

Feeling Wonen / Gael Maison

Zo woon ik, zo ben ik



Taal	Nederlands/Frans
Verschijningsdag	Woensdag
Periodiciteit	10x/jaar
Oprichtingsjaar	1998
Hoofdredacteur	André Lafère
Lezers laatste periode*	239.600
Dekking op taaluniversum*	2,5%
Gemiddelde oplage**	Feeling Wonen: 27.597 Gael Maison: 16.311
Betaalde verspreiding**	21.841

* CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, 12+ nationaal

** CIM Echtverklaring juni 2016 - mei 2017

Het merk

Feeling Wonen/Gael Maison is het upscale woonblad voor al wie op zoek is naar de allernieuwste trends op het vlak van interieur en design. Het maandblad brengt tien keer per jaar eigentijdse en persoonlijke interieurreportages uit het binnen- en buitenland; vele shoppings en stylings, diepgaande interviews met relevante ontwerpers en veel designnieuws. En voor wie er niet genoeg van krijgt: kijk ook online op feelingwonen.be en gaelmaison.be.

Key insights

Redenen om voor Feeling Wonen / Gael Maison te kiezen

1. Feeling Wonen/Gael Maison, de upscale stijlgids voor al wie op zoek is naar inspiratie, informatie en tips in verband met huis, tuin en interieur. Meer dan 200 pagina's in een nieuwe grafische layout, waar de focus ligt op trends en actua, goed in balans met de talrijke hedendaagse binnenkijkers.
2. Met schitterende interieurideeën en de laatste trends in decoratie, design, interieur en tuinen is Feeling Wonen/Gael Maison 10 keer per jaar een inspiratiebron voor modern en sfeervol wonen. De vierde editie is de bekende Milaanspecial, een topnummer van 500 pagina's met een hoog 'upscale'-gehalte.
3. Feeling Wonen/Gael Maison verwent haar lezers met veel **praktische informatie**: handige tips en realiseerbare ideeën aan de hand van reportages, binnenkijken, interviews en shoppings.
4. Deze titels zijn de **meest selectieve deco titels** op vrouwen, 25-54 jaar, sociale groepen 1-4 (sel. 237)
CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, 12+ nationaal
5. Op de websites feelingwonen.be en gaelmaison.be vindt de lezeres trends, nieuws, wedstrijden, workshops en nog veel meer. Verschillende advertentiecombinaties print/digital zijn mogelijk.
6. Met verschillende dossiers schenkt Feeling Wonen/Gael Maison in elke editie aandacht aan een **specifiek deco-thema**. De ideale context voor advertenties uit uw marktsegment.
7. De redactie levert de nodige inspanningen om de door haar geselecteerde trends en nieuwigheden onder de aandacht te brengen via **sociale media**.
8. Naast Feeling Wonen/Gael Maison brengt Sanoma ook **Feeling/Gael** uit, met verschillende mogelijkheden voor advertentiecombinaties
9. Via **Magstore** kan de lezer Feeling Wonen/Gael Maison ook op tablet lezen.

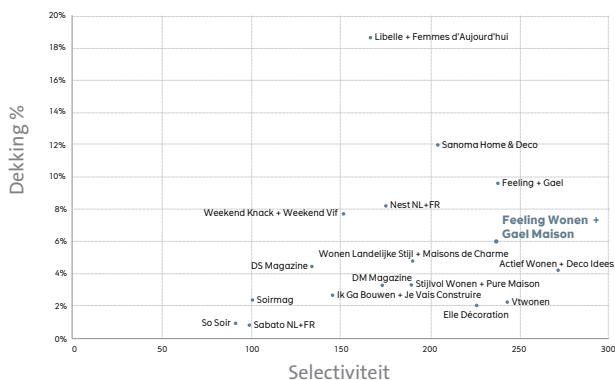
De kalender

Thema	Verschijningsdatum	Deadline Reservatie	Deadline Materiaal
Editie 1-2018 Dossier slaapkamers + dressings / Raamdecoratie / Batibouw (22/2-04/03/2018) / Trends	07/02/18	05/01/18	09/01/18
Editie 2-2018 Lentenummer: servies, keramiek, glas, behang & textiel / Keukentrends en -nieuwigheden / Dossier kleur	07/03/18	02/02/18	06/02/18
Editie 3-2018 (Salone= 17-22/04) Extra-large edition!!! / Special Milaan - Design Tuinmeubels	11/04/18	08/03/18	12/03/18
Editie 4-2018 Buitenverlichting / Milaan (de oogst) / Eettafels & -stoelen	23/05/18	17/04/18	19/04/18
Editie 5-2018 Zomernummer: buiten leven / Vakantiehuizen / Groen	20/06/18	17/05/18	22/05/18
Editie 6-2018 Badkamers / Badkamerwedstrijd / Bureau's	14/08/18	12/07/18	16/07/18
Editie 7-2018 Keukens / Verwarming Milaan highlights	19/09/18	17/08/18	21/08/18
Editie 8-2018 Vloeren / Tapijten	17/10/18	14/09/18	18/09/18
Editie 9-2018 Binnenverlichting / Cadeau's / Grote wedstrijd	14/11/18	11/10/18	15/10/18
Editie 10-2018 Feest- en luxenummer Trends 2019	19/12/18	16/11/18	20/11/18
Editie 1-2019	16/01/19	11/12/18	13/12/18

Feeling Wonen / Gael Maison

De competitieve omgeving

Kerndoelgroep: vrouwen, 25-54 jaar, sociale groepen 1-4
Universum: 1.360.600 personen



Bron: CIM 2016-2017/1 National,12+, paper+digital

De prijslijst

Formaat	BxH in mm	Tarief
2/1	aflopend 450 x 295	€ 10 200,00
1/1	aflopend 225 x 295	€ 5 100,00
1/2 verticaal	aflopend 110 x 295	€ 3 060,00
1/2 horizontaal	aflopend 225 x 145	€ 3 060,00
1/4 verticaal	niet-aflopend 47 x 275	€ 1 912,50
1/4 vierkant	niet-aflopend 100 x 135	€ 1 912,50
Panoramisch	aflopend 450 x 145	€ 6 732,00
2e cover		€ 7 650,00
3e cover		€ 6 120,00
4e cover		€ 8 160,00

De technische info

Aanlevering materiaal via Ad4All door middel van automatische uploadmails. Gelieve 1 PDF file/pag aan te maken volgens de Medibel + v7 standaard (GWG_MagazineAds_1v4). Steeds voorzien van snijlijnen. Bij aflopende advertenties ook 5 mm afloop aan elke zijde voorzien. Niet aflopend tekst- en/of beeldmateriaal moet min. 5 mm van de rand verwijderd zijn. Voor 2/1 advertenties, levert u 2 x 1/1 pagina. Meer info op <http://advertising.sanoma.be/nl/technical-info>

Digital

Al onze digitale en crossmedia tarieven zijn terug te vinden op <http://advertising.sanoma.be/nl/digital-ratecard>

De belangrijkste doelgroepen

	% Profiel	Selectiviteit
Vrouwen	75,8	148
25-54 jaar	60,9	130
Sociale groepen 1-4	70,6	145
Actief	65,6	140
Stedelijk	39,7	97

Bron: CIM 2016-2017/1 National,12+, paper+digital

MARKTLEIDER IN HOME & DECO

HOME & DECO PAKKETTEN	1/1p.
Feeling Wonen + Gael Maison	€ 5 100
Stijlvol Wonen + Pure Maison	€ 4 869
Wonen Landelijke Stijl + Maisons de Charme	€ 5 570
vtwonen	€ 2 500
Ik ga bouwen & renoveren + Je vais construire & renover	€ 4 800

PROMOTIES - VERGROOT UW BEREIK

Combineer meerdere pakketten en ontvang hier extra kortingen op*	
2 combi	extra 20%
3 combi	extra 25%
4 combi	extra 30%
5 combi	extra 40%

Contact

Meer info en/of reservaties
+32 15 67 80 22 | advertising.be@sanoma.com

Technische informatie
publi.be@sanoma.com

Meer info op <http://advertising.sanoma.be>

Feeling Wonen / Gael Maison

Wie zijn de Feeling Wonen/Gael Maison lezers?

Feeling Wonen/Gael Maison bereikt een upscale, hoofdzakelijk vrouwelijk publiek. Om onze high profile doelgroep te bereiken, wordt Feeling Wonen/Gael Maison ook verdeeld via geselecteerde kanalen zoals de Brussels Airport Business Lounge en Eurostar en zorgvuldig gekozen events en beurzen.

Voornaamse verantwoordelijken voor aankopen (VVA's 77% - index 120):*

Voornaamste of mede beslisser	% FeWo/GaMa	% Populatie	Index
Interieur	89,8	75,3	119
Meubels	88	78,4	112

Hoger opgeleiden:*

	% FeWo/GaMa	% Populatie	Index
Geen / Basisonderwijs	16,8	30,4	55
Secundair onderwijs	32,5	38,2	85
Bachelor/ master/ master na master/ Doctoraat	50,6	31,5	161

Topberoepen:*

	% FeWo/GaMa	% Populatie	Index
Hogere beroeps categorieën	57	34	168
Kaderleden, vrije beroepen en zelfstandigen	18,6	10,3	181

Koopkrachtige bevolking:*

	% FeWo/GaMa	% Populatie	Index
Social groep 1-Social groep 2	38,3	23,7	161
Social groep 3-Social groep 4	32,3	24,9	130
Social groep 5-Social groep 6	15,5	23,2	67
Social groep 7-Social groep 8	12,9	25,5	50

Woningeigenaren:**

	% FeWo/GaMa	% Populatie	Index
Eigenaar	78,7	74,3	106
Huurder	16,2	18,3	88
Andere	4,1	5,2	78

* CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, 12+ nationaal

** CIM TGM 2015 papier+digitaal, 12+ nationaal

Home Deco fans

84% vindt het leuk om decoratieartikelen te kopen voor het interieur (index 127)

30% verandert graag regelmatig de inrichting van het huis/appartement (index 129)

24% gaat voor de inrichting van het interieur op zoek naar exclusieve stukken (index 130)