKIES LIFESTYLE LUNCH 2025

During the Talkies Lifestyle Lunch Talkies launches its September issue together with an exclusive selection of 50 leading women from the Talkies network, from various business backgrounds like real-estate, automotive, finance, fashion and more. Together with this strong and affluent network of women we kick off the new lifestyle- and fashion season enjoying a lunch and introducing this network to our preferred brands. Talkies and its events guarantees brand building within exactly the right target group. Grow your brand within this ever-growing prosperous Talkies network by partnering with us!

PARTNERSHIP

- Brand awareness/logo at all PR / communication: press release, after press, presswall, logo on screen
- Online after report talkiesmagazine.nl & social media exposure
- Videographer, video compilation (copy-right free use for brand)
- Photographer (copy-right free use for brand)
- Brand exposure in aftermovie and Instagram reel
- Brand exposure in Talkies Magazine
- Product placement possibility at the Lifestyle Lunch
- 55 x goodiebag item

FACTS

- Guests: 50
- Estimated reach: 2 million (print, online, social media)

AUGUST 28TH 2025

TALKIES LIFESTYLE LUNCH



TALKIES EVENTS

TALKIES OPEN TENNIS TOURNAMENT 2025

A sporty summer ends with the Talkies Open tennis tournament! Our exclusive and diverse network of established business people and young achievers come together at the Talkies Open tournament for a sporty afternoon with a backdrop of our luxury partner brands. The sixty prominent players play tennis against each other in mixed doubles and compete for the coveted first place. An afternoon full of fun, sport and sense of community! The tournament will be concluded with a culinary barbecue, bites & drinks! The tennis tournament will take place at the Larense Lawn Tennis Club in the village of Laren, the wealthiest town and most expensive municipality in the Netherlands. Laren is part of Het Gooi. Het Gooi is an area in the Netherlands known for its beautiful surroundings, green landscapes and attractive homes. The area is centrally located in the Netherlands, close to Amsterdam and Utrecht, and has good connections to the rest of the country. These factors make Het Gooi attractive to the prosperous, including Dutch celebrities and athletes. The Larense Lawn Tennis Club is a well known tennis club in its own right in the Netherlands.

PARTNERSHIP

- Brand exposure at Larense Lawn Tennis Club: tenniscourt banners
- Copyright free use of images
- Possibility for after mail and gifting (Goodiebag)
- Online after report talkiesmagazine.nl & social media exposure
- Videographer, video compilation (copy-right free use for brand)
- Photographer (copy-right free use for brand)
- Brand exposure in aftermovie and Instagram reel
- Brand exposure in Talkies Magazine
- Product placement possibility at the Larense Lawn Tennis Club

FACTS

- Guests: 150
- Estimated reach: 2 million (print, online, social media)

2025

TALKIES OPEN TENNIS TOURNAMENT



TALKIES EVENTS

TALKIESMAN GENTS & FRIENDS DRINK 2025

In a vibrant setting, we are wrapping up the year with a festive gathering of hunderd guests, including established professionals, public figures, and entrepreneurs from various industries. As we launch the TalkiesMAN issue, we'll enjoy quality bites and drinks!

PARTNERSHIP

- Product and brand exposure during the Gents & Friends Drink.
- Visibility on screens and presswall
- Copy-right free use photo's and video
- Online & social media exposure (mailing, online report, online aftermovie + reel)
- After press release online
- After report Talkies in Talkies Magazine

FACTS

- Guests: 100-150
- Estimated reach: 2 million (print, online, social media)



2025

TALKIESMAN GENTS & FRIENDS DRINK



ADVERTORIAL

BRANDED CONTENT

BEAUTY ADVERTORIAL I.C.M. INFLUENCER

NAIJIB AHMALI X KLINIK VOOR ESTHETISCHE GENEESKUNDE

Naïb is een van de meest populaire influencers op YouTube. Hij heeft meer dan 10 miljoen volgers en wordt vaak genoemd als een van de meest invloedrijke personen in de wereld. Hij is ook een succesvol zakenman en heeft zijn eigen bedrijf, Naïb Cosmetics, opgericht. In dit advertorial wordt hij geïnterviewd over zijn carrière en zijn plannen voor de toekomst.

DE ONTPWERSERS WERKEN MET PASSIE AAN DE MINUTIEUZE DETAILS. ACHTER ELK SIERAARD ELKE EDELSTEEN WORDT HANDMATIG GECEKKEED EN ELK JUWEL HANDMATIG VERVAARDIGD EN BEWERKT

De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details. Achter elk sieraard elke edelsteen wordt handmatig gecheckeerd en elk juwiel handmatig vervaardigd en bewerkt. Dit is een proces dat veel tijd en moeite kost, maar het resultaat is een prachtig stuk juwelen dat jarenlang meegaat.

FASHION REPORT

FASHION

Ole Lynggaard Copenhagen

A FAMILY AFFAIR

Ole Lynggaard Copenhagen is een familiebedrijf dat bekend staat om zijn minimalistische en elegante ontwerpen. Het bedrijf is opgericht door Ole Lynggaard en zijn familie, die al generaties lang in de modebranche actief zijn. Het merk staat bekend om zijn gebruik van hoogwaardige materialen en zijn aandacht voor detail.

DE ONTPWERSERS WERKEN MET PASSIE AAN DE MINUTIEUZE DETAILS. ACHTER ELK SIERAARD ELKE EDELSTEEN WORDT HANDMATIG GECEKKEED EN ELK JUWEL HANDMATIG VERVAARDIGD EN BEWERKT

De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details. Achter elk sieraard elke edelsteen wordt handmatig gecheckeerd en elk juwiel handmatig vervaardigd en bewerkt. Dit is een proces dat veel tijd en moeite kost, maar het resultaat is een prachtig stuk juwelen dat jarenlang meegaat.

TRAVEL EXPERIENCE

DE SCHOTSE LAAGJANDE

De Schotse laagjanden zijn een prachtig landschap met groene heuvels, witte schapevelden en historische steden. Het is een perfecte bestemming voor wie van natuur en cultuur houdt. In dit artikel wordt beschreven hoe je het beste kunt genieten van deze prachtige omgeving.

DE ONTPWERSERS WERKEN MET PASSIE AAN DE MINUTIEUZE DETAILS. ACHTER ELK SIERAARD ELKE EDELSTEEN WORDT HANDMATIG GECEKKEED EN ELK JUWEL HANDMATIG VERVAARDIGD EN BEWERKT

De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details. Achter elk sieraard elke edelsteen wordt handmatig gecheckeerd en elk juwiel handmatig vervaardigd en bewerkt. Dit is een proces dat veel tijd en moeite kost, maar het resultaat is een prachtig stuk juwelen dat jarenlang meegaat.

CARS TEST

JOUW LIFESTYLE ONDERWEG

DE NIEUWE BMW 1 SERIE & BMW X5

De nieuwe BMW 1 Serie en BMW X5 zijn de perfecte auto's voor wie van een combinatie van stijl en functionaliteit houdt. De 1 Serie is een compacte hatchback met een sportieve uitstraling, terwijl de X5 een luxe SUV is met veel ruimte en mogelijkheden. Beide auto's zijn uitgerust met de laatste technologie en bieden een comfortabele rijervaring.

JOUW LIFESTYLE ONDERWEG

DE NIEUWE BMW 1 SERIE & BMW X5

De nieuwe BMW 1 Serie en BMW X5 zijn de perfecte auto's voor wie van een combinatie van stijl en functionaliteit houdt. De 1 Serie is een compacte hatchback met een sportieve uitstraling, terwijl de X5 een luxe SUV is met veel ruimte en mogelijkheden. Beide auto's zijn uitgerust met de laatste technologie en bieden een comfortabele rijervaring.

LIFESTYLE NEWS

Lifestyle News

IFROCAISEND

AM INVISIBLE FORCE

LES DEUX CHIENS

UNIKEN IN FUIRRIK

Een verzameling van lifestyle nieuws, waaronder artikelen over modetrends, gezondheid en entertainment. Het bevat ook advertenties voor verschillende merken en producten.

PARTY PAGE INCL. ADV. STROOK

25 JARIG JUBILEUM

WAT BELIJKEN WERKEN NAAR 25 JAAR JUBILEUM NAAR HOOR DORA BREITENBERG

Een partijpagina met diverse artikelen en advertenties. Het bevat informatie over het 25-jarig jubileum van een organisatie en bevat ook advertenties voor verschillende merken en producten.

RESERVEER NU

HOLLAND CASINO

Reserveer nu voor een avond van plezier en plezier bij Holland Casino. Het biedt een breed scala aan spelletjes en entertainment voor iedereen.

BEAUTY NEWS

Beauty News

BELLA VITA ROSA

EMBRACE THE POWER OF HUE

EXTREME COLOUR LIPSTICK

STILTING MET FLEXIBELE PLATEN

Een verzameling van beauty nieuws, waaronder artikelen over nieuwe producten, trends en tips. Het bevat ook advertenties voor verschillende merken en producten.

SPRANKLENDE ZOMERGEUREN

MIRRO DI PANAREA

FG CLINIC

STRELLENDE HUD

Een verzameling van beauty nieuws, waaronder artikelen over nieuwe producten, trends en tips. Het bevat ook advertenties voor verschillende merken en producten.

RESTAURANT PAGE

RESTAURANT PAGE

IP1836

NIEUWE HOTSPOOT AAN DE ZAAZ

Een restaurantpagina met diverse artikelen en advertenties. Het bevat informatie over nieuwe restaurants, gerechten en evenementen. Het bevat ook advertenties voor verschillende merken en producten.

BUSINESSINTERVIEW

BUSINESSINTERVIEW

MIKEE VAN DEURSEN

'MAAK ONDERNEMEN MET MOELLIER DAN HET IS'

Een businessinterview met Mikee van Deursen, een succesvolle ondernemer. Ze deelt haar ervaringen en tips voor wie van ondernemen houdt. Het bevat ook informatie over haar bedrijf en haar plannen voor de toekomst.

FACTS & FIGURES 2025

PUBLICATION DATE

TALKIES MAGAZINE #1

RELEASE DATE NL 31 JANUARY
RELEASE DATE BE 04 FEBRUARY
DEADLINE ADS 03 JANUARY

TALKIES MAGAZINE #2

RELEASE DATE NL 07 MARCH
RELEASE DATE BE 11 MARCH
DEADLINE ADS 14 FEBRUARY

TALKIESMAN #3

RELEASE DATE NL 18 APRIL
RELEASE DATE BE 22 APRIL
DEADLINE ADS 28 MARCH

TALKIES MAGAZINE #4

RELEASE DATE NL 06 JUNE
RELEASE DATE BE 10 JUNE
DEADLINE ADS 16 MAY

TALKIES MAGAZINE #5

RELEASE DATE NL 18 JULY
RELEASE DATE BE 22 JULY
DEADLINE ADS 27 JUNE

TALKIES MAGAZINE #6

RELEASE DATE NL 29 AUGUST
RELEASE DATE BE 02 SEPTEMBER
DEADLINE ADS 15 AUGUST

TALKIESMAN #7

RELEASE DATE NL 10 OCTOBER
RELEASE DATE BE 14 OCTOBER
DEADLINE ADS 19 SEPTEMBER

TALKIES MAGAZINE #8

RELEASE DATE NL 21 NOVEMBER
RELEASE DATE BE 25 NOVEMBER
DEADLINE ADS 31 OCTOBER

MAIN INFORMATION

TITEL

Talkies lifestyle magazine NL
TalkiesMAN NL

PUBLISHER

Talkies Media BV

POSTAL ADDRESS

Parnassusweg 845
1082 LZ Amsterdam

PHONE

+31 (0)20-223 5812

E-MAIL

info@talkiesmagazine.nl

E-MAIL SALES

sales@talkiesmagazine.nl

WEBSITE

www.talkiesmagazine.nl
www.talkiesman.nl

FREQUENCY

8x per year (2x TalkiesMAN)

COVERAGE

164 pages

CIRCULATION

50.000 copies NETHERLANDS
85.000 copies (Talkies #4)
20.000 copies BELGIUM

CONSUMER RETAIL PRICE

Per issue €5,95
Terrace issue €7,95
Subscription (8 issues) €40,-

PRICES

ADVERTISEMENT RATE PER PLACEMENT

- 1/1 page advertisement €6.500,-
- 2/1 page advertisement €10.900,-
- 1/1 page editorial €8.500,-
- 2/1 page editorial €12.900,-
- 1/1 theme page €4.500,-
- 1/3 page editorial €2.833,-
- Favorites editor in chief €1.250,-

FREQUENCY DISCOUNT

- 2 placements 3%
- 3 placements 6%
- 4 placements 9%
- > placements discount in consultation

SUPPLEMENTS

- Cover 2 *ODSP* 1,5 x rate
- Cover 3 1,5 x rate
- Cover 4 2,5 x rate
- Preferred placement 10% addition
- Fold-out cover on request
- Insert on request

RATES ONLINE

- Banner take-over (*Top banner + Center banner*) €1.680,-
- Online article €1.475,-
- Online article + newsletter placement €2.000,-
- Social media post €1.500,-
- Custom made reel €2.000,-
- Social media story €1.000,-

EVENT RATES FROM

- Terras Award €9.000,- (in combination with minimal purchase ads)
- Lifestyle Lunch €7.500,- (in combination with minimal purchase ads)
- Talkies Open €7.500,- (in combination with minimal purchase ads)
- Gent & Friends Drink €7.500,- (in combination with minimal purchase ads)
- > custom made activation on request

TECHNICAL SPECIFICATIONS

- 1/1 page (220 mm x 280 mm margins +3mm around)
- 2/1 page (440 mm x 280 mm margins +3mm around)

Advertisements have to be send digital as certified PDF
or send by [wetransfer.com](https://www.wetransfer.com) to sales@talkiesmagazine.nl