



MEDIA FACTS 2025





# HET TALKIES LIFESTYLE PLATFORM

Talkies Magazine is hét lifestyle magazine dat al ruim 30 jaar luxe lifestyle brengt, voor iedereen die houdt van het leven! De hoofdonderwerpen als lifestyle, fashion, beauty, culinair, reizen, body, mind & soul en living worden verslonden door onze lezers. Het juninummer is traditiegetrouw de Talkies Terras Special. Deze special wordt tijdens de jaarlijkse befaamde uitreiking van de ‘Talkies Terras Award’ gelanceerd op het winnende terras van dat jaar. Naast Talkies Magazine brengen we ook twee keer per jaar **TalkiesMAN** magazine uit ([www.talkiesman.nl](http://www.talkiesman.nl)). Onze interactieve websites tezamen met onze social media-kanalen Instagram [@talkiesmagazinenl](https://www.instagram.com/talkiesmagazinenl) en [@talkiesmannl](https://www.instagram.com/talkiesmannl), newsletters en lifestyle-events maakt Talkies Magazine tot hét leading lifestyleplatform van Nederland en België.



## **DOELGROEP**

De Talkies Magazine-lezers zijn vrouwen en mannen in de leeftijdscategorie 25-65. Hoog opgeleid, **WELVAREND** (A-B1) en maatschappelijk bewust. **TWEEVERDIENERS, GEZIN OF HAPPY SINGLES**. De lezer is ambitieus, reislustig, belesen en heeft interesse in de kwaliteit van het leven en noviteiten op het gebied van lifestyle.

## **OPLAGE EN DISTRIBUTIE NL & BE**

Talkies Magazine verschijnt in een oplage van 50.000 exemplaren, de Talkies Terras Special (juni/juli) in een oplage van 85.000 exemplaren. Hieronder valt distributie voor de betaalde abonnementen, losse verkoop in de betere boekhandels, AKO, Bruna, Primera, Albert Heijn en warenhuizen in Nederland. Tevens alternatieve distributie via privéklinieken, vijf- en viersterrenhotels, notaris- en advocatenkantoren. Reguliere advertentie-uitingen worden mogelijk versterkt door lezersaanbiedingen, advertorials, abonnee-acties, digitale nieuwsbrieven en Talkies-evenementen en branded content. Sinds 2020 distribueert Talkies Magazine ook in België in een oplage van 20.000 exemplaren. Tot de grens van Brussel is Talkies verkrijgbaar bij o.a. Delhaize, Carrefour, Standaard Boekhandel, Relay, Press Shop en Brussels Airport.

## **BRANDED CONTENT**

Wij denken mee, word partner van Talkies! **ADVERTEREN BIJ TALKIES MAGAZINE** gaat **GEPAARD MET EEN ENTHOUSIASTE REDACTIE** die meedenkt op het gebied van **CREATIEVE INVULLINGEN**, online reports en verspreiding van de boodschap via **SOCIAL MEDIA EN BRANDED CONTENT!**





# TALKIES MAGAZINE INHOUD



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 TERRAS SPECIAL + TERRAS GUIDE

De zomer gaat pas écht van start met de jaarlijks terugkerende Talkies Terras Special inclusief Terras guide met een oplage van 85.000 exemplaren in Nederland en 20.000 in België. De befaamde Talkies Terras Guide zit verpakt bij de juni-juli-editie van Talkies Magazine welke vanaf vrijdag 6 juni in de winkels ligt. Deze Terras Special wordt extra gepromoot door middel van de instore mediacampagnes door heel Nederland in onder andere Albert Heijn, Jumbo, AKO, Bruna en Primera en tevens via social media promotions op o.a. Instagram.

In deze geliefde guide vindt men de mooiste terrassen van ons land, de leukste restaurants, de hipste beachclubs en beste hotels. De guide brengt tevens een festivalkalender en alles wat je weten wil over food, fashion & muzieksfestivals. Met interviews en must knows, haves en do's deze zomer.

**VERSCHIJNING:**  
6 juni 2025



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



# Talkies **MAN**

lifestylemagazine

VANAF DE START IN 2014 IS TALKIES**MAN** HÉT LEADING LIFESTYLE MAGAZINE VOOR DE MODERNE EN BEWUSTE MAN. TALKIES**MAN** INFORMEERT EN INSPIREERT DE NEDERLANDSE EN BELGISCHE MAN OP HET GEBIED VAN QUALITY LIFESTYLE, MET ONDERWERPEN ALS CARS, WATCHES, CULINAIR, BEAUTY, INTERVIEWS, REIZEN EN FASHION. HET MAGAZINE VERSCHIJNT IEDER VOOR- EN NAJAAR.

**APRIL & OKTOBER**

**OPLAGE:**  
50.000 STUKS





# TALKIESMAN INHOUD



**TALKIESMAN  
LIFESTYLE**



**TALKIESMAN  
CARE**



**TALKIESMAN  
FASHION**



**TALKIESMAN  
LIVING**



**TALKIESMAN  
F&B**



**TALKIESMAN  
ESCAPES**



**TALKIESMAN  
PARTY**



# Talkies CONTRIBUTORS

TALKIES MAGAZINE WERKT NAUW SAMEN MET INFLUENCERS, BN'ERS, PROMINENTEN EN DECISION MAKERS OP HET GEBIED VAN TRAVEL, FASHION, LIFESTYLE, BEAUTY, EVENTS EN MEER.

## HANNEKE RAAPHORST HEALTH CONTRIBUTOR



## LONNEKE NOOTEBOOM FASHION CONTRIBUTOR



## RAOUL VAN DELDEN BEAUTY CONTRIBUTOR



**COLUMN**

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

**Voedingsdeskundige Hanneke Raaphorst**

HANNEKE RAAPHORST IS OPTHOUWOLLEKAR THERAPEUT VOEDINGSDESKUNDIGE. NAAR HANNEKE IS OP HENDE TE HELPEN OM DE COÖRDMATIE TE VINDEN VOOR HAAR (LANG BESLISSE) KEUZEN EN DE JUISTE WERKTOELEN TE GEBRUIKEN OM HAAR KEUZEN TE VERBODEN. HANNEKE ZIJLEN ZE, EEN GEZONDER LEVEN LEEFEN EN DANNEKE DUS OOK HOE GELUKKIGER LEVEN.

**1. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**2. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**3. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**4. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**5. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**6. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**7. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**8. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**9. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**10. HET BEHOEVEN** VOEDINGSDESKUNDIGE IN EEN LEEFEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**DE FAVORIETEN VAN**

**Noëlle Baartmans**

CONTRIBUTOR EDITOR IN HOOFDZAKEN VOEDINGSDESKUNDIGE DEEL IN TALKIES MAGAZINE. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**1. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**2. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**3. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**4. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**5. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**6. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**7. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**8. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**9. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**10. Deze is dertig jaar oud, maar heb ik alweer terug met mijn moeder. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**COLUMN**

**Er wordt al jaren onderzoek gedaan naar haaruival**

**Topkapper Raoul van Delden**

RAOUL VAN DELDEN IS EEN VAN DE WAARDE. VOEDINGSDESKUNDIGE HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID. HANNEKE RAAPHORST WERKT VOOR DE VOEDING EN GEZONDHEID VAN HET GEBIED VAN VOEDING EN GEZONDHEID.

**1. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**2. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**3. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**4. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**5. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**6. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

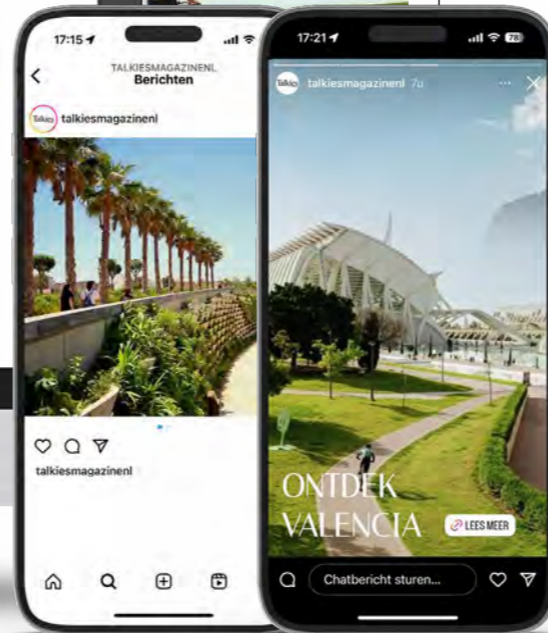
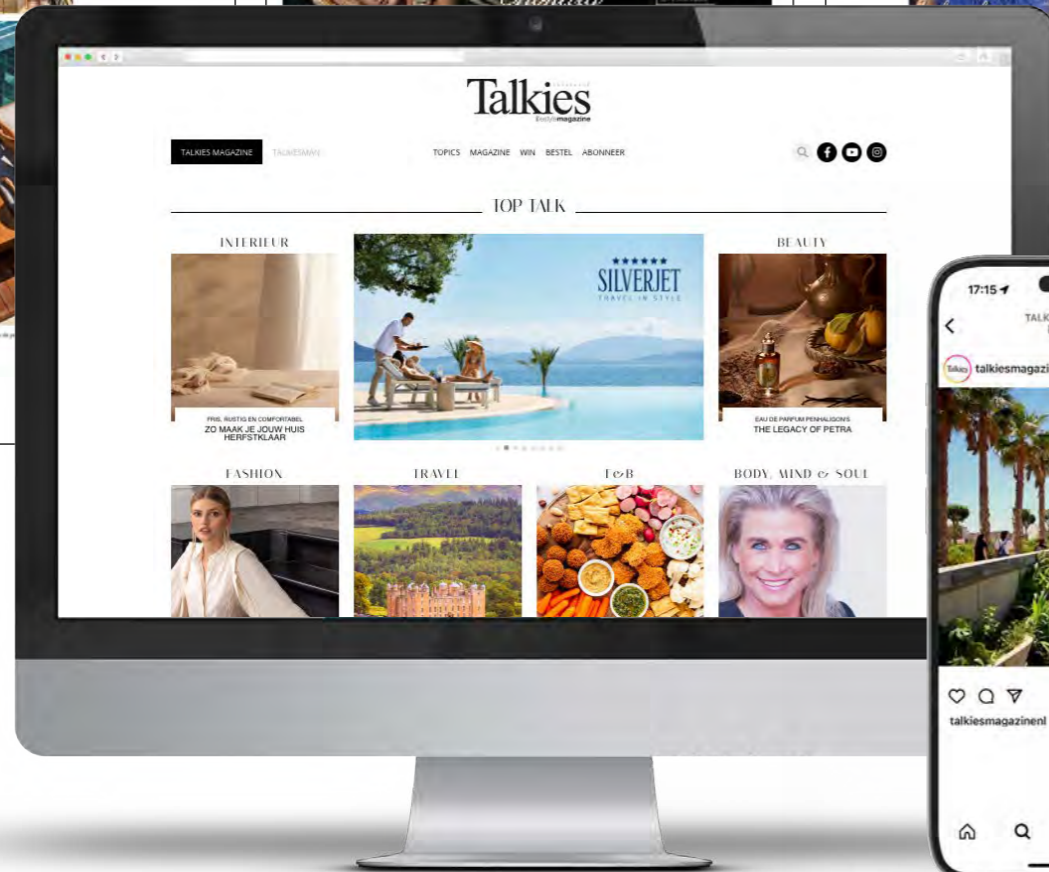
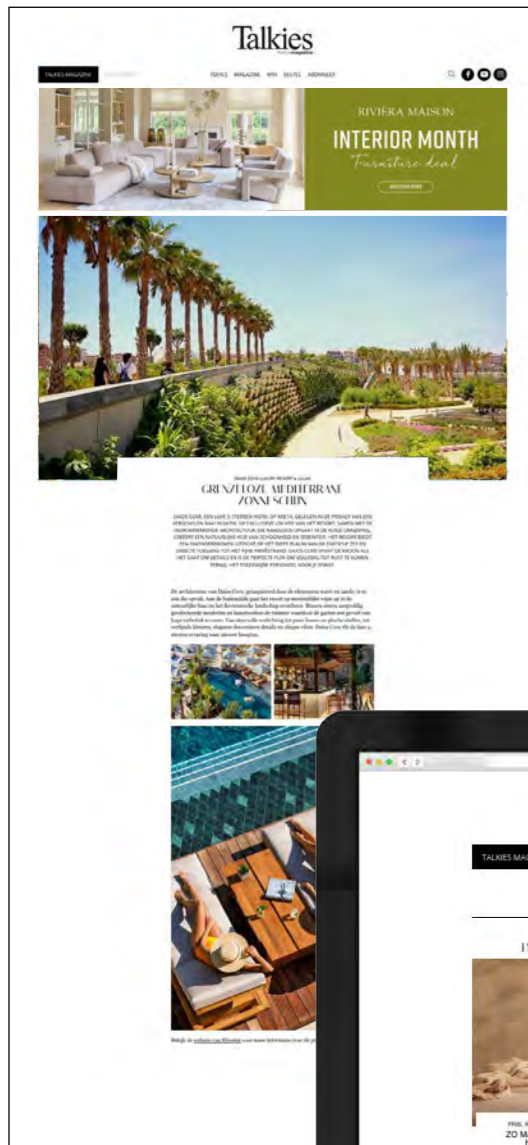
**7. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**8. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**9. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**

**10. Dit is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer. Het is een prachtige, maar ik heb het niet meer.**





TALKIESMAGAZINE.NL en TALKIESMAN.NL zijn het verlengstuk van de magazines waar naast lifestyle artikelen ook columns, reportages, behind the scenes- beelden, interviews, video's, mail- en winacties, tips en meer te vinden zijn! Door de geïntegreerde social media kunnen bezoekers liken, delen en reageren op de inhoud. De Talkies newsletter bereikt wekelijks een audience van 32.000 lezers.

# TALKIES DIGITAAL



# TALKIES EVENTS

## TALKIES TERRAS AWARD 2025

Dé kick off van de zomer? Dat is de jaarlijkse – inmiddels befaamde – uitreiking van de Talkies Terras Award. Ieder jaar reiken we de felbegeerde award uit aan een terras met een internationale look en feel en een ongedwongen sfeer in combinatie met een fantastische service, veelzijdigheid en kwaliteit. Op het winnende terras vieren we in bijzijn van ons exclusieve netwerk aan BN'ers, prominenten en influencers de start van de zomer en lanceren we de Talkies Terras Special met de Terras Guide met onder andere dé beste terrassen van Nederland.

## PARTNERSHIP

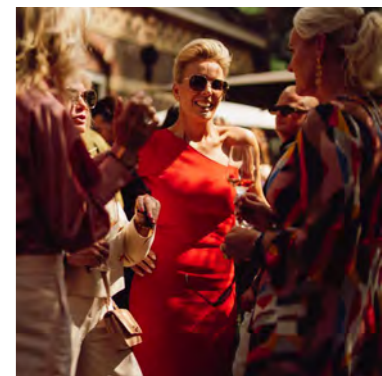
- Brand exposure tijdens de Talkies Terrace Award.
- Visibility on screens + presswall
- Videograaf, videocompilatie (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Fotograaf (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Online & social media exposure (mailing, online report, online aftermovie + Instagram reel)
- After press release
- After report Talkies Terras Award in Talkies Magazine

## FACTS

- Gasten: 300
- Verwacht bereik: 2 miljoen (print, online, social media)

5 JUNI 2025

# TALKIES TERRAS AWARD





# TALKIES EVENTS

## TALKIES LIFESTYLE LUNCH 2025

Tijdens de Talkies Lifestyle Lunch lanceert Talkies haar septembernummer samen met een exclusieve selectie van 50 toonaangevende vrouwelijke decision makers uit het Talkies-netwerk, afkomstig uit verschillende zakelijke achtergronden zoals vastgoed, auto-industrie, financiën, fashion en meer. Samen met dit sterke en welvarende netwerk van vrouwen trappen we het nieuwe lifestyle- en modeseizoen af door te genieten van een lunch en dit netwerk voor te stellen aan onze favoriete brands. Deze lunch verbindt en inspireert deze leidinggevende vrouwen uit diverse markten met elkaar en met de partnermerken.

## PARTNERSHIP

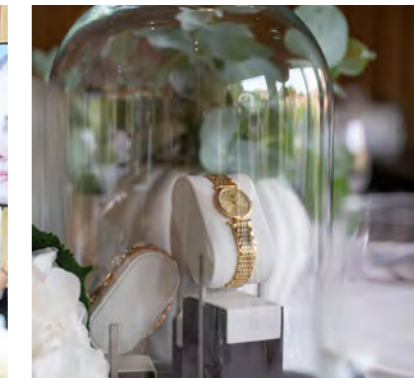
- Online after report talkiesmagazine.nl & social media exposure
- Videograaf, videocompilatie (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Fotograaf (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Product placement possibilty op de Talkies Lifestyle Lunch
- Brand exposure in aftermovie
- Brand exposure in Talkies Magazine (partypage)
- 55 x goodiebag item

## FACTS

- Gasten: 50
- Verwacht bereik: 2 miljoen (print, online, social media)

28 AUGUSTUS 2025

# TALKIES LIFESTYLE LUNCH





# TALKIES EVENTS

## TALKIES OPEN TENNIS TOURNAMENT 2025

Een sportieve zomer eindigt met het Talkies Open tennistoernooi! Ons exclusieve en diverse netwerk van gevestigde orde, jonge ondernemers, BN'ers en influencers komen samen tijdens het Talkies Open toernooi voor een sportieve middag. De zestig prominente spelers spelen gemengde dubbelwedstrijden tegen elkaar en strijden om de felbegeerde eerste plaats. Een middag vol plezier, sport en gemeenschapsgevoel! Het toernooi wordt afgesloten met een culinaire barbecue, hapjes en drankjes!

## PARTNERSHIP

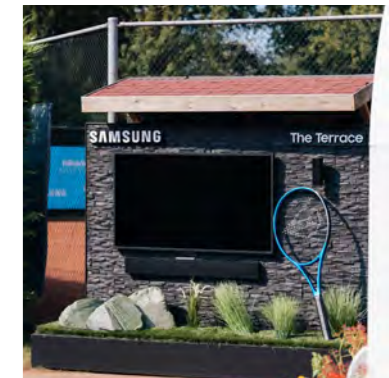
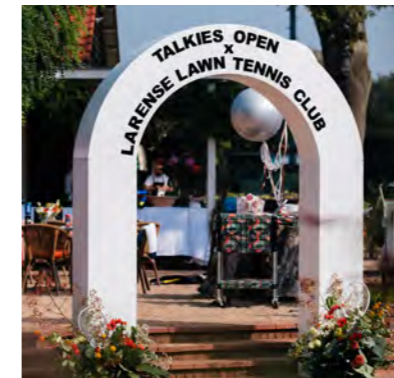
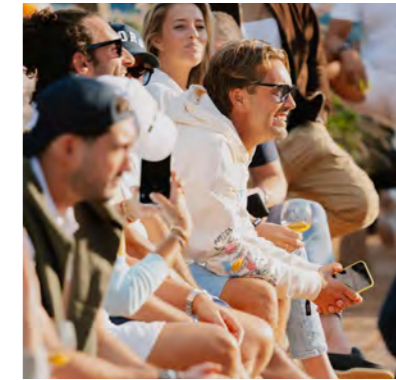
- Brand exposure op de Larense Lawn Tennis Club: tenniscourt banners
- Videograaf, videocompilatie (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Fotograaf (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Mogelijkheid tot after sales and gifting (Goodiebag)
- Online after report talkiesmagazine.nl & social media exposure
- Brand exposure in aftermovie and Instagram reel
- Brand exposure in Talkies Magazine (after report)
- Mogelijkheid product placement op the Larense Lawn Tennis Club

## FACTS

- Gasten: 150
- Verwacht bereik: 2 miljoen (print, online, social media)

2025

# TALKIES OPEN TENNIS TOURNAMENT





# TALKIES EVENTS

## TALKIESMAN GENTS & FRIENDS DRINK 2025

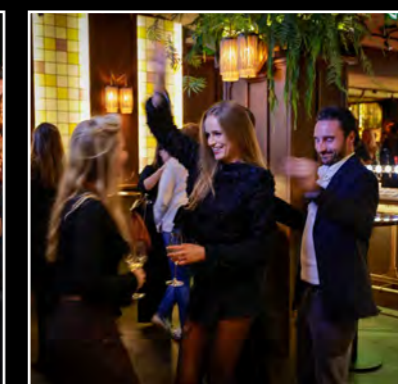
Tijdens de Gents & Friends lanceren we de nieuwe editie van TalkiesMAN in het gezelschap van honderd gasten, van de gevestigde orde, publieke figuren en ondernemers uit diverse branches, en genieten we van quality bites en drinks!

## PARTNERSHIP

- Product + brand exposure tijdens de Gents & Friends Drink.
- Visibility on screens + presswall
- Videograaf, videocompilatie (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Fotograaf (rechtenvrij gebruik voor brand)
- Brand exposure in aftermovie + Instagram reel
- Brand exposure in Talkies Magazine (after report)

## FACTS

- Gasten: 100-150
- Verwacht bereik: 2 miljoen (print, online, social media)



2025

# TALKIESMAN GENTS & FRIENDS DRINK





ADVERTORIAL

BRANDED CONTENT

BEAUTY ADVERTORIAL I.C.M. INFLUENCER

**NAIJIB AHMALI**  
X KLINIKER VOOR ESTHETISCHE GENEESKUNDE



Najiib is een van de meest invloedrijke artsen op het gebied van esthetische geneeskunde. Hij heeft een unieke aanpak en heeft zijn kennis en kunde toegepast op honderden patiënten. Hij is een van de meest succesvolle artsen op het gebied van esthetische geneeskunde in Nederland.

**DE ONTWERPERS WERKEN MET PASSIE AAN DE MINUTIEUZE DETAIL'S**  
**ACHTER ELK SIERAAD ELKE EDELIJSTEIEN WORDT HANDMATIG GECEKED EN ELK JUWEL HANDMATIG VERVAARDIGD EN BEWERKT**

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.

FASHION REPORT

**FASHION**



**Ole Lynggaard Copenhagen**  
A FAMILY AFFAIR

Na in de jaren vijftig te hebben rondgezien bij de beroemde ontwerpers Christian Dior, Yves Saint Laurent en Pierre Cardin, heeft Ole Lynggaard zijn eigen stijl ontwikkeld. Hij is een van de meest invloedrijke ontwerpers van de jaren zeventig en tachtig. Zijn ontwerpen zijn kenmerkend voor hun eenvoud en elegantie.

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.

TRAVEL EXPERIENCE

**DE SCHOTSE LAAGLANDEN**



Met een prachtig uitzicht op de zee en de bergen, is de Schotse laaglanden een van de meest prachtige gebieden van Schotland. Het gebied is rijk aan historie en cultuur. Het is een van de meest populaire bestemmingen voor toeristen.

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.

CARS TEST

**JOUW LIFESTYLE ONDERWEG**  
DE NIEUWE BMW 1 SERIE & BMW X5



De nieuwe BMW 1 Serie en BMW X5 zijn de perfecte keuze voor wie op zoek is naar een luxe auto. De BMW 1 Serie is een compacte hatchback met een sportieve uitstraling. De BMW X5 is een SUV met een ruime interieur en een krachtige motor.

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.

LIFESTYLE NEWS

**Lifestyle News**

**PROFANISME**  
De laatste modetrends van de zomer zijn er. Het is tijd om je garderobe te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op comfort en stijl.

**AM INVISIBLE FORCE**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je make-up routine te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op natuurlijke schoonheid.

**LES DEUX CHIENS**  
De nieuwste lifestyle trends zijn er. Het is tijd om je woonruimte te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op modern design.

**UNIKEN IN FUIRRIK**  
De nieuwste lifestyle trends zijn er. Het is tijd om je hobby's te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op creatieve activiteiten.

PARTY PAGE INCL. ADV. STROOK

**25 JARIG JUBILEUM**  
Wat betekent vijftig jaar? Het is een bijzondere mijlpaal. Het is een tijd om terug te kijken op de afgelopen jaren en te kijken naar de toekomst.

**SPLEET GEZELIJK MET LEEFDE**  
De nieuwste lifestyle trends zijn er. Het is tijd om je sociale leven te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op leuke activiteiten met vrienden.

**RESERVEER NU**  
De nieuwste lifestyle trends zijn er. Het is tijd om je vakantie te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op leuke vakantiebestemmingen.

**HOLLAND CASINO**  
De nieuwste lifestyle trends zijn er. Het is tijd om je entertainment te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op leuke entertainmentopties.

BEAUTY NEWS

**Beauty News**

**BELLA VITA ROSA**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je huidverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op natuurlijke ingrediënten.

**EMBRACE THE POWER OF HUE**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je make-up te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op duurzame make-up.

**EXTREME COLOUR LIPSTICK**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je lippenverf te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op unieke kleuren.

**STILTING MET FLEXIBELE PLATEN**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je haarverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op beschermende producten.

RESTAURANT PAGE

**Beauty News**

**BELLA VITA ROSA**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je huidverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op natuurlijke ingrediënten.

**EMBRACE THE POWER OF HUE**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je make-up te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op duurzame make-up.

**EXTREME COLOUR LIPSTICK**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je lippenverf te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op unieke kleuren.

**STILTING MET FLEXIBELE PLATEN**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je haarverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op beschermende producten.

RESTAURANT PAGE

**Beauty News**

**BELLA VITA ROSA**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je huidverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op natuurlijke ingrediënten.

**EMBRACE THE POWER OF HUE**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je make-up te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op duurzame make-up.

**EXTREME COLOUR LIPSTICK**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je lippenverf te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op unieke kleuren.

**STILTING MET FLEXIBELE PLATEN**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je haarverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op beschermende producten.

RESTAURANT PAGE

**Beauty News**

**BELLA VITA ROSA**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je huidverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op natuurlijke ingrediënten.

**EMBRACE THE POWER OF HUE**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je make-up te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op duurzame make-up.

**EXTREME COLOUR LIPSTICK**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je lippenverf te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op unieke kleuren.

**STILTING MET FLEXIBELE PLATEN**  
De nieuwste beauty trends zijn er. Het is tijd om je haarverzorging te vernieuwen. De nieuwste trends zijn gericht op beschermende producten.

BUSINESSINTERVIEW

**Business Interview**

**MIEKE VAN DEURSEN**  
"MAAK ONDERNEMEN MET MOELLIER DAN HET IS"

Mieke van Deursen is een succesvolle ondernemer. Ze heeft haar bedrijf succesvol gemaakt door haar focus op klanttevredenheid en innovatie. Ze is een voorbeeld voor andere ondernemers.

**TOEGANG TOT DE LUXE**  
De ontwerpers werken met passie aan de minutieuze details van elk sieraad. Achter elk sieraad wordt elke edelsteen zorgvuldig geïnspecteerd en bewerkt. Het resultaat is een prachtig sieraad dat de draagster naar voren doet komen.



# TARIEVENKAART 2025

## VERSCHEIJNINGSDATA

### TALKIES MAGAZINE #1

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 31 JANUARI  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 4 FEBRUARI  
DEADLINE ADVERTENTIES 03 JANUARI

### TALKIES MAGAZINE #2

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 07 MAART  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 11 MAART  
DEADLINE ADVERTENTIES 14 FEBRUARI

### TALKIESMAN #3

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 18 APRIL  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 22 APRIL  
DEADLINE ADVERTENTIES 28 MAART

### TALKIES MAGAZINE #4

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 06 JUNI  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 10 JUNI  
DEADLINE ADVERTENTIES 16 MEI

### TALKIES MAGAZINE #5

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 18 JULI  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 22 JULI  
DEADLINE ADVERTENTIES 27 JUNI

### TALKIES MAGAZINE #6

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 29 AUGUSTUS  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 02 SEPTEMBER  
DEADLINE ADVERTENTIES 15 AUGUSTUS

### TALKIESMAN #7

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 10 OKTOBER  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 14 OKTOBER  
DEADLINE ADVERTENTIES 19 SEPTEMBER

### TALKIES MAGAZINE #8

VERSCHEIJNINGSDATUM NL 21 NOVEMBER  
VERSCHEIJNINGSDATUM BE 25 NOVEMBER  
DEADLINE ADVERTENTIES 31 OKTOBER

## ALGEMENE INFORMATIE

### TITEL

Talkies lifestyle magazine NL  
TalkiesMAN NL

### UITGEVER

Talkies Media B.V.

### POSTADRES

Talkies Media B.V.  
Parnassusweg 845  
1082 LZ Amsterdam

### TELEFOONNUMMER

+31 (0)20-223 5812

### E-MAIL ALGEMEEN

info@talkiesmagazine.nl

### E-MAIL SALES

sales@talkiesmagazine.nl

### WEBSITE

www.talkiesmagazine.nl  
www.talkiesman.nl

### VERSCHEIJNINGSFREQUENTIE

8x per jaar (waarvan 2x TalkiesMAN)

### OMVANG

164 pagina's

### OPLAGE

50.000 exemplaren NEDERLAND  
85.000 exemplaren (Talkies #4)  
20.000 exemplaren BELGIË

### CONSUMENTENPRIJS

Los €5,95  
Terras special €7,95  
Abonnement (8 nummers) €40,-

## TARIEVEN

### PER PLAATSING

- 1/1 pagina advertentie €6.500,-
- 2/1 pagina advertentie €10.900,-
- 1/1 pagina redactioneel €8.500,-
- 2/1 pagina redactioneel €12.900,-
- 1/1 pijlerpagina €4.500,-
- 1/3 pagina redactioneel €2.833,-
- Favorites editor in chief €1.250,-

### PLAATSINGSKORTING

- 2 plaatsingen 3%
  - 3 plaatsingen 6%
  - 4 plaatsingen 9%
- > plaatsingen korting in overleg

### TOESLAGEN

- Cover 2 ODSP 1,5 x tarief
- Cover 3 1,5 x tarief
- Cover 4 2,5 x tarief
- Voorkeursplaatsing 10% toeslag
- Fold-out cover op aanvraag
- Insert op aanvraag

### TARIEVEN 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 TARIEVEN VANAF

- Terras Award €9.000,- (in combinatie met minimale afname ads)
  - Lifestyle Lunch €7.500,- (in combinatie met minimale afname ads)
  - Talkies Open €7.500,- (in combinatie met minimale afname ads)
  - Gent & Friends Drink €7.500,- (in combinatie met minimale afname ads)
- > custom made activation on request

## TECHNISCHE GEGEVENS

- Bladspiegel 1/1 (pagina 220 mm bij 280 mm + 3mm afloop rondom)
- Bladspiegel 2/1 (pagina 440 mm bij 280 mm + 3mm afloop rondom)

Advertenties dienen digitaal te worden aangeleverd als certified PDF of digitaal via [wetransfer.com](https://wetransfer.com) naar [sales@talkiesmagazine.nl](mailto:sales@talkiesmagazine.nl)