



## KWARTALNIK

# wysokieobcasy PSYCHOLOGIA

Nakład 23 000 egz. <sup>1)</sup>

Serwis wysokieobcasy.pl

UU 1 720 000; PV 3 700 000<sup>2)</sup>

Serwis Wysokieobcasy.pl/zyclepiej

UU 407 000; PV 605 000 <sup>2)</sup>



[Wysokieobcasy.pl/zyclepiej](https://wysokieobcasy.pl/zyclepiej)

## CZYTELNIK <sup>3)</sup>

Czytelniczki Wysokich Obcasów to przede wszystkim **kobiety powyżej 45 r.ż.** Są **bardzo dobrze wykształcone mieszkanki dużych i średnich miast** 200 tys. +. Są aktywne zawodowo i zamożne - mają stabilną sytuację zawodową i materialną. **Najczęściej ze wszystkich czytelniczek prasy kobiecej premium zajmują wyższe stanowiska.** Są otwarte na innych, interesuje je świat, nie tylko w lukrowanej wersji.

## UŻYTKOWNIK wysokieobcasy.pl <sup>4)</sup>

83% użytkowników serwisu to **kobiety w wieku pow. 35 r.ż.** podobnie jak czytelniczki magazynu są wszechstronnie wykształcone. Są jednak mieszkankami nie tylko dużych miast, ale również i mniejszych miejscowości, pow. 50 tys. mieszkańców. Na serwisie szukają bieżących informacji, poczucia wspólnoty i inspiracji. Cenią go za treści lifestyle'owe i content związany z życiem zawodowym.

## MAGAZYN PSYCHOLOGICZNY

**Psychologia** to wydanie specjalne Wysokich Obcasów to kompendium wiedzy o wychowaniu dzieci i nastolatków. Najważniejsze i najciekawsze teksty o psychologii oraz najlepszymi polskimi terapeutami o wychowaniu, dzieciach, relacjach i szkole

**SERWIS** Wysokieobcasy.pl/zyclepiej

Serwis „Życ lepiej. Psychologia codziennie” przygotowany przez redakcję „Wyborczej” i „Wysokich Obcasów”. Jak budować zdrowe relacje? Jak znaleźć balans między pracą i odpoczynkiem? Jak wychowywać dzieci i radzić sobie z codziennością? Słowem: jak lepiej żyć? Na te i inne pytania odpowiadają ekspertki i eksperci serwisu.

## DOŁĄCZ DO NAS:



[Wyborcza.pl/reklama](https://Wyborcza.pl/reklama)



[linkedin.com/company/grupa-wyborcza](https://linkedin.com/company/grupa-wyborcza)



[fb.com/grupawyborcza](https://fb.com/grupawyborcza)

# wysokieobcasy | wysokieobcasy.pl — Grupa celowa<sup>1)</sup>

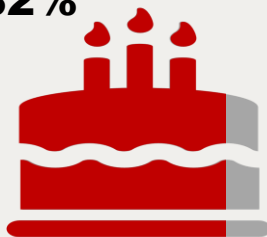
Łączny zasięg — **1,06 mln odbiorców**<sup>1)</sup>



gc: kobiety

## WIEK

**82%**



jest w wieku pow. 35 lat  
AI=112

## WYKSZTAŁCENIE

**72%**



ma wykształcenie wyższe  
AI=215

## MIEJSCE ZAMIESZKANIA

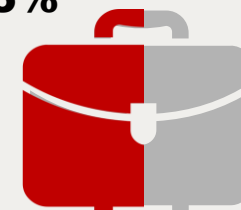
**37%**



mieszka w miastach pow. 100 tys.  
AI=147

## STATUS ZAWODOWY

**53%**



zajmuje wysokie pozycje zawodowe  
AI=176

## ZAINTERESOWANIA



**Moda**

**69%**

AI=137



**Uroda**

**77%**

AI=136



**Parenting**

**36%**

AI=136



**Zdrowy styl życia**

**80%**

AI=142



**Design**

**66%**

AI=135



**Kulinaria**

**73%**

AI=139

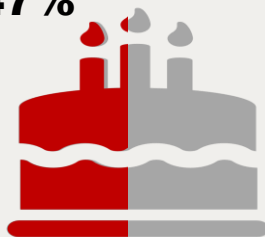
# wysokieobcasy.pl — Grupa celowa<sup>1)</sup>



gc: kobiety

## WIEK

47%



jest w wieku 35-54 lat  
AI=132

## WYKSZTAŁCENIE

72%



ma wykształcenie wyższe  
AI=219

## MIEJSCE ZAMIESZKANIA

34%



mieszka w miastach pow. 100 tys.  
AI=135

## STATUS ZAWODOWY

54%



zajmuje wysokie pozycje zawodowe  
AI=181

## ZAINTERESOWANIA



Moda

74%

AI=147



Uroda

78%

AI=141



Parenting

37%

AI=153



Zdrowy styl życia

80%

AI=145



Design

73%

AI=154



Kulinaria

80%

AI=134

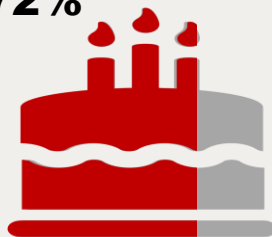
# wysokieobcasy — Grupa celowa



gc: kobiety

## WIEK

72%



jest w wieku pow. 45 r.ż.  
AI=138

## WYKSZTAŁCENIE

76%



ma wykształcenie wyższe  
AI=230

## MIEJSCE ZAMIESZKANIA

56%



mieszka w miastach pow. 100 tys.  
AI=223

## STATUS ZAWODOWY

53%



zajmuje wysokie pozycje zawodowe  
AI=181

## ZAINTERESOWANIA



Moda

66%

AI=131



Uroda

70%

AI=127



Parenting

27%

AI=113



Zdrowy styl życia

80%

AI=144



Design

65%

AI=137



Kulinaria

77%

AI=130

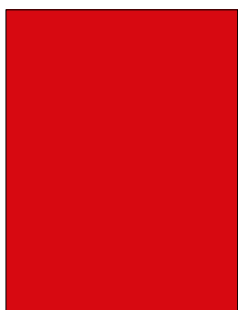
## Cennik

cała strona	17 800
1/2 strony	10 200

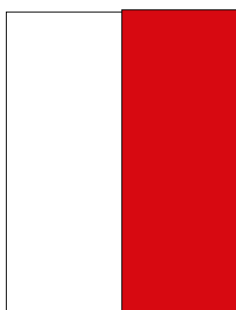
Ceny w złotych, nie zawierają podatku od towarów i usług.

Dopłaty: 15% za wskazane miejsce, 15% za reklamy konsekutywne (na kolejnych stronach).

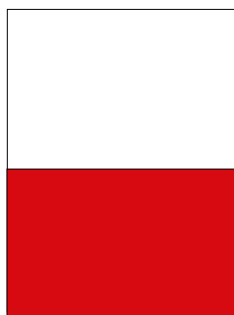
## Formaty reklam prasowych



**STRONA**  
205 x 270 mm + spad



**1/2 STRONY**  
100 x 270 mm + spad



**1/2 STRONY**  
205 x 133 mm + spad

Spad wynosi 5 mm.

Ważne elementy tekstowe i graficzne należy umieszczać w odległości 10 mm od zewnętrznych linii cięcia i 10 mm od grzbietu

## Harmonogram 2025

Numer	Data Edycji	TERMIN SKŁADANIA	
		zamówień i materiałów do opracowania	gotowych materiałów
1 (luty)	20.02	30.01	05.02
2 (maj)	22.05	29.04	07.05
3 (sierpień)	21.08	31.07	06.08
4 (listopad)	20.11	29.10	05.11

Harmonogram dotyczy wydań drukowanych. Rezygnacje ze złożonych zamówień oraz dokonywanie zmian w treści ogłoszenia są możliwe nie później niż w terminie składania zamówień.