

**WE THINK  
POPULAR.**



**MEDIA GROUP**

# NIEKWESTIONOWANY LIDER PRASY



SPRZEDANE  
EGZEMPLARZE  
MIESIĘCZNIE

11 MLN

UDZIAŁ W RYNKU  
MAGAZYNÓW

77%



297 TYS.

2%



147 TYS.

1%

Źródło: Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnia z sumy sprzedanych egzemplarzy za okres 1-12.2023

# MAGAZYNY KOBIECE

# 4,2 mln kobiet

docieramy do

## LUKSUSOWE/PEOPLE



## STORY



## PORADNICZE



## PORADNICZO-ROZRYWKOWE

## RELIGIJNE



Źródło: PBC, Zaangażowanie w reklamę, Kantar Polska, 2.2023 - 1.2024, CPW, TG: K 15+, (n = 11 315), realizacja: Kantar Polska, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna, opracowanie Wydawnictwo Bauer

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# MAGAZYNY TELEWIZYJNE I TEMATYCZNE

## TELEWIZYJNE



## POPULARNONAUKOWE

## MOTORYZACYJNE



## OGRODNICZE

## KOMPUTEROWE



WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

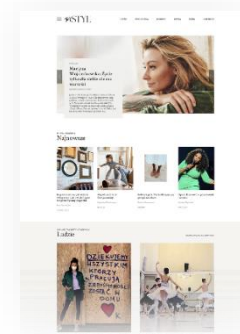
Serwis online skierowany do KOBIEŃ 25+ oferujący więcej okazji do spotkań, efektywnie wspierający marki:

- tworzymy natywne materiały
- docieramy szeroko z kampanią
- budujemy świadomość istnienia nowych produktów i usług klienta



PRASA

Twój Styl i Pani

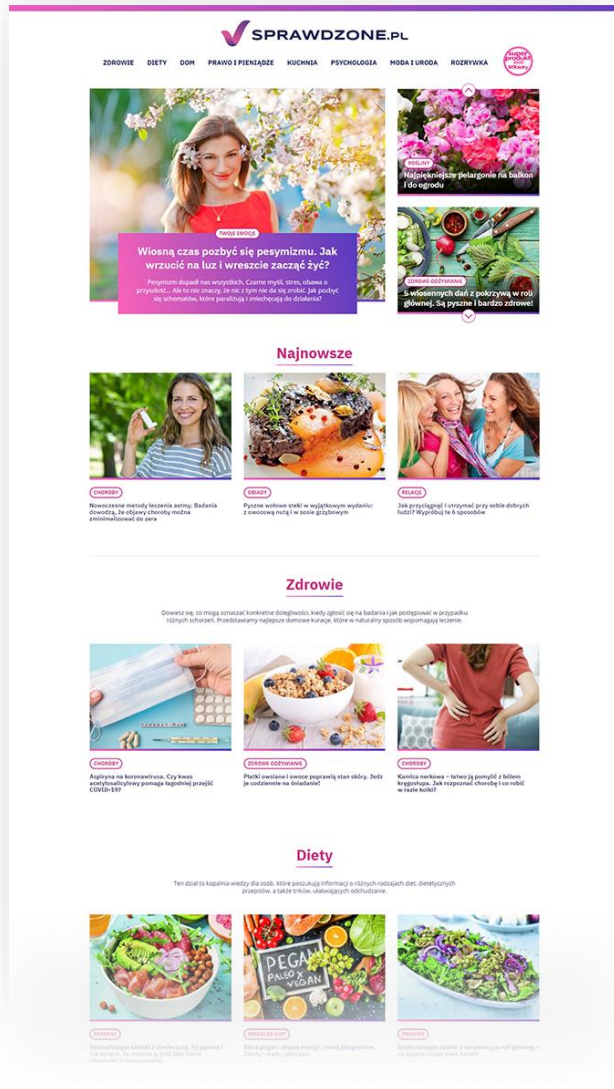


ONLINE

  [TwojStyl.pl](https://www.twojstyl.pl)

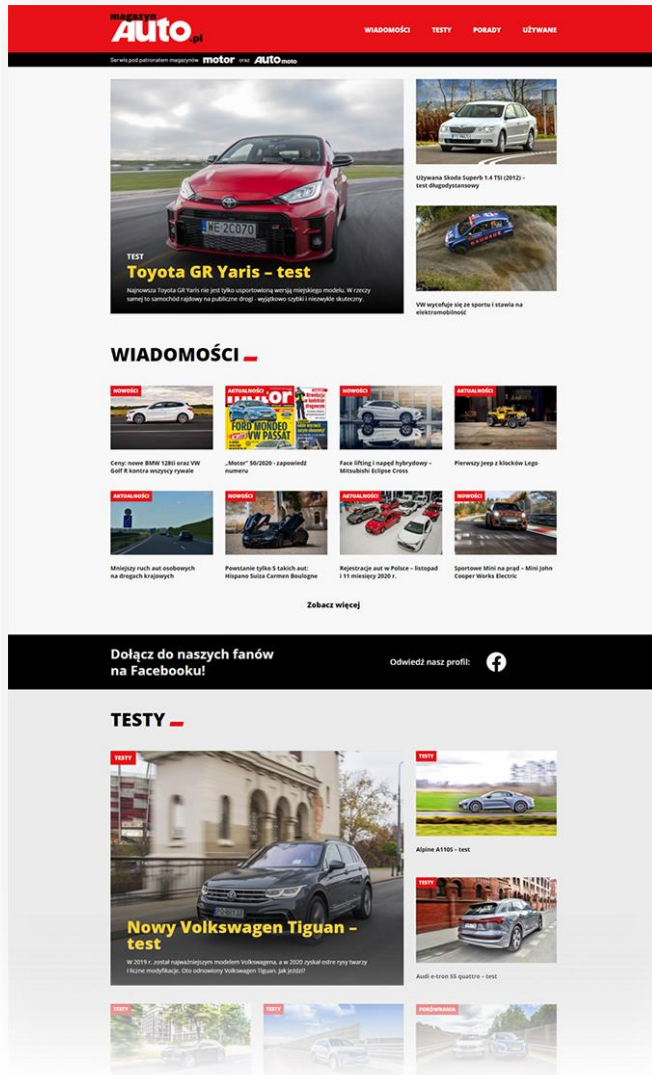


# SPRAWDZONE.PL



Serwis online skierowany do KOBIEC 30+, które szukają porad, wiarygodnych informacji oraz wysokiej jakości przekazu.

Serwis SPRAWDZONE.PL przedstawia konkretne wskazówki, dotyczące zdrowia, prowadzenia domu, gotowania, przepisów prawa, mody, dbania o dobrą formę i urodę.



Serwis motoryzacyjny, będący digitalową przestrzenią komplementarną naszych magazynów. Materiały online są wzbogacone galeriami zdjęć, możliwością umieszczenia video oraz przekierowań. Serwis uzupełniają social media.

Serwis pod patronatem magazynu:



# PORTFOLIO

9 Z 10 NAJCHĘTNIEJ KUPOWANYCH MAGAZYNÓW NA RYNKU



8 Z 10 NAJCHĘTNIEJ CZYTANYCH MAGAZYNÓW NA RYNKU



Źródło: PBC, Zaangażowanie w reklamę, Kantar Polska, 02.2023 - 1.2024, CPW, TG: All 15+, (n = 21 988), realizacja: Kantar Polska, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna, opracowanie Wydawnictwo Bauer  
Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



# SEGMENT MAGAZYNÓW PEOPLE



38  
tys.



27  
tys.

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# SEGMENT MAGAZYNÓW LUKSUSOWYCH



31  
tys.



LIDER  
85  
tys.



84  
tys.



42  
tys.



24  
tys.



14  
tys.

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# SEGMENT PORADNICZY

## DWUTYGODNIKI



**155**  
tys.



**38**  
tys.



**90**  
tys.



**34**  
tys.

## MIESIĘCZNIKI



**106**  
tys.



**LIDER**  
**142**  
tys.



**36**  
tys.



**78**  
tys.



**110**  
tys.



**136**  
tys.



**82**  
tys.

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP



# SEGMENT PORADNICZO-ROZRYWKOWY



70  
tys.



216  
tys.



LIDER  
287  
tys.



105  
tys.



140  
tys.



110  
tys.



112  
tys.

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP



# SEGMENT PISM TELEWIZYJNYCH



LIDER  
**440**  
tys.



**160**  
tys.



**174**  
tys.



PREMIUM

**HIT**



**124**  
tys.



**92**  
tys.



**61**  
tys.



**56**  
tys.



**51**  
tys.

POPULARNE



**193**  
tys.



**69**  
tys.

BEZPŁATNE DODATKI DO GAZET

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# SEGMENTY TEMATYCZNE



MOTORYZACYJNE



POPULARNONAUKOWE

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# SEGMENTY TEMATYCZNE



70  
tys.



46  
tys.

ROZRYWKOWE

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



MEDIA GROUP

# SEGMENTY TEMATYCZNE



OGRODNICZE

Audyt PBC, sprzedaż wydań, średnie jednorazowe za okres 1-12.2023

WE THINK POPULAR.



**WE THINK  
POPULAR.**



**MEDIA GROUP**