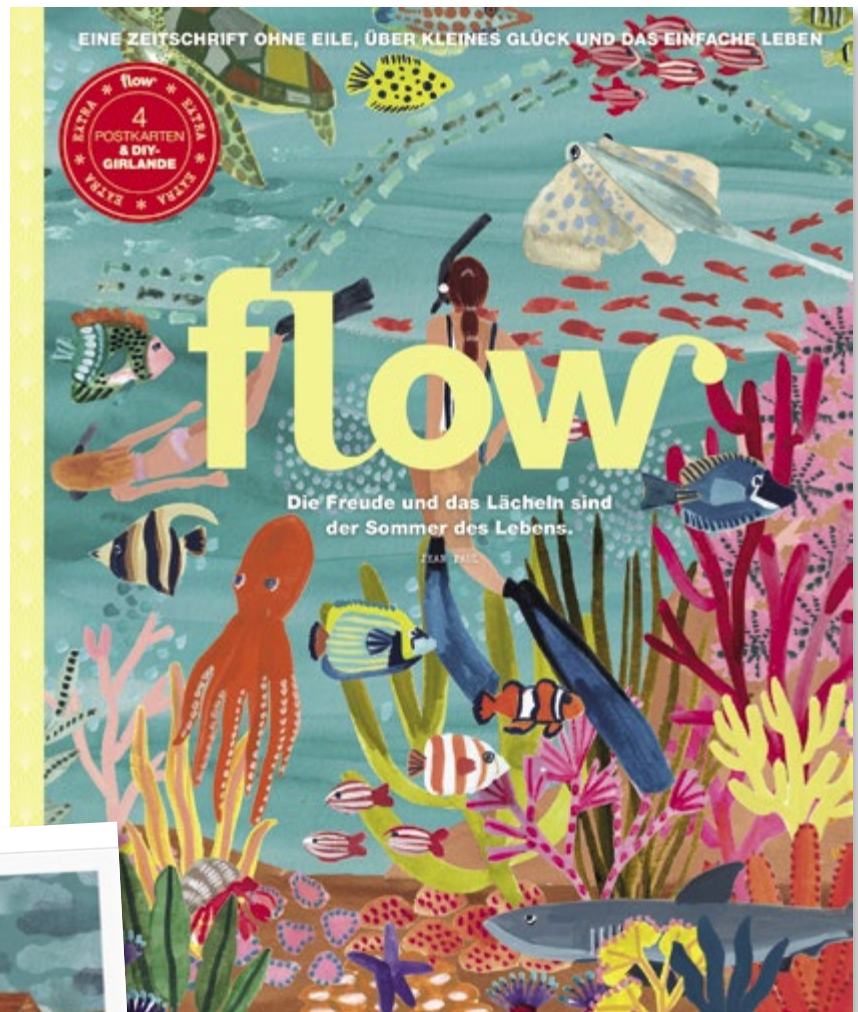


MEDIADATEN

2022

"FLOW – eine Zeitschrift ohne Eile, über kleines Glück und das einfache Leben. FLOW ist das Achtsamkeitsmagazin für Frauen, die das Leben anders sehen möchten. Achtmal im Jahr liefert das Mindstyle-Magazin vielfältige Inspirationen, Einblicke und positive Denkanstöße für ein erfüllteres Leben und mehr Freude am Moment. Expert:innen aus den Bereichen positive Psychologie, Achtsamkeit, Philosophie und Persönlichkeitsentwicklung kommen zu Wort und reflektieren die aktuellen Stimmungen und neuen Entwicklungen in der Gesellschaft. Das Magazin zeichnet sich durch eine liebevolle Gestaltung, viele Illustrationen und eine aufwendige Ausstattung mit vielen Papierarten und Extras aus."



Erscheinungsweise	8-mal jährlich
Druckauflage	134.436 Expl. (IWW Ø 3/20–2/21)
Verk. Auflage	80.007 Expl. (IWW Ø 3/20–2/21)
Format	225 x 280 mm
Copypreis	7,50 €
Farbprofil	ISOcoated_v2_eci.icc

Die aktuellen
Themen finden
Sie unter
gujmedia.de

Schaufensteranzeigen

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe (mm)	Preis
1/3	54 x 236 114 x 115	1.780 €
1/6	54 x 115	890 €
1/12	54 x 55	490 €

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.



Textteilanzeigen Innenteil

Formate	Anschnitt Breite x Höhe (mm)	Preis
1/1	225 x 280	17.200 €
1/2	113 x 280 225 x 140	9.700 €
1/3	75 x 280	7.900 €

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt., Umschlagseiten- und Beilagenpreise auf Anfrage

Terminplan

Nr.	Erscheinungstermin	Anzeigen-/DU-Schluss
1/2022 (Nr. 63)	11.01.2022	19.11.2021
2/2022 (Nr. 64)	01.03.2022	11.01.2022
3/2022 (Nr. 65)	19.04.2022	25.02.2022
4/2022 (Nr. 66)	01.06.2022	08.04.2022
5/2022 (Nr. 67)	12.07.2022	20.05.2022
6/2022 (Nr. 68)	01.09.2022	14.07.2022
7/2022 (Nr. 69)	11.10.2022	22.08.2022
8/2022 (Nr. 70)	22.11.2022	30.09.2022

Leserstrukturdaten



Reichweite: 0,4 Mio. Leser:innen



94 % der Leser:innen sind weiblich



Die Leser:innen sind im Schnitt 43,2 Jahre alt



Die Leser:innen haben ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.503 €



64 % der Leser:innen haben eine hohe Ausgabebereitschaft für Reisen



48 % der Leserinnen haben eine hohe Ausgabebereitschaft für Gesundheit und Wellness

(Quelle: AWA 21)