



PRIS- OG INFORMASJONSGUIDE

2026

**story
house**
EGMONT



KOMMERSIELL AVDELING

Ad.venture AS besørger alt annonsesalg på omtalte annonseflater, på oppdrag for Story House Egmont AS.

www.ad-venture.no

salg: ad@ad-venture.no

materiell: materiell@ad-venture.no

Ad.venture

TITTEL	NAVN	TELEFON	E-POST
Daglig leder	Christian Dannevig	90 40 92 89	christian@ad-venture.no
Kommersiell rådgiver	Anette Hellem	98 83 59 56	anette@ad-venture.no
Kommersiell rådgiver	Alett Bjaaland	92 64 59 99	alett@ad-venture.no
Kommersiell rådgiver	Anita Dahl	92 63 88 79	anita.dahl@ad-venture.no
Annonsekoordinator	Anita Myrvang	94 15 90 89	anita.myrvang@ad-venture.no
Salgskonsulent	Nina Rønning	41 46 60 48	nina@ad-venture.no

We bring stories to life



Story House Egmont AS
Postboks 4980 Nydalen
0441 Oslo

Besøksadresse: Nydalsveien 12, Nydalen



@EGMONTHM



FØLG OSS PÅ
LINKEDIN



FØLG OSS PÅ
FACEBOOK



INNHold

Ung kvinne	4
Kvinne	6
Foreldre	13
Bolig og Interiør	14
Mann/Friluft	20
Digitalt	25
Content-produkter	26
Annonseproduksjon print	28
Materiell og betingelser	32
Formater	33
Vareprøver og bilag	34



Vi treffer denne målgruppen med innhold som engasjerer og inspirerer – innenfor mote, skjønnhet, mat, trender, livsstil og familieliv. Segmentet favner bredt, fra unge kvinner til småbarnsmødre i etableringsfasen.

Gjennom både digitale kanaler og trykte formater tilbyr vi relevant, inspirerende og tilgjengelig innhold som speiler målgruppens interesser og behov – i en tone de kjenner seg igjen i, og på plattformer de bruker hver dag.



KAMILLE
Opplag: 17 213
Lesertall: 104 000



KAMILLE JUL
Opplag: 18 500

FOTO: STUDIO HJELM/VIKING GARN



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.01.2026	1	28.11.2025
2	23.01.2026	4	12.12.2025
3	13.02.2026	7	14.01.2026
4	06.03.2026	10	04.02.2026
5	27.03.2026	13	25.02.2026
6	17.04.2026	16	12.03.2026
7	15.05.2026	20	13.04.2026
8	05.06.2026	23	04.05.2026
9	26.06.2026	26	28.05.2026
10	17.07.2026	29	16.06.2026
11	07.08.2026	32	09.07.2026
12	28.08.2026	35	30.07.2026
13	18.09.2026	38	20.08.2026
14	09.10.2026	41	09.09.2026
15	30.10.2026	44	30.09.2026
16	20.11.2026	47	16.10.2026
17	11.12.2026	50	12.11.2026

FORMAT	PRIS
4/1 s.	159 350
2/1 s.	79 850
1/1 s.	51 850
1/2 s.	42 850
Side 2-3	94 350
Side 4-5	90 350
Side 6-7	87 850
Første høyre	58 350
Andre høyre	57 350
3. Omslag	53 850
Bakside	75 350
v/Leder	60 350
v/Innhold	60 350

KAMILLE

Kamille er Norges største kvinnemagasin. Vi byr på sterke historier, deilig inspirasjon og oppdatering innen mote, trender, mat, interiør, skjønnhet, samliv, reise, helse, trening og sunnhet. Kamille skriver innhold med kvalitet innen alle aspekter av livet til moderne norske kvinner.

Kamille arrangerer også det populære eventet Kamille Weekend.

Målgruppen er kvinner 30 + år.

Leserne har god økonomi, liker å prøve nye produkter, er mer opptatt av kvalitet enn pris og ser på seg selv som trendsetter/opinionsledere.

Opplag: 17 213

Lesertall: 104 000

Facebook: 49 000

Instagram: 44 500



FACEBOOK:
KAMILLE



INSTAGRAM:
@KAMILLENORGE

*God nok
som du er!*



KAMILLE JULEIDEER

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.10.2026	40	31.08.2026

FORMAT	PRIS
2/1 s.	49 000
1/1 s.	32 500
Bakside	41 500

Opplag: 18 500



Kvinne er vårt største segment, med mange unike og engasjerende magasiner som kombinerer fremtid, nåtid og tradisjon. Som markedsleder med lang historikk kjenner vi våre kvinnelige lesere svært godt. Kjerneleserne forblir trofaste mot sine blader.



HJEMMET
Opplag: 101 711
Lesertall: 227 000



**HJEMMET
HELSE**



HER OG NÅ
Opplag: 33 131
Lesertall: 140 000



**NORSK
UKEBLAD**
Opplag: 32 507
Lesertall: 121 000



FAMILIEN
Opplag: 50 605
Lesertall: 157 000



**FAMILIEN
SPESIALER**
Opplag: 20 000



ALT OM JULEN
Opplag: 10 000



HJEMMET

Hjemmet, Norges største ukeblad med over 231 000 lesere hver uke, har i 112 år levert hyggelig lesestoff til norske kvinner.

Fokuset er på hus og hjem og det gode liv sammen med dem man er glad i. Hjemmet skal hver uke være som et Norgesglass fylt med inspirerende matsaker, gode oppskrifter på kaker og annen bakst, koselige interiører, gode helsesaker og fine reisereportasjer.

Bladet inneholder også sterke reportasjer og inspirerende intervjuer med interessante mennesker. Kort og godt er Hjemmet en kilde til kos, inspirasjon, underholdning og nyttige tips. Hjemmet har over 140 000 følgere på Facebook fordelt på: Hjemmet, Bakelyst, Strikkelyst, Reiselyst og Matlyst.

Opplag: 101 711

Lesertall: 227 000

Facebook: 140 000



FACEBOOK:
HJEMMET



INSTAGRAM:
@UKEBLADETHJEMMET

Mest å lese!

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	28.11.2025	KOSTESTRIKK
2	09.01.2026	2	09.12.2025	
3	16.01.2026	3	11.12.2025	
4	23.01.2026	4	15.12.2025	
5	23.01.2026	4	12.12.2025	
6	30.01.2026	5	05.01.2026	
7	06.02.2026	6	09.01.2026	
8	13.02.2026	7	16.01.2026	
9	20.02.2026	8	23.01.2026	
10	27.02.2026	9	30.01.2026	
11	06.03.2026	10	06.02.2026	
12	13.03.2026	11	13.02.2026	
13	20.03.2026	12	20.02.2026	
14	20.03.2026	13	19.02.2026	TEMA
15/16	27.03.2026	15	27.02.2026	PÅSKE DOBBELTNR
17	10.04.2026	16	06.03.2026	TEMA
18	17.04.2026	16	17.03.2026	
19	24.04.2026	17	18.03.2026	
20	30.04.2026	18	26.03.2026	
21	08.05.2026	19	25.03.2026	
22	08.05.2026	19	10.04.2026	
23	15.05.2026	20	16.04.2026	
24	22.05.2026	21	23.04.2026	
25	29.05.2026	22	30.04.2026	
26	05.06.2026	23	06.05.2026	
27	12.06.2026	24	11.05.2026	TEMA
28	19.06.2026	25	21.05.2026	
29	19.06.2026	25	20.05.2026	
30	26.06.2026	26	29.05.2026	
31	03.07.2026	27	05.06.2026	
32	10.07.2026	28	12.06.2026	
33	17.07.2026	29	19.06.2026	
34	24.07.2026	30	26.06.2026	
35	24.07.2026	31	25.06.2026	
36	31.07.2026	31	03.07.2026	
37	07.08.2026	32	10.07.2026	TEMA
38	14.08.2026	33	17.07.2026	
39	21.08.2026	34	24.07.2026	
40	28.08.2026	35	31.07.2026	
41	04.09.2026	36	07.08.2026	
42	11.09.2026	37	14.08.2026	
43	11.09.2026	37	13.08.2026	
44	18.09.2026	38	21.08.2026	
45	25.09.2026	39	28.08.2026	
46	02.10.2026	40	04.09.2026	
47	09.10.2026	41	11.09.2026	TEMA
48	16.10.2026	42	18.09.2026	
49	23.10.2026	43	25.09.2026	
50	23.10.2026	43	24.09.2026	
51	30.10.2026	44	02.10.2026	
52	06.11.2026	45	09.10.2026	
53	13.11.2026	46	15.10.2026	
54	20.11.2026	47	23.10.2026	
55	20.11.2026	47	22.10.2026	
56	27.11.2026	48	30.10.2026	
57	04.12.2026	49	06.11.2026	DOBBELTJULENR
58/59	11.12.2026	50	13.11.2026	
60	28.12.2026	53	27.11.2026	

FORMAT	PRIS
8/1 s.	431 450
6/1 s.	343 750
4/1 s.	269 750
2/1 s.	135 050
1/1 s.	82 250
3/4 s.	72 250
1/2 s.	48 450
1/4 s.	27 000
1/8 side	14 700
Side 2-3	161 550
Første høyreside	96 950
3. Omslag	90 750
Bakside	99 150

OBS! 10% tillegg for garantert plassering i Mat/Helse og Interiør-stoffet. 15% i pristillegg på andre spesialplasseringer.



HJEMMET HELSE

Hjemmet Helse er Norges største helseblad! I tillegg til alt det gode helsestoffet som finnes i Hjemmet hver eneste uke, får abonnentene temautgaver med helse flere ganger i året. Leserne sier Hjemmet er best på helse, og mange av dem har Hjemmet som sin primære kilde til informasjon om helse. Derfor har Hjemmet utvidet satsingen på helsestoffet.

FORMAT	PRIS
2/1 s.	80 000
1/1 s.	49 000
1/2 s.	29 000
1/4 s.	16 000
Bakside	59 000
Bakside	59 000



NORSK UKEBLAD

Norsk ukeblad er landets tredje største ukeblad for kvinner. I tillegg når Norsk Ukeblad et stort publikum gjennom sine digitale kanaler – nettside, Facebook og Instagram.

Leserne sier at Norsk Ukeblad har det beste lesestoffet på mat, reportasjer om vanlige mennesker og historier fra virkeligheten. De viktigste stoffområdene er reportasjer, leserfortellinger, helse, mat, mote, skjønnhet, reise, interiør, håndarbeid og kryssord.

Norsk Ukeblad henvender seg til kjøpsterke norske kvinner i en livsfase der barna er på vei ut av hjemmet, og de har tid og penger til seg selv.

Opplag: 32 507

Lesertall: 121 000

Facebook: 36 000

FACEBOOK:
NORSK UKEBLAD

INSTAGRAM:
@NORSKUKEBLAD

Mye å glede seg til!

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	03.12.2025	Tema
2	09.01.2026	2	08.12.2025	
3	09.01.2026	2	05.12.2025	
4	16.01.2026	3	15.12.2025	
5	23.01.2026	4	16.12.2025	Tema
6	30.01.2026	5	07.01.2026	
7	06.02.2026	6	14.01.2026	
8	06.02.2026	6	14.01.2026	
9	13.02.2026	7	21.01.2026	Tema
10	20.02.2026	8	28.01.2026	
11	27.02.2026	9	04.02.2026	
12	27.02.2026	9	04.02.2026	
13	06.03.2026	10	11.02.2026	Påske/dobbel
14	13.03.2026	11	18.02.2026	
15	20.03.2026	12	25.02.2026	
16	27.03.2026	13	04.03.2026	
17	27.03.2026	13	04.03.2026	Tema
18	10.04.2026	15	16.03.2026	
19	17.04.2026	16	25.03.2026	
20	24.04.2026	17	23.03.2026	
21	24.04.2026	17	23.03.2026	Tema
22	30.04.2026	18	09.04.2026	
23	08.05.2026	19	15.04.2026	
24	15.05.2026	20	22.04.2026	
25	22.05.2026	21	28.04.2026	Tema
26	29.05.2026	22	06.05.2026	
27	05.06.2026	23	11.05.2026	
28	05.06.2026	23	11.05.2026	
29	12.06.2026	24	19.05.2026	Tema
30	19.06.2026	25	27.05.2026	
31	26.06.2026	26	03.06.2026	
32	03.07.2026	27	10.06.2026	
33	10.07.2026	28	17.06.2026	Tema
34	17.07.2026	29	24.06.2026	
35	24.07.2026	30	01.07.2026	
36	31.07.2026	31	08.07.2026	
37	07.08.2026	32	15.07.2026	Tema
38	14.08.2026	33	22.07.2026	
39	21.08.2026	34	29.07.2026	
40	28.08.2026	35	05.08.2026	
41	04.09.2026	36	12.08.2026	Tema
42	11.09.2026	37	19.08.2026	
43	18.09.2026	38	24.08.2026	
44	18.09.2026	38	26.08.2026	
45	25.09.2026	39	02.09.2026	Tema
46	02.10.2026	40	09.09.2026	
47	09.10.2026	41	14.09.2026	
48	16.10.2026	42	23.09.2026	
49	23.10.2026	43	28.09.2026	Tema
50	23.10.2026	43	30.09.2026	
51	30.10.2026	44	07.10.2026	
52	06.11.2026	45	14.10.2026	
53	13.11.2026	46	21.10.2026	Tema
54	20.11.2026	47	28.10.2026	
55	20.11.2026	47	28.10.2026	
56	27.11.2026	48	04.11.2026	
57	04.12.2026	49	11.11.2026	Jul/dobbel
58	11.12.2026	50	18.11.2026	
59	11.12.2026	50	18.11.2026	
60	28.12.2026	53	02.12.2026	

FORMAT	PRIS
8/1 s.	341 650
6/1 s.	271 850
4/1 s.	213 350
3/1 s.	147 050
2/1 s.	106 850
1/1 s.	65 350
3/4 s.	57 150
1/2 s.	38 950
1/4 s.	22 700
1/8 side	12 500
Side 2-3	128 350
1. Høyreside	74 950
Bakside	77 950





NORSK UKEBLAD SPESIALER

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	23.01.2026	4	15.12.2025	Mønsterstrikk
2	20.03.2026	12	13.02.2026	Enkel strikk
3	07.08.2026	32	03.07.2026	Made by Me
4	09.10.2026	41	03.09.2026	Småstrikk og restegarn

FORMAT	PRIS
2/1 s.	30 000
1/1 s.	20 000
1/2 s.	12 500
1/4 s.	6 990
1/8 s.	4 990
Bakside	30 000
1. oppslag	40 000



ALT OM JULEN

Egen spesialutgave i forkant av juletiden, for å få leserne i stemning og inspirere dem med alt som hører julen til. Dette bladet blir samlet på år etter år! Leserne får lekke, delikate juleoppskrifter, idéer og inspirasjon, slik at de får den julen de drømmer om. Dette er et lekkert og glossy julemagasin.

Opplag: 10 000

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.10.2026	40	24.08.2026

FORMAT	PRIS
2/1 s.	51 000
1/1 s.	30 000
1/2 s.	18 000
Bakside	34 500







FAMILIEN

Familien – et blad som gir en meningsfull og inspirerende hyggestund.

Familien er Norges nest største ukeblad. Gjennom hyggelige reportasjer, romaner, noveller og mat, samt variert håndarbeid inspirerer vi leserne.

Helse og velvære kompletterer tilbudet fra Familien, et blad som aktivt engasjerer gjennom hver eneste side.

Stikkord om leseren: Kvinner 55 år+, tradisjonell i levestil og holdninger, «materfamilias» – familiens kjerne, glad i håndarbeid, hagearbeid, baking/matlagning, liker å reise, er LYKKELIG og fornøyd med livet sitt og ønsker ingen store endringer, men er alltid åpen for inspirasjon og bekrefteelse på det livet hun lever.



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.01.2026	1	28.11.2025
2	16.01.2026	3	11.12.2025
3	30.01.2026	5	02.01.2026
4	13.02.2026	7	16.01.2026
5	27.02.2026	9	30.01.2026
6	13.03.2026	11	13.02.2026
7	27.03.2026	13	27.02.2026
8	10.04.2026	15	06.03.2026
9	24.04.2026	17	17.03.2026
10	08.05.2026	19	10.04.2026
11	22.05.2026	21	16.04.2026
12	05.06.2026	23	04.05.2026
13	19.06.2026	25	21.05.2026
14	03.07.2026	27	05.06.2026
15	17.07.2026	29	19.06.2026
16	31.07.2026	31	03.07.2026
17	14.08.2026	33	17.07.2026
18	28.08.2026	35	31.07.2026
19	11.09.2026	37	14.08.2026
20	25.09.2026	39	28.08.2026
21	09.10.2026	41	11.09.2026
22	23.10.2026	43	25.09.2026
23	06.11.2026	45	09.10.2026
24	20.11.2026	47	23.10.2026
25	04.12.2026	49	06.11.2026
26	18.12.2026	51	20.11.2026

Opplag: 50 605

Lesertall: 157 000

Facebook: 29 000



FAMILIENS HÅNDARBEID

I Familiens Idébøker finner du lekke oppskrifter, masse inspirasjon og ideer. Familien gir ut idébøker som har lang levetid og blir samlet på og tatt frem år etter år. Alle bøkene blir laget av medarbeidere som er eksperter på sine områder. De fleste inneholder også en del unik design. I tillegg til faglig dyktighet formidles stoffet slik at alle kan følge rådene og oppskriftene.

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.01.2026	1	27.11.2025
2	13.02.2026	7	05.01.2026
3	22.05.2026	22	16.04.2026
4	28.08.2026	35	30.07.2026
5	30.10.2026	44	05.09.2026

FORMAT	PRIS
8/1 s.	239 098
6/1 s.	198 230
4/1 s.	155 550
2/1 s.	77 950
1/1 s.	41 850
3/4 s.	36 750
1/3 s.	19 300
1/2 s.	24 050
1/4 s.	14 400
1/8 s.	8 200
Side 2	48 750
Side 2-3	85 650
Første høyreside	50 250
Bakside	50 250

*Best på
håndarbeid!*



FAMILIENS JULEIDEER

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	02.10.2026	40	02.09.2026

FORMAT	PRIS
1/1s.	30 000
Bakside	35 000
2x1/1s.	40 000



HER OG NÅ

Varmer møter med våre største kjendiser, nyheter om kongelige fra hele Europa, flotte bildeopplevelser og den beste TV-guiden. Det er hva Her og Nå tar mål av seg til å levere til leseren hver uke, til en vesentlig billigere penge i forhold til konkurrentene. Her og Nå er det hyggelige bladet om kjente mennesker. Vi skal glede og engasjere, og du skal sitte igjen med en god følelse når du er ferdig med bladet.

Målgruppen er: Kvinner 40 år+. I tillegg til reportasjer om kjente mennesker er leserne også opptatt av det som skjer på TV.

Opplag: 33 131
Lesertall: 140 000
Instagram: 23 900

FACEBOOK:
HER OG NÅ

INSTAGRAM:
@HEROGNAA

Mest for pengene!

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	05.12.2025	Tema 1
2	09.01.2026	2	12.12.2025	
3	09.01.2026	2	12.12.2025	
4	16.01.2026	3	15.12.2025	
5	23.01.2026	4	02.01.2026	
6	30.01.2026	5	09.01.2026	Tema 2
7	06.02.2026	6	16.01.2026	
8	13.02.2026	7	23.01.2026	
9	13.02.2026	7	23.01.2026	
10	20.02.2026	8	30.01.2026	
11	27.02.2026	9	06.02.2026	Tema 3
12	06.03.2026	10	13.02.2026	
13	06.03.2026	10	13.02.2026	
14	13.03.2026	11	20.02.2026	
15	20.03.2026	12	27.02.2026	
16/17	27.03.2026	13	09.03.2026	Dobbelt påskener.
18	10.04.2026	15	13.03.2026	Tema 4
19	17.04.2026	16	19.03.2026	
20	17.04.2026	16	19.03.2026	
21	24.04.2026	17	26.03.2026	
22	30.04.2026	18	10.04.2026	
23	08.05.2026	19	17.04.2026	Tema 5
24	15.05.2026	20	23.04.2026	
25	15.05.2026	20	23.04.2026	
26	22.05.2026	21	30.04.2026	
27	29.05.2026	22	06.05.2026	
28	05.06.2026	23	12.05.2026	Tema 6
29	12.06.2026	24	22.05.2026	
30	19.06.2026	25	29.05.2026	
31	19.06.2026	25	29.05.2026	
32	26.06.2026	26	05.06.2026	
33	03.07.2026	27	12.06.2026	Tema 7
34	10.07.2026	28	19.06.2026	
35	17.07.2026	29	26.06.2026	
36	24.07.2026	30	03.07.2026	
37	31.07.2026	31	10.07.2026	
38	31.07.2026	31	10.07.2026	Tema 8
39	07.08.2026	32	17.07.2026	
40	14.08.2026	33	24.07.2026	
41	21.08.2026	34	31.07.2026	
42	21.08.2026	34	31.07.2026	
43	28.08.2026	35	07.08.2026	Tema 9
44	04.09.2026	36	14.08.2026	
45	11.09.2026	37	21.08.2026	
46	11.09.2026	37	21.08.2026	
47	18.09.2026	38	28.08.2026	
48	25.09.2026	39	04.09.2026	Tema 10
49	02.10.2026	40	11.09.2026	
50	02.10.2026	40	11.09.2026	
51	09.10.2026	41	18.09.2026	
52	16.10.2026	42	25.09.2026	
53	23.10.2026	43	05.10.2026	Tema 11
54	23.10.2026	43	05.10.2026	
55	30.10.2026	44	09.10.2026	
56	06.11.2026	45	16.10.2026	
57	13.11.2026	46	23.10.2026	
58	13.11.2026	46	23.10.2026	Tema 12
59	20.11.2026	47	30.10.2026	
60	27.11.2026	48	06.11.2026	
61	04.12.2026	49	13.11.2026	
62	04.12.2026	49	13.11.2026	
63	11.12.2026	50	20.11.2026	Tema 13
64	18.12.2026	51	27.11.2026	
65	28.12.2026	53	04.12.2026	

FORMAT	PRIS
8/1 s.	229 250
6/1 s.	181 150
4/1 s.	142 150
3/1 s.	100 150
2/1 s.	71 250
1/1 s.	44 650
1/2 s. bredde	28 750
1/2 s. høyde	28 750
1/3 s.	20 500
1/4 s.	16 300
1/4 s. høyde/bredde	16 300
1. høyreside	52 350
Bakside	52 350
Side 2-3	82 000



TV-GUIDEN

FORMAT	PRIS
Bakside 187 x 263	25 000
1/1 s. 187 x 263	20 000
2/1 s. 374 x 263	30 000

Avbestillingsfrist: 6 uker før utgivelsesdato.



FORELDRE & BARN

er det eneste spesialiserte magasinet rettet mot foreldre med barn fra 0–6 år.

Aktuelle temaer, matoppskrifter, stoff om kosthold og ernæring, spennende spaltister og rørende reportasjer finner leseren alltid i Foreldre & Barn. Magasinet er også best på å gjøre grundige og uavhengige forbrukertester mot vårt segment.

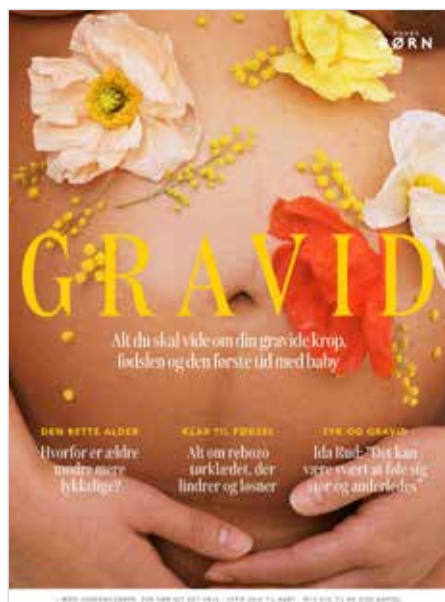
Opplag: 10 601

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	16.01.2026	3	08.12.2025
2	13.03.2026	11	16.02.2026
3	29.05.2026	22	04.05.2026
4	03.07.2026	27	08.06.2026
5	25.09.2026	39	31.08.2026
6	20.11.2026	47	26.10.2026

FORMAT	PRIS
4/1 s.	148 350
2/1 s.	74 350
1/1 s.	53 350
1/2 s.	43 850
Side 2-3	92 350
Side 4-5	88 350
Side 6-7	82 850
v/Innhold	60 350
1. høyreside	60 350
2. høyreside	58 350
3. Omslag	58 350
Bakside	72 850



MERKEVARE FORELDRE



FORMAT	PRIS
1/1 første høyre side	75 000
1/1s.4f. 3. omslagside	73 000
1/1s. bakside	125 500
1/1s.	64 700
2/1s. side 2-3	119 900
2/1 s. s. 4-5	115 900
2/1 s. i oppslag	105 500
1/2.s	48 300

GRAVID

Nyutgivelse i 2026 – Gravid er tilbake!

Lages i samarbeid med våre venner i Egmont Danmark

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	24.04.2026	17	18.03.2026

MERKEVARE BOLIG OG INTERIØR



Story House Egmont er størst i Norge på interiør. Våre interiørprodukter er en blanding av godt etablerte merkevarer og spennende nyskapninger.

Innholdet varierer fra det velkjente og verdsette norske til det moderne utenlandske, fra det romantiske til det praktiske og fra det enkle til det mer eksklusive. Våre produkter har lesere og brukere i ulike livsfaser, vi treffer både bredt og smalt samtidig.

Hos oss er det liten dobbeldekning mellom print og nett, og lesertallene viser en enorm totalstabilitet.

Merkevarene i dette segmentet skaper et eget univers for sine lesere, og leserne kan møte merkevaren via bladet, digitale flater, blogger og sosiale medier.



BONYTT

Opplag: 21 332

Lesertall: 137 000



LEV LANDLIG

Opplag: 30 575

Lesertall: 112 000



HYTTELIV

Opplag: 24 775

Lesertall: 142 000



**MAISON
MAT & VIN**

Opplag: 14 368

Lesertall: 103 000



**MAISON
INTERIØR**

Opplag: 14 900

Lesertall: 84 000



ROM123

Opplag: 15 546

Lesertall: 78 000



BOLIGDRØM

Opplag: 9 148

Lesertall: 65 000



**HAGELIV &
UTEROM**

Opplag: 14 076

Lesertall: 134 000



**BO BYGG
OG BOLIG**

Opplag: 15 546



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	16.01.2026	3	11.12.2025	STUE, GULV, SOFABORD
2	13.02.2026	7	16.01.2026	SOVEROM, SENEGAVL
3	06.03.2026	10	06.02.2026	KJØKKEN, LYS, BAD
4	27.03.2026	13	27.02.2026	UTEROM, HAGEMØBLER
5	24.04.2026	17	20.03.2026	ROM I HAGEN, UTESTUE
6	15.05.2026	20	15.04.2026	SOMMERTEKSTIL, TAPET
7	12.06.2026	24	04.05.2026	SOMMERENS NYHETER
8	10.07.2026	28	08.06.2026	STAYCATION, UTEKJØK
9	31.07.2026	31	03.07.2026	BO KOMPAKT
10	21.08.2026	34	24.07.2026	DESIGN-NYHETER, TEPPER
11	11.09.2026	37	14.08.2026	BAD, LYS, PEIS/OVN
12	09.10.2026	41	11.09.2026	FARGER, TAPET, KJØKKEN
13	06.11.2026	45	09.10.2026	JUL OG JULEFEST, GAVER
14	11.12.2026	50	16.11.2026	NYTT ÅR, TENDENSER

FORMAT	PRIS
4/1 s.	180 350
2/1 s.	90 350
1/1 s.	59 000
1/2 s	35 350
Side 2-3	100 350
Side 4-5	97 350
Side 6-7	95 350
Side 8-9	95 350
Side v/leder	62 000
1. høyre helside	62 000
2. høyre helside	60 000
3. Omslag	60 350
Bakside	69 350

BONYTT

Bonytt er Norges største bolig- og interiørmagasin og er en viktig inspirasjonskilde for en bred gruppe faste lesere. Bonytt skriver om innredning, arkitektur, kunst og kultur på en måte som skal gi leserne ideer, tips og kunnskap til å skape sitt personlige, unike hjem – og hjelpe andre med å gjøre det samme. Magasinet vil dessuten gi næring til noe mer enn interiørinteressen ved å skape møter med mennesker gjennom portretter og personlige historier. Magasinet er alltid tidlig ute med å presentere nyheter innen design, arkitektur og boligtrender.

Målgruppen er kvinner 35+, majoriteten er i aldersgruppen 35–55.

Mange har høy utdanning og inntekt og liker kunst, kultur, mat og reiser.

Opplag: 21 332

Lesertall: 137 000

Instagram: 110 000



FACEBOOK:
BONYTT



INSTAGRAM:
@BONYTT

*Det du trenger av
inspirasjon til
hjemmet ditt*





NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	09.01.2026	2	04.12.2025	TAPET OG TEKSTILER
2	06.02.2026	6	05.01.2026	SOVEROM, LOPPER
3	06.03.2026	10	02.02.2026	BAD, FLISER, BALKONG
4	10.04.2026	15	04.03.2026	HAGEMØBLER, UTEROM
5	08.05.2026	19	26.03.2026	SOMMERFEST, HAGER
6	12.06.2026	24	06.05.2026	MAGISKE UTEPLASSER
7	17.07.2026	29	12.06.2026	ROM I HAGEN, PERGOLA
8	28.08.2026	35	24.07.2026	KJØKKEN, ENTRE, GULV
9	25.09.2026	39	26.08.2026	FARGER
10	23.10.2026	43	24.09.2026	STUE, VARME, LYS
11	27.11.2026	48	28.10.2026	JUL

FORMAT	PRIS
4/1 s.	104 350
2/1 s.	58 350
1/1 s.	39 000
1/2 s.	19 850
Side 2-3	62 350
Side 4-5	60 350
Side v/leder	41 350
1. høyre helside	41 350
3. Omslag	41 350
Bakside	45 350

De beste ideene og de smarteste tipsene

Opplag: 15 546

Lesertall: 78 000

Instagram: 99 200

ROM123

Rom123 er magasinet som skal inspirere og hjelpe interiørinteresserte til å skape et levende og personlig hjem.

Magasinet er ungt, lekent og trendy og presenterer boligreportasjer, trendstoff, shoppingstoff, enkelt gjør-det-selv-stoff, temastoff og guider. Rom123 har både

trendinnsikt og evne til å formidle enkle og smarte løsninger på lesernes premisser. Målgruppen er interiørinteresserte kvinner på 25 – 45 år. Hun ønsker å skape et hjem med personlig preg, er opptatt av trender og fornyer gjerne hjemmet sitt ofte.



FACEBOOK:
ROM123



INSTAGRAM:
@ROM123EGMONT



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	26.11.2025	INTERIØR
2	06.02.2026	6	05.01.2026	KJØKKEN
3	06.03.2026	10	02.02.2026	HAGESTART
4	10.04.2026	15	05.03.2026	UTESTUE, DRIVHUS
5	08.05.2026	19	26.03.2026	REISE I NORGE
6	05.06.2026	23	28.04.2026	SOMMERHUS
7	03.07.2026	27	03.06.2026	HAGE OG UTELIV
8	07.08.2026	32	09.07.2026	KJØKKEN
9	04.09.2026	36	05.08.2026	BAD, VASKEROM
10	02.10.2026	40	03.09.2026	OVNER, VARME
11	06.11.2026	45	08.10.2026	FØRJULSTID
12	04.12.2026	49	04.11.2026	JULEFEIRING

FORMAT	PRIS
4/1 s.	75 000
2/1 s.	45 000
2/1 s (1. oppslag)	50 000
1/1 s.	30 000
1/2 s.	18 000
Side 2	33 000
1. høyre	35 000
3. omslag	35 000
Bakside	40 000
v/leder	35 000
1/4 s.	10 500

Opplag: 30 575

Lesertall: 112 000

Instagram: 73 600

LEV LANDLIG

Lev Landlig henvender seg til alle med sansen for livet på landet, enten du bor på landet eller du bor i byen og drømmer om det gode landlivet. Vi viser deg boliger og interiør i klassisk landlig stil, du

får masse ideer til hus og hage, og sesongens beste oppskrifter på hjemmelaget mat. Lev Landlig gir også inspirasjon og ideer til ting man kan lage selv, som dekorasjoner og håndarbeid.



FACEBOOK:
LEV LANDLIG



INSTAGRAM:
@LEVLANDLIG



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	09.01.2026	2	04.12.2025	OPPBEVARING, VARME
2	13.02.2026	7	16.01.2026	KJØKKEN, GULV
3	20.03.2026	12	19.02.2026	UTEPLASS, PÅSKE
4	24.04.2026	17	17.03.2026	HAGE, VINDUER, MALE
5	22.05.2026	21	15.04.2026	HAGE, UTEROM/KJK
6	19.06.2026	25	18.05.2026	HAGE, GRILL, UTEBAD
7	24.07.2026	30	24.06.2026	TILBYGG, BOD, SOV
8	21.08.2026	34	22.07.2026	KJØKKEN, TAK, HAGE
9	25.09.2026	39	26.08.2026	BAD, BADSTUE, STUE
10	30.10.2026	44	30.09.2026	BELYSNING, STRØM
11	27.11.2026	48	28.10.2026	JUL PÅ HYTTA

FORMAT	PRIS
4/1 s.	123 000
2/1 s.	65 000
1/1 s.	44 300
1/2 s.	26 600
1/4 s.	15 950
Side 2-3	77 250
1. høyre helside	55 000
2. høyre helside	50 000
Side v/leder	47 500
3. omslag	50 000
Bakside	60 000

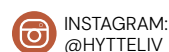
Opplag: 24 775
Lesertall: 142 000
Instagram: 78 200

HYTTTELIV

Hytteliv er Norges største og eldste magasin om hytte og er helt unikt i det norske magasinmarkedet. Bladet brukes som oppslagsverk og har lang levetid. Her finner leserne praktisk nyttestoff, smarte tips og inspirerende

reportasjer fra hytter omkring i Norge.

Hytteteiere er både kvinner og menn. De er godt voksne, har høyere utdanning og god inntekt.



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	23.01.2026	4	15.12.2025	BOLIGER, INSPIRASJON
2	06.03.2026	10	06.02.2026	BOLIGER, INSPIRASJON
3	24.04.2026	17	16.03.2026	UTEPLASS, BOLIGER
4	05.06.2026	23	04.05.2026	SOMMER, BOLIGER
5	17.07.2026	29	19.06.2026	BOLIGER, INSPIRASJON
6	28.08.2026	35	31.07.2026	BOLIGER, INSPIRASJON
7	09.10.2026	41	11.09.2026	BOLIGER, INSPIRASJON
8	20.11.2026	47	23.10.2026	JUL, BOLIGER, INSP.

FORMAT	PRIS
4/1 s.	80 350
2/1 s.	40 350
1/1 s.	25 350
1/2 s.	18 350
Side 2-3	54 350
Side 4-5	50 350
Side v/leder	31 350
Side v/Innhold	31 350
1. høyre helside	29 350
3. Omslag	31 350
Bakside	36 350

Litt søndag hver dag!

Opplag: 9 148
Lesertall: 65 000
Instagram: 50 200



BOLIGDRØM

Bladet gir inspirasjon til å skape en helhetlig ramme rundt det gode liv. Bolig-Drøm dekker både hage, mat og interiør.

Bladet har raust med vakre bilder som gir inspirasjon til å skape den gode

stemningen i eget hjem. Stilen er tidløs og klassisk med innslag fra dagens tren-der – «koselig, men kult», Målgruppen er velutdannede kvinner +/-35 år med god økonomi. De vil vise hvem de er gjennom

hjemmet sitt, og liker å samle familie og venner til kos og hygge med god mat og drikke.



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	09.01.2026	2	04.12.2025	OPPBEVARING, SOV, GULV
2	13.02.2026	7	16.01.2026	BAD, FLISER
3	20.03.2026	12	23.02.2026	STUE, SPISESTUE, LYS
4	24.04.2026	17	18.03.2026	UTEROM, TERRASSE
5	05.06.2026	23	05.05.2026	SOMMER UTE/INNE
6	31.07.2026	31	03.07.2026	HØST, FARGER, TEKSTIL
7	11.09.2026	37	14.08.2026	KJØKKEN, FARGER
8	16.10.2026	42	21.09.2026	BELYSNING, NYHETER
9	27.11.2026	48	02.11.2026	JUL, PYNT, INSPIRASJON

FORMAT	PRIS
1/1 s.	30 250
2/1 s.	53 250
1/2	16 250
1/4	9 900
Side 2-3	69 900
Side 4-5	60 250
Side 6-7	60 250
2/1	53 250
3. Omslag	40 250
Bakside	50 250
1/1 s. ved leder	34 900

Opplag: 14 900
Lesertall: 84 000
Instagram: 56 600

#lenvakkert

MAISON INTERIØR

MAISON Interiør er bladet for alle som er interessert i vakre boliger. Her finner leseren hjem med personlighet og stil.

I MAISON Interiør kan leseren bli med på besøk til mennesker med utpreget sans for estetikk, og som gjerne innreder i en frodig miks.

Her er boliger med kontinentalt preg, kunst og interiør, formet av beboere som legger sjelen i hjemmet sitt. Målgruppen er urbane kvinner 40 år+ med husstandsinnkomst over gjennomsnittet, og som er opptatt av det aller beste.



FACEBOOK:
MAISON INTERIØR



INSTAGRAM:
@MAISONINTERIOR



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	09.01.2026	2	04.12.2025
2	27.02.2026	9	02.02.2026
3	17.04.2026	16	16.03.2026
4	05.06.2026	23	05.05.2026
5	17.07.2026	29	18.06.2026
6	28.08.2026	35	03.08.2026
7	09.10.2026	41	11.09.2026
8	20.11.2026	47	20.10.2026

Matglede for matglade!

Opplag: 10 992
Lesertall: 103 000
Instagram: 12 000

FORMAT	PRIS
2/1 s.	50 250
1/1 s.	33 250
1/2 bredde/høyde	20 250
1/4	10 900
1/1 side mot spesialplasseringer	35 900
Side 2-3	59 900
Side 4-5	55 250
Side 6-7	55 250
1/1 s. ved leder	35 900
3. Omslag	36 250
Bakside	52 250



FACEBOOK:
MAISON MAT & VIN



INSTAGRAM:
@MATOGVIN

MAISON MAT & VIN

Maison mat & vin er Norges største og eldste matmagasin. Siden starten i 2003 har Maison mat & vin inspirert og hjulpet mat- og vininteresserte til å skape gode opplevelser for seg selv og sine gjester.

Her finner leseren oppskrifter på leker mat, velvalgte vintips, møter med

inspirerende matpersonligheter, fristende matreisemål og tips til det beste kjøkkenutstyret.

Magasinet er blitt en vinner i sitt segment, både i leser- og opplagstall. I 2023 markerte vi suksessen og 20-årsjubileet med å øke fra 6 til 8 utgaver.

Målgruppen er kvinner og menn på

40+ som er over gjennomsnittet matinteresserte livsnytere med høy utdanning og god økonomi. De er glad i å reise og bruker tid og penger på god mat og drikke og riktige redskaper.



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	02.12.2025	FRØ, PLANLEGGING
2	06.02.2026	6	06.01.2026	DRIVHUS, DYRKING
3	06.03.2026	10	06.02.2026	UTEROM, UTEMØBLER
4	10.04.2026	15	10.03.2026	SOMMERBLOMSTER
5	08.05.2026	19	10.04.2026	UTEKJØKKEN, GRILL
6	05.06.2026	23	05.05.2026	TERRASSE, SOL
7	03.07.2026	27	08.06.2026	VANNING I HAGEN
8	07.08.2026	32	06.07.2026	DYRKING, HØSTING
9	11.09.2026	37	17.08.2026	HØST, LØK, RYDDING
10	13.11.2026	46	19.10.2026	ADVENT, JUL, DEKOR

FORMAT	PRIS
2/1	52 000
1/1	40 000
Bakside	50 000
1/2	25 000
1/4 (markedsannonse)	12 990
1/8 (markedsannonse)	9 900

Opplag: 14 076
Lesertall: 134 000
Instagram: 30 200

HAGELIV & UTEROM

Hageliv & uterom er et inspirerende magasin for boligeiere med tilgang til hage, balkong eller terrasse. Vi gir den perfekte guide til alle som ønsker et lettstelt og avslappende uteområde der man kan nyte livet!

Vi holder høy hagefaglig kvalitet med anbefalinger av planter som passer norsk klima, her finner du også fyldige produktguider med alt fra drivhus og utemøbler til hageredskaper og frø. Samarbeider med @minoase.

 **INSTAGRAM:**
 @HAGELIVOGUTEROM
 **INSTAGRAM:**
 @MINOASE



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	09.02.2026	6	15.12.2025
2	23.10.2026	43	17.09.2026

Opplag: 15 546

LANDSDEKKENDE

FORMAT	PRIS
2/1	78 800
1/1	46 900
1/2	30 500
1/4	21 800

REGIONALT

FORMAT	PRIS
1/1	35 500
1/2	21 900
1/4	15 200

BO BYGG OG BOLIG

Bo Bygg og Bolig er et spesialmagasin for deg som skal bygge hus, restaurere, vedlikeholde eller pusse opp boligen. Her finner leseren tips og veiledning om alt fra fargevalg og råteskader til fuger. Bo Bygg og Bolig har også en oversikt over fagfolk regionalt, slik at leseren enkelt skal finne lokale håndverkere.

Magasinet utkommer vår og høst, det sampakkes med ROM123, og har samme opplag som dette. Bo Bygg og Bolig publiseres også på Flipp.



Story House Egmont kjenner norske menn og har en ledende posisjon i målgruppen. Vi har produkter for mannen som bryr seg om bil, båt, teknologi, verktøy, action, villmark, historie og spennende dokumentarer!



VI MENN
Opplag: 21 591
Lesertall: 108 000



VI MENN BOBIL



VI MENN BIL



VI MENN BÅT



JAKT
Opplag: 9 303
Lesertall: 112 000



ALT OM FISKE
Opplag: 6 667
Lesertall: 93 000



VILLMARKSLIV
Opplag: 14 666
Lesertall: 108 000



NORSK MOTORVETERAN



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1/2	02.01.2026	1	28.11.2025
3	13.02.2026	7	12.01.2026
4	13.03.2026	11	11.02.2026
5	10.04.2026	15	06.03.2026
6	15.05.2026	20	07.04.2026
7	19.06.2026	25	18.05.2026
8	24.07.2026	30	26.06.2026
9	21.08.2026	34	20.07.2026
10	25.09.2026	39	27.08.2026
11	30.10.2026	44	28.09.2026
12	04.12.2026	49	30.10.2026



Opplag: 14 666
Lesertall: 108 000
Facebook: 13 000

VILLMARKSLIV

I Villmarksliv leveres livet litt villere. Bli med Norges mest erfarne friluftskribenter på tur med fotoapparat, fiskestang, sekk og borse Norge rundt!

Helt siden 1973 har Villmarksliv vært boltreplass for ekte, norske villmarkinger! Her finner du hver måned reportasjer fra friluftsliv, ørretfiske, elgjakt, rypejakt, havfiske og annet som får blodet til å koke hos den moderne villmarking. I Vill-

marksliv finner du også omfattende områdereportasjer, konkurranser, portretter og nyheter. Dessuten arrangerer Villmarksliv NM i naturfoto.

I tillegg er det en egen testseksjon i hver utgave av Villmarksliv, hvor våre erfarne testere deler sine feltefaringer med leserne. Store, sammenlignende tester, småtester av enkeltprodukter, langtids-tester, testlaboratorium og kjøperåd.

FORMAT	PRIS
8/1 s.	167 150
6/1 s.	136 750
4/1 s.	107 350
3/1 s.	69 850
2/1 s.	53 850
1/1 s.	30 250
1/2 s. høyde/bredde	18 850
1/3 s.	14 500
1/4 s. høyde/bredde	12 700
Side 2-3	61 900
Første høyreside	34 850
2. Oppslag	57 850
Bakside	39 850

VILLMARKSLIV SPESIAL

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	12.06.2026	24	11.05.2026

FORMAT	PRIS
2/1 s.	25 000
1/1 s.	15 000
1/2 s.	8 000
Bakside	20 000



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1/2	09.01.2026	2	02.12.2025
3	27.02.2026	9	29.01.2026
4	20.03.2026	12	19.02.2026
5	15.05.2026	20	09.04.2026
6	26.06.2026	26	28.05.2026
7	24.07.2026	30	25.06.2026
8	14.08.2026	33	16.07.2026
9	09.10.2026	41	10.09.2026
10	13.11.2026	46	15.10.2026



Opplag: 6 667
Lesertall: 93 000

FORMAT	PRIS
4/1 s.	72 250
3/1 s.	57 650
2/1 s.	43 150
1/1 s.	24 150
1/2 s. bredde/høyde	14 250
1/3 s.	10 700
1/4 s. bredde/høyde	8 900
Side 2-3	53 250
Første høyreside	27 250
2. Oppslag	48 350
3. Omslag	27 250
Bakside	29 850

ALT OM FISKE

Fiskefeber er godt for helsa!

Alt om Fiske skriver om det beste fiskeutstyret, de beste fisketeknikkene og hvor man kan få best utbytte. Dessuten tar vi for oss helt grunnleggende sportsfiskekunnskap i hver eneste

utgave. Alt om Fiske er Norges eneste rene sportsfiskemagasin. Bladet reiser land, strand og fjorder rundt for å gi leserne de beste tipsene, de beste fiskereportasjene og de beste historiene.

*Fiskefeber
- godt for helsa!*



VI MENN

Vi Menns prisvinnende redaksjon setter troverdighet og journalistisk kvalitet meget høyt, men aller øverst er evnen til å være eksklusiv.

Alle våre reportasjer er produsert etter strenge metodiske regler, og ved hjelp av leserpanelet vårt finjusterer vi hver uke en redaksjonell miks basert på opplysning, nytte og underholdning.

Her finner du dokumentarer, krigshistorie, krim, eventyr, populærvitenskap, friluftsliv, fly, bil og båt. Ingen annen norsk redaksjon har den samme bredden – eller den samme eksklusiviteten.

Opplag: 21 591

Lesertall: 108 000

Facebook: 17 000



FACEBOOK:
VI MENN



INSTAGRAM:
@BLADETVIMENN

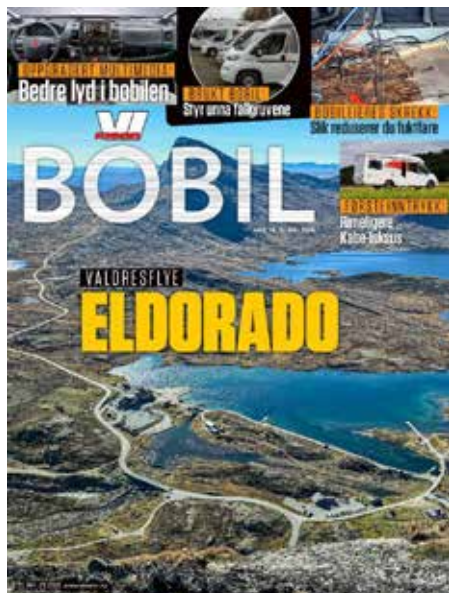
*Ingen fake news,
bare Vi Menn*

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	02.01.2026	1	28.11.2025	Bil 1
2	09.01.2026	2	09.12.2025	
3	16.01.2026	3	10.12.2025	
4	23.01.2026	4	11.12.2025	
5	30.01.2026	5	02.01.2026	
6	30.01.2026	5	06.01.2026	
7	06.02.2026	6	09.01.2026	
8	13.02.2026	7	16.01.2026	
9	20.02.2026	8	23.01.2026	
10	27.02.2026	9	30.01.2026	
11	27.02.2026	9	03.02.2026	Bobil 1
12	06.03.2026	10	06.02.2026	
13	13.03.2026	11	13.02.2026	
14	20.03.2026	12	20.02.2026	
15-16	27.03.2026	13	27.02.2026	
17	27.03.2026	13	03.03.2026	
18	10.04.2026	15	06.03.2026	
19	17.04.2026	16	18.03.2026	
20	24.04.2026	17	19.03.2026	
21	30.04.2026	18	26.03.2026	Bobil 2
22	30.04.2026	18	07.04.2026	
23	08.05.2026	19	10.04.2026	
24	15.05.2026	20	16.04.2026	
25	22.05.2026	21	23.04.2026	
26	29.05.2026	22	30.04.2026	
27	29.05.2026	22	05.05.2026	Båt 2
28	05.06.2026	23	06.05.2026	
29	12.06.2026	24	12.05.2026	
30	19.06.2026	25	21.05.2026	
31	26.06.2026	26	29.05.2026	
32	26.06.2026	26	02.06.2026	
33	03.07.2026	27	05.06.2026	
34	10.07.2026	28	12.06.2026	
35	17.07.2026	29	19.06.2026	
36	24.07.2026	30	26.06.2026	Bobil 3
37	31.07.2026	31	03.07.2026	
38	31.07.2026	31	07.07.2026	
39	07.08.2026	32	10.07.2026	
40	14.08.2026	33	17.07.2026	
41	21.08.2026	34	24.07.2026	
42	28.08.2026	35	31.07.2026	
43	28.08.2026	35	04.08.2026	
44	04.09.2026	36	07.08.2026	
45	11.09.2026	37	14.08.2026	Båt 3
46	18.09.2026	38	21.08.2026	
47	25.09.2026	39	28.08.2026	
48	25.09.2026	39	01.09.2026	
49	02.10.2026	40	04.09.2026	
50	09.10.2026	41	11.09.2026	
51	16.10.2026	42	18.09.2026	
52	23.10.2026	43	25.09.2026	
53	30.10.2026	44	02.10.2026	
54	30.10.2026	44	06.10.2026	Bil 2
55	06.11.2026	45	09.10.2026	
56	13.11.2026	46	15.10.2026	
57	20.11.2026	47	23.10.2026	
58	27.11.2026	48	30.10.2026	
59	04.12.2026	49	06.11.2026	
60-61	11.12.2026	50	13.11.2026	
62	28.12.2026	53	27.11.2026	

FORMAT	PRIS
8/1 s.	316 750
6/1 s.	249 950
4/1 s.	196 150
2/1 s.	98 250
1/1 s.	61 650
1/2 s.	40 550
1/3 s.	29 900
1/4 s. høyde/bredde	22 100
1/8 s. høyde/bredde	14 100
1/16 s.	8 200
Side 2-3	113 650
2. oppslag	107 450
Første høyreside	72 450
3. omslag	72 450
Bakside	77 650

VI MENN BIL, BÅT OG BOBIL

FORMAT	PRIS
4/1 s.	79 900
2/1 s.	46 900
1/1 s.	29 400
1/2 s.	17 900
1/4 s.	9 900
1/8 s.	5 900
Side 2	36 500
Side 3	36 500
Side 2-3	51 900
Første høyre side	35 900
3. Omslag	33 900
Bakside	38 400



VI MENN BOBIL

Bobil er kort og godt landets suverent største magasin for bobil- og reiseinteresserte. Her finner du tester og omtaler av bobiler og utstyr som er av interesse for bobilbrukerne. De mange reportasjene fra turer med bobil i inn- og utland gir inspirasjon og kunnskap.

VI MENN BIL

Vi Menn Bil byr på nyheter, reportasjer og annet nyttig forbrukerstoff om bil og bil-relaterte produkter.

Entusiastiske fagfolk gjennomfører prøvekjøringer av nye modeller, sammenligningstester og langkjøringstester. Vi har også temautgaver der vi skriver om bilferie, bilutstillinger, bildekk og bruktbil. Alle utgavene plastpakkes til Vi Menn-abonnenter.

VI MENN BÅT

Båt er Norges største båtmagasin.

I Vi Menn Båt finner du omtaler av de nyeste båtmodeller, utstyr, tester og prøvekjøringer. Alle utgavene plastpakkes til Vi Menn-abonnenter.





NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1/2	09.01.2026	2	03.12.2025
3	06.03.2026	10	30.01.2026
4	10.04.2026	15	03.03.2026
5	29.05.2026	22	27.04.2026
6	03.07.2026	27	02.06.2026
7	14.08.2026	33	15.07.2026
8	18.09.2026	38	19.08.2026
9	23.10.2026	43	23.09.2026
10	27.11.2026	48	27.10.2026

Opplag: 9 303
Lesertall: 112 000
Facebook: 6 200

FORMAT	PRIS
4/1 s.	62 250
2/1 s.	38 650
1/1 s.	21 750
1/2 s.	13 550
1/3 s.	10 000
1/4 s.	7 900
Helside v/leder (side 6)	25 350
Første høyreside	25 350
3. Omslag	25 350
Bakside	28 250

FACEBOOK:
BLADET JAKT

INSTAGRAM:
@BLADET_JAKT

JAKT

Jakt er en livsstil. Derfor er bladet Jakt skrevet av jegere, for jegere som tar jakta på alvor!

I bladet Jakt skriver landets mest erfarne jegere og jaktskribenter om storviltjakt, småviltjakt, trening av jakthunder, hjemmelading, profesjonelle våpentester og skyting.

Jakt kommer ut 9 ganger i året og lager også årlige spesialutgivelser om småviltjakt, storviltjakt og våpen. Jakt er kort og godt bladet for dem som tar jakt på alvor! Bladet for jegere, jakthund- og våpeninteresserte.

JAKT-SPESIALER

NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST	TEMA
1	13.03.2026	11	13.02.2026	Våpenguide
2	04.09.2026	36	31.07.2026	Storviltjakt



NR.	UTGIVELSESDATO	UKE	MATERIELLFRIST
1	23.01.2026	4	09.12.2025
2	06.03.2026	10	09.02.2026
3	24.04.2026	17	23.03.2026
4	12.06.2026	25	11.05.2026
5	19.06.2026	25	22.05.2026 Abo
6	28.08.2026	35	04.08.2026
7	02.10.2026	40	07.09.2026
8	06.11.2026	45	15.10.2026
9	11.12.2026	50	12.11.2026 Abo

Abonnenter: 6 300
Facebook: 7 200

FORMAT	PRIS
2/1 s.	11 500
1/1 s.	7 300
1/2 s.	4 200
1/4 s.	2 600
1/8 s.	1 600
1/16 s.	1 100
Bakside	8 800
Omslag	8 200

Annonser:
 Reidar Lund m: 905 31 820
 reidar@rarmedia.no

HJEMMESIDE: NORSKMO.NO

FACEBOOK:
NORSKMOTORVETERAN

NORSK MOTORVETERAN

Norsk Motorveteran har siden 1991 vært Norges største og mest profesjonelle magasin for alt som har med motorisert samferdselshistorie å gjøre, med tyngde på gamle biler og motorsykler i Norge. Denne posisjonen står fortsatt urokket. Det legges stor vekt på lesernes gjen-

kjennelsesopplevelser både hva angår hverdag og drømmer, folkelig framstilt av landets mest kompetente skribenter på kjøretøysthistorie. Norsk Motorveteran er organisasjonsmessig og politisk uavhengig, med en redaksjonell integritet i særklasse innen-

for sitt spesialområde. Målgruppe: Aktører og beslutningstakere på alle plan med tilknytning og interesse for veteran-kjøretøy. Norsk Motorveteran er Norges største fagblad innen sitt område med et opplag på 9100 eksemplarer og 6300 abonnenter.



Klikk.no er Norges største forbrukernettstedet med 1 900 000 brukere hver uke. På Klikk.no kan du nå målgruppen din gjennom både engasjerende innholdsmarkedsføring (content) og effektive displayformater.

Våre contentløsninger gir deg muligheten til å fortelle historien din i et relevant redaksjonelt miljø, mens displayannonsene sørger for bred synlighet og høy rekkevidde. Sammen skaper de en helhetlig markedsføringseffekt som bygger både merkevare og konvertering.

FORMATER

Her finner du en oversikt over våre digitale annonseformater. Klikk deg inn for detaljert beskrivelse, tekniske spesifikasjoner og se eksempler på annonser:

annonser.klikk.no

KLIKK.NO

Klikk.no er drevet av å gi norske husholdninger sterke historier, underholdning og forbrukerråd innenfor bolig, helse, friluft, foreldre. Nordmenn oppsøker Klikk.no når de trenger underholdning og nyttestoff i hverdagen. Derfor har klikk.no blitt Norges største underholdning- og forbrukernettsted med mellom 7 og 9 millioner sidevisninger i uken.

KVINNEGUIDEN

Kvinneguiden er et av landets største nettforum. På Kvinneguiden.no kan brukere delta i debatten på vårt store diskusjonsforum hvor alt fra familie, samliv, seksualitet, blogging, økonomi og samfunnsspørsmål diskuteres. Kvinneguiden har 450.000 unike lesere per uke og 3,700.000 sidevisninger per uke.

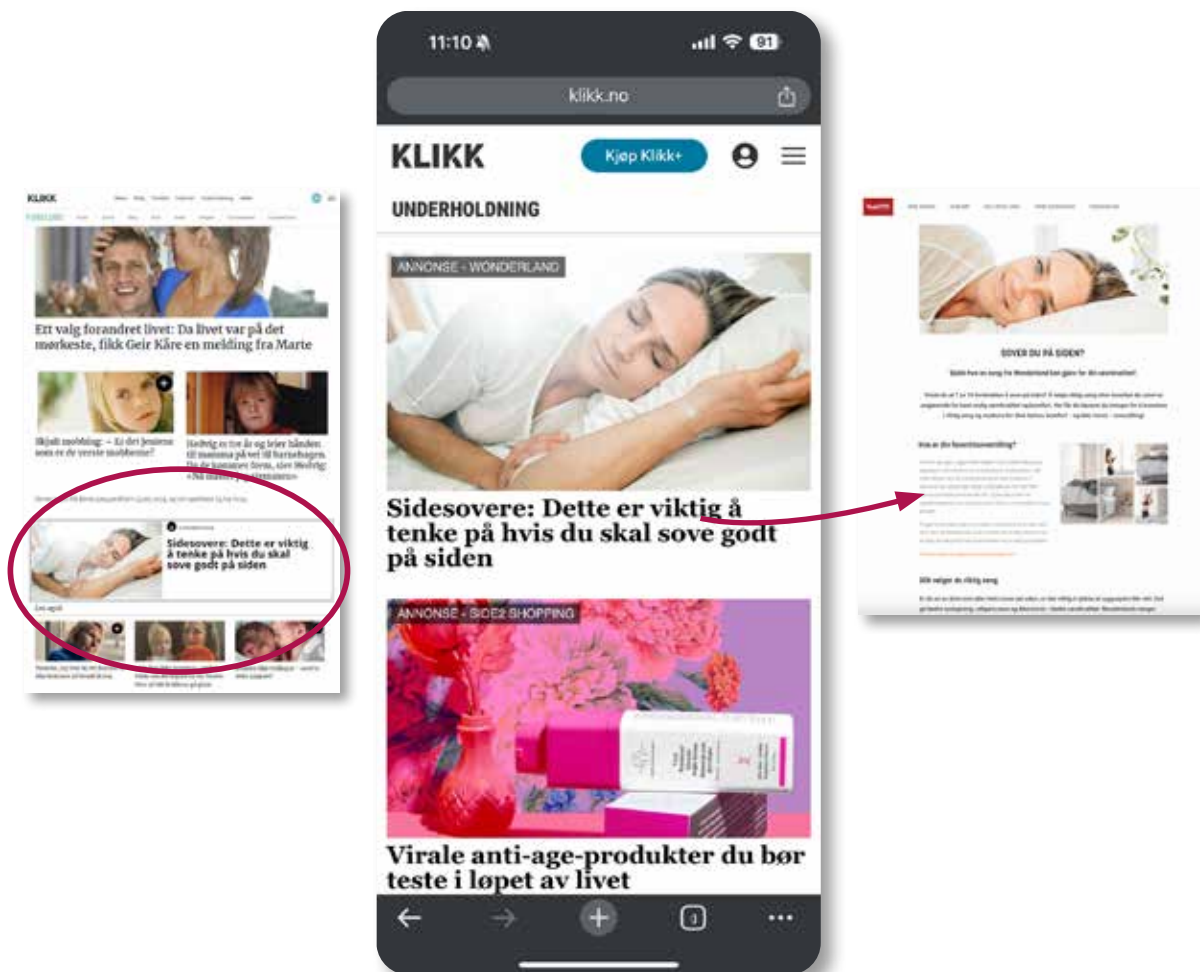
STANDARD NATIVE

Standard native er en kampanjeløsning som har et redaksjonelt uttrykk. Dette forsterker brukeropplevelsen og bidrar til økt trafikk og bedre effekt. Løsningen egner seg godt til å trigge nysgjerrighet hos våre lesere for å drive

trafikk inn på egen kampanjeside og bør benyttes i størst mulig grad for å bygge kjennskap eller kunnskap om din merkevare, produkt eller tjeneste. Kampanjeløsningen gir også mulighet til målretting mot aktuell kontekst på Klikk

og geografi under kampanjeperioden. Kampanjeløsningen prises etter ønskede antall visninger i kombinasjon med antall ønskede produksjoner.

Trafikkdrivende native-plugins til annonsørinnhold (standard artikkel) eksempel desktop/mobil:





SOSIALE MEDIER

Ta kontakt for kommersielle muligheter.

Priser fra kr. 12 000 inkludert prosjektledelse og boosting.



Instagram
story

- Posten ligger ute i 24 timer
- Posten blir vist i 15 sekunder
- Bilde- og video fungerer
- Optimal størrelsesforhold 16:9 (vertikalt bilde)
- Swipe-up funksjon til eksterne nettsider
- Hold teksten kort



Instagram
feed

- Video
- Et enkelt bilde
- Bildekarusell: Flere bilder man blar igjennom på samme post
- Ikke mulighet for link uten boosting
- Kortfattet og inspirerende tekst
- Optimalt størrelsesforhold 4:5 eller 1:1



Facebook

- Video, anbefaler ikke mer enn 30 sek
- Et enkelt bilde
- Bildekarusell: Flere bilder man blar igjennom på samme post.
- Optimalt størrelsesforhold 1:1 eller 16:9
- Passer om man har noe lengre tekst



FEEL THE POWER OF

BLUE RETINOL

REDUSERTE RYNKER + OPPSTRAMMENDE EFFEKT



LIFE PLANKTON + RETINOL
80% OPPLEVDE
REDUSERTE RYNKER*

LIFE PLANKTON +
KOLLAGENFRAKSJONSPEPTIDER
FASTERE HUD PÅ
4 UKER**

BLUE RETINOL NIGHT SERUM GIR FORBEDRET HUDKVALITET OG FREMMER HUDENS
FORNYELSE OVER NATTEN. BLUE THERAPY UPIFT CREAM GIR EN UMIDDELBAR GLØD SAMTIDIG SOM
DEN STRAMMER OPP HUDEN HVER DAG.

BIOTHERM

*Selvbedømming, 42 testpersoner etter 2 måneder
**Kontrollert klinisk resultat av retusert dagg hud, 42 testpersoner, 4 ukers bruk



Få kjøkkenstilen fra Sommerhytta

Deltakerne i årets sesong av Sommerhytta sto overfor mange avgjørelser da de skulle skape det perfekte hyttekjøkkenet. Heldigvis kunne kjøkkendesigner Hege-Lilli Olsen gi erfarne råd, noe som resulterte i lekre resultater på tross av begrenset plass.

ANNONSERINNHOLD: STORY HOUSE EDMOND



Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

FLERE VALG ENH POK TROS

Alle kjøkkendesigner i Sommerhytta er fra Sommerhytta Urban Collection som tilbyr av Power. Resultatene viser at det er store muligheter i å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

RESEVER PLANLEGGING

Det handler om å planlegge i å til et produkt og det kjøkkenet som blir resultatet.

Det handler om å planlegge i å til et produkt og det kjøkkenet som blir resultatet.



Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

Hege-Lilli Olsen i sommerhytta. Hun viser hvordan hun har løst oppgaven med å skape et kjøkken som fungerer som et sentrum i huset.

ANNONSE

Tips!

Smykker i gave

- Tenk på stilen til mottageren, hva vedkommende liker og bruker. De beste gavene er personlige gaver, og mottageren vil ikke å få et gjennomtenkt smykke i gave.
- Et byBiehl-smykke i gave har masse symbolikk, og viser at du lytter, setter pris på og elsker. De er også enkle å kombinere, og passer til ulike personer og stiler.
- Together-kolleksjonen har varianter med mellom to og fem små mennesker, og kan symbolisere et forhold, vennskap eller familie. En perfekt gave å gi til noen du er glad i.

Smykkene får du blant annet kjøpt hos Bjørklund med butikker over hele landet. Finnes i tillegg hos utvalgte gullsmeder.



Stardust- og Ocean Flow-ringene kan fint kombineres med de andre smykkene fra byBiehl.

Se, så delikate – disse smykkene ønsker vi oss nå!

Vi er helt forelsket i de tidløse smykkene fra byBiehl. Her deler designeren sine beste tips til hvordan bruke dem, hvordan bygge opp din byBiehl-garderobe og mye annet.

Smykker er en enkel måte å løfte et antrekk på. Selv den enkleste kjolen eller denim-antrekket får et løft med de rette smykkene til. I tillegg gir smykker av god kvalitet, samtidig som de skulle ha en god pris. Siden Charlotte ikke fant det hun lette etter, ønsket hun i stedet å skape sine egne smykker. I 2010 lanserte hun byBiehl, som hun i dag eier og driver sammen sin ektemann Carsten.

Det kommer helt an på hvordan smykket er styket. De er laget slik at du kan skape en helt egen personlig stil. Og de er laget slik at de er både i design og kvalitet, slik at de kan brukes i mange år.

Charlotte er entusiastisk oppptatt av smykker som en del av antrekket, og kommer med flere tips til hvordan de kan brukes.

• Bruk smykker hver dag, og på mange måter. byBiehl-smykker er laget med tidløs eleganse i tankene, og med samme bæstede overflate, slik at de enkelt kan mikses og matches på tvers av kolleksjoner. De er av høy kvalitet, noe som gjør dem egnet til daglig bruk.

Nå er våren rett rundt hjørnet, og mange drar rett fra jobb ut for å treffe venner eller gå i en middag. Designeren har flere råd til hvordan man lett kan endre antrekket "on the go".

• En enkel måte å gå fra jobb til fest på, er å gjemme en finere topp under genseren eller i vesken. Legg til et mer festlig smykke som for eksempel våre nye Stardust-ørredobber eller Emily-øreringer. Smykker kan gjøre enorm forskjell. Ved å bytte hverdags-smykkene til noe mer festlig, kan du raskt forvandle looken fra dag til natt.

Bygg opp din egen smykkegarderobe

- Start med smykker som har en personlig betydning for deg. Together-kolleksjonen til byBiehl kan være et godt sted å starte. Den symboliserer relasjoner og bånd mellom mennesker.
- Velg smykker som passer din stil og personlighet, og la samlingen vokse over tid.
- Velg smykker som kan kombineres. byBiehls mer klassiske smykker fra Ocean Flow-kolleksjonen er supre å kombinere på tvers av alle kolleksjoner.

Hva er inspirasjonen for vårens nyheter?

Alle våre siste designutvalg har en veldig viktig ting til felles, nemlig at de bringer inn håp om lysere tider og bryter mørket. Denne sesongen har vi introdusert mange flotte nye perlesmykker samt vår bestselger, Den symboliserer relasjoner og bånd mellom mennesker.

Har du din favorittkombinasjon akkurat nå?

Det er mye andre ord mange flotte produkter i byBiehls nye kolleksjon, som er fylt av feel good og dedikasjon rundt bærekraft. Når vi nå forsiktig begynner hente frem vårløst og småbarns gardsbær, hva med å friske opp antrekket med noen av de fine nyhetene fra byBiehl? Lag en glad vår!



Charlotte designet Together-kolleksjonen som et symbol på de hun har kjær og elsker.

Resirkulert og bærekraftig

Charlotte vokste opp på landsbygda med en mor som hadde stor interesse for økologisk mikroprodukt, der alt som kunne resirkuleres ble resirkulert. Derfor er det naturlig for Charlotte at byBiehl fokuserer på bærekraft.

- Alle smykkene er laget i 100 prosent resirkulert gull og sølv.
- De jobber hele tiden for en mer bærekraftig produksjon.
- De har plantet sine første 70 000 CO2-utsluddes mangrovetrær, som absorberer store mengder CO2 fra atmosfæren.
- Varemærket bidrar til å plukke havplankton.

FERAS

ANNONSØRINNHOLD // VISIT DENMARK

STRANDLIV I DANMARK: Kjekt åndedrykk, frisk sjøluft... og helger som lukker til både lek og avslapning.

Foto: Thomas Weygand (Zigzag)

LEK OG MORO FOR HELE FAMILIEN: Feriehusene gir barna frihet til å utforske og leke i trygge omgivelser.

MORGENKAFFE MED UTBUKT: Start dagen på feriehusets terrasse med en kopp kaffe og lyden av helgeveier i bakgrunnen.

UTROBEN DANMARK PÅ TIL HJUL: Gjennomsnittlig hyggelige kaffee og den perfekte feriehuset venter rundt hvert hjørne.

Foto: Dorte Madsen

Opplev Danmark på sitt beste – med feriehus som base

Drømmer du om en ferie med vakre strender, sjarmerende byer og ekte dansk hygge? Danmark har alt – fra naturskjønne omgivelser til familievennlige attraksjoner. Med et feriehus som base får du friheten til å utforske landet i ditt eget tempo og skape uforglemmelige minner.

ANNONSØRINNHOLD: STORY HOUSE (GMONT)

Det er du som er på ferie med dine egne drømmesteder i ditt eget tempo. Med rundt 40.000 feriehus spredd over hele landet, fra idylliske strender til koselige landsbyer, finner du garantert et sted som passer for deg. Her kan du nyte avslappende dager med havsikt, utflukter skjelvte perler og skape minner i ditt eget hjem borte fra hjemmet.

JYLLAND – ALT DU TRENGER PÅ ETT STED

Jylland, den landstede delen av Danmark, er en perfekt destinasjon for feriebudsere. Med nærhet til både store natur, byer og attraksjoner er dette et reisemål som har alt. Lenge Jyllands nordlige og vestlige kyst finner du noen av Danmarks fineste badesteder, som Blåhø, Løkken og Læsø. Her kan du nyte late dager på stranden, sniske på fiskesjømat og oppleve den sterke danske sommerstemningen. For barnfamilier er Fårup Sommerland et must, med et hav av karuseller og en stor vannpark. I tillegg kan du besøke Jyllands skulptur- og Nordvestens største skulptur, Nordens Oceanarium, der barna kan komme tett på spennende sjøskapninger.

Er du dyreløst? Ta turen til Aalborg Zoo, hvor du kan møte alt fra populære tigre til sjarmende røde pandaer. Og for den som ønsker en kulturell opplevelse, er Skagen, Søby og Frederikshavn perfekte destinasjoner med sine kunstgallerier, lokale restauranter og den ikoniske pulserende.

JYLLANDS PULSERENDE STORBYER

For deg som vil kombinere feriebudsere med storbyopplevelser, er Aalborg og Ålborg verdt et besøk. Aalborg har på Michelin restauranter, spennende musikk og et stort utvalg av aktiviteter. I tillegg er det et fint utvalg av restauranter, og det er lett å finne et feriehus som passer til alle dine behov. Så hvorfor ikke gjøre din neste ferie til en ekte dansk drømmestad?

ÅLBORG, HVA DU SØTTE LØSSE BLITT EN

Ålborg har du søt løst blitt en moderne kulturbyt med street food-markeder, livlige bærer og et rikt kulturliv og musikkscene. Her finner du alt fra nydelige arkitekter til koselige gatemarkeder – en perfekt kontrast til strandlivet.

EN FERIE DU VIL HUSKE

Med sitt store utvalg av feriehus, naturskjønne omgivelser og varierte aktiviteter, er Danmark et fantastisk reisemål for alle typer ferier. Uansett om du vil slappe av på stranden, utforske spennende attraksjoner eller nyte storbyliv, er det å leie et feriehus den perfekte måten å oppleve landet på. Så hvorfor ikke gjøre din neste ferie til en ekte dansk drømmestad?

Fordelene ved å bo i feriehus:

Å velge et feriehus som overnattingssted gir en rekke fordeler, som du finner med familie, venner eller partneren din. Her er tre gode grunner til hvorfor et feriehus kan være det perfekte valget for din neste ferie:

- 1. FRIHET**
Frihet til å skape din egen ferie. Et feriehus gir en frihet du ikke får på hotell. Deres egne private rom, en flott terrasse eller en privat brygge. Deres egne feriehus kan være det perfekte valget for din neste ferie.
- 2. EN IDEELL BASE FOR ALLE**
Feriehus passer perfekt for både familie, par og venner. Barna kan leke fritt mens du voksne slapper av, og på kvelden kan barna sove uten å trenge å dele soveplass med voksne. Her får dere en fin balance mellom fellesliv og privatsliv.
- 3. ØKONOMISK OG FLEKSIBELT**
Det finnes feriehus i alle prisklasser, slik at du kan finne noe som passer ditt budsjett. I tillegg kan du leie feriehus med eller uten kjøkkenutrustning, slik at du kan lage mat selv, bestille take-away eller spise ute. Denne fleksibiliteten gjør feriehus mer overkommelig og økonomisk forbruk.

Fisur gir terrassen et nytt og moderne preg.

uten lim og fug!

Slik legger du flisheller

MONTERING:
Ved montering på pedestal beregnes det 1 stk. pedestal per flis i tillegg til en stk. per flisengde på to ytterkanter.

Vi anbefaler kutting med vinkelsliper med følgende diamantblad:
NT Solga diamant 12022 turbo fine dry hard.

PÅ STØPT BETONG:
På terrasse med støpt betong monterer du flishellene ved hjelp av pedestal. Disse finnes både i fast eller justerbar høyde. OBS! Ved montering av flisheller på pedestal på åpne takterrasser må vindforhold kontrolleres av sakkyndig før montering.

PÅ TERRASSEBORD:
På en terrasse med terrassebord legges flishellene på små pedestal direkte på underlaget. Beregn 1 stk. pedestal pr. flis i tillegg til 1 stk. per flisengde på to ytterkanter. OBS! Pedestallene må alltid legges over bærebjelkene, altså der gulvet ikke svikter.

Kjøp fliser her!

FDR: En utelapp med stort potensiale.

ETTER: Så fint kan det bli med noen timers innsats.

Spør oss gjerne om hjelp i en av våre butikker, eller ta en titt på vår YouTube-kanal.

Fisur på både terrassen og uteplassen skaper en helhet rundt uteområdet.

Flisheller til uteplassen

Med flisheller transformerer du uteplassen fra et sted du er til et sted du bor. Det er ryddig, vedlikeholdsfritt, rent og pent. I tillegg er flisleggingen enklere enn du skulle tro. Flisheller legges over det gamle gulvet, og du trenger verken lim eller fug.

Uteplassen blir til det du gjør den til. Enten det er å la den være som den er, eller om du velger å gjøre litt ekstra stas på den. For deg som kan tenke deg det siste, bør flisheller være på radaren din. Flisheller er nemlig et produkt som er som skapt for norske hager og uteområder. Det er skikkelig for både skoleledd og barneledd, for de er frostsikre, vedlikeholdsfrie, og sist men ikke minst – de er knallfine! Så, hvis du har bestemt

deg for å legge flisheller, hva er det du bør tenke på videre? En naturlig vurdering er hva flisene faktisk skal brukes til. Hvordan er for eksempel solforholdene der du vil legge flisene? Dersom det er i et solfyllt område, kan det være lurt å velge en lys flishelle. Merke fliser kan nemlig bli temmelig varme i solsteika. Derfor vil fargene på flishellene spille inn. Men det gjør det jo uansett. Hvilke flisheller du velger, er smak og behag.

Noen av flishellene har et mer rustikk preg over seg, og ligner på en naturlig stein. Andre igjen har et mer utpreget flisuttrykk, som gir en ryddigere og mer stilren stil. Hos Flisekompaniet kan du ikke gå feil, for alt du finner i butikken vår er av god kvalitet.

Formater, materiellinnlevering og tekniske spesifikasjoner på våre produkter.

NADA Ekspress benyttes ved levering av alle annonser til Story House Egmont.

Husk å fylle ut følgeseddelen.

Skriv inn annonsenavn, magasin, utgave, kontaktperson, telefonnummer og e-postadresse.

Det er mulig å sende samme annonse til flere magasiner samtidig.

Se **nada.no** for mer informasjon om sending.

Tekniske spesifikasjoner print

Størrelse:

Dokumentformatet lages netto + 4 mm utfallende dersom annonsen er utfallende.

Enkelsider bør være utfallende på alle 4 sider for å kunne plasseres på både høyre- og venstresider.

Filformat:

PDF, bruk Acrobat Distiller 5.0 eller nyere.

Innhold:

Det skal leveres komplette filer som inneholder alle fonter og illustrasjoner.

Alle fargeillustrasjoner skal være i CMYK.

Minimumsoppløsning på bilder: 250 dpi.

Avbestillingsfrist:

6 uker før utgivelsesdato.

MAGASIN– OG UKEBLADFORMATER

FORMAT: 208 X 278 mm

Legg til 4 mm beskjæring
oppe, nede og på sidene*
for disse utgivelsene:

- Alt om Fiske
- Alt om julen
- Bo Bygg og Bolig
- Boligdrøm
- Familien
- Familien Håndarbeid
- Foreldre & Barn
- Hageliv & uterom
- Hjemmet
- Hjemmet Tema Helse
- Hytteliv
- Jakt
- Jakt spesialer
- Lev Landlig
- Norsk Motorveteran
- Norsk Ukeblad
- Norsk Ukeblad Tema
- NU Spesialer
- Rom 123
- Villmarksliv
- Villmarksliv spesialer
- Vi Menn
- Vi Menn Spesial

FORMAT	SATSFLATE I MM		NETTOMÅL I MM	
	BREDDE	HØYDE	BREDDE	HØYDE
2/1 s. i oppslag	398	260	416	278
2 x 1/2 s. bredde	398	129	416	138
1/1 s.	192	260	208	278
1/1 bakside			208	218
3/4 s.	143	260	152	278
1/2 s. bredde	192	129	208	138
1/2 s. høyde	94	260	103	278
1/3 s. bredde	192	84		
1/3 s. høyde	60	260		
1/4 s.	94	129		
1/4 s. bredde	192	64		
1/4 s. høyde	45	260		
1/8 s. høyde	45	129		
1/8 s. bredde	94	64		
1/16 s.	45	64		
Utenpåliggende bilag (opp til logo)			208	204

OBS! En del spesialutgivelser kan ha andre formater.
Ta kontakt med kontaktpersoner for hovedbladet.

FORMAT: 225 x 298 mm

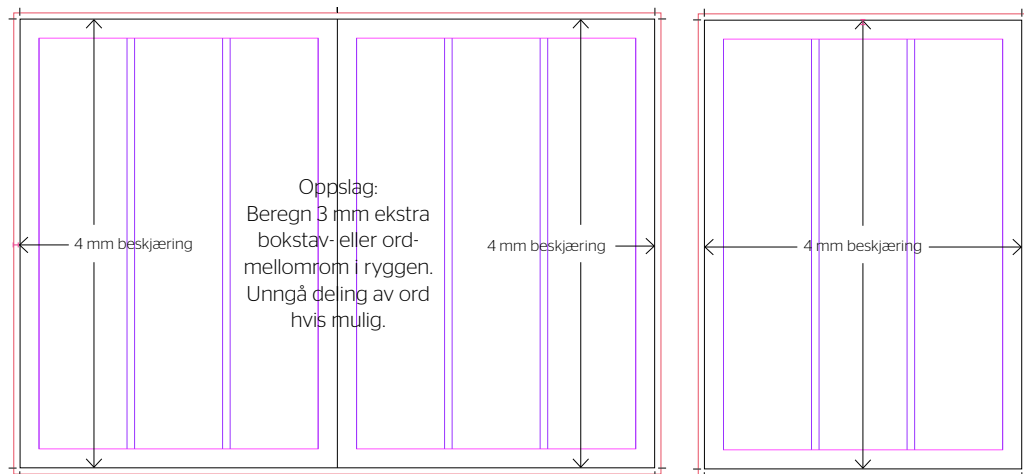
Legg til 4 mm beskjæring
oppe, nede og på sidene*
for disse utgivelsene:

- Bonytt
- Kamille
- Kamille Jul
- Maison Interiør
- Maison Mat og Vin

FORMAT	SATSFLATE I MM		NETTOMÅL I MM	
	BREDDE	HØYDE	BREDDE	HØYDE
2/1 s. i oppslag	415	273	450	298
1/1 s.	190	273	225	298
Bakside			225	238
1/2 s. bredde	190	132	225	144
1/2 s. høyde	95	273	113	298
1/3 s. bredde	190	85	225	97
1/3 s. høyde	60	273	73	298

UTFALLENDE FORMATER

Magasinene blir renskåret, og det er derfor viktig at vesentlige detaljer i illustrasjon, tekst, logo e.l. holdes minst 12 mm innenfor bruttomål på alle beskjæringskantene. Husk at det alltid må være 4 mm beskjæring på alle kanter av utfallende formater. Vi ønsker netto beskjæringsmerker på alle helsider pga. korrekt plassering på sidene.



MERKING AV ANNONSER

ANNONSE

Vi gjør oppmerksom på at annonser med redaksjonelt tilsnitt og advertorials, skal merkes med ordet "Annonse". Alle annonser skal i tillegg ha en klar avsenderidentitet/logo. Annonsen merkes med fonten Helvetica LT Std Bold, 12 pkt versaler.

RETUSJERT PERSON

Markedsføringsloven § 2 sier at all reklame der en kroppsfasjon, størrelse eller hud er endret ved retusjering eller annen manipulering, skal merkes med et standardmerke. Det er annonsøren og den som utformer reklamen som er pålagt en plikt til å merke den. Forskrift om merking av retusjert reklame inneholder krav til utforming, størrelse og plassering av merket. Se forbrukertilsynet.no for mer informasjon og nedlastning av merket.



PRISER PÅ ANNONSETESTER

ANNONSETESTER (NETT): KR 10 000

Gjennomføres av Ipsos, blant et representativt utvalg av våre abonnenter. Måler observasjons- og annonse, liking og kjøpsintensjon (i tillegg forståelse, nyhet, relevans, troverdighet og unikhet i webtestene). Annonsetestene er kvantitative undersøkelser. Pris/verdi per annonsør, inkludert utarbeidelse av spørreskjema (input-skjema), rapport.

AD-HOC-UNDERSØKELSER EGET LESERPANEL (NETT): KR 20 000

Gjennomføres av EHM's innsiktsavdeling. Undersøkelsene gjennomføres mot lesere via web-panel, eller direkte via nettsider. Kan også gjennomføres mot abonnenter og andre (så lenge man har mailadresser). Undersøkelser kan være annonsetester, kjennskapsmålinger, leserundersøkelser osv., og kan være kvantitative og/eller kvalitative undersøkelser. Pris/verdi utgjøres av anslått timeforbruk hos Innsikt («timepris» kr 1000).

KAMPAJEMÅLINGER/ PERIODISKE MÅLINGER: KR 15 000 PER RUNDE

Gjennomføres av Synovate MMI. Undersøkelsene gjennomføres blant et representativt utvalg av våre abonnenter som «pre- og posttester», men kan også gjennomføres underveis i kampanjeperioden. Kampanjemålingene er kvantitative undersøkelser.

TEKNISKE SPESIFIKASJONER FOR VAREPRØVER OG BILAG

BILAG

PRODUKT	PLASSERING	AKTUELLE MAGASINER
Stiftet	i midten av magasinet	stiftede magasiner
Limfrest	inne i magasinet	limfreste magasiner
Punktlimt	på annonse- eller redaksjonell side	alle våre magasiner
Løst i magasinet	inne i magasinet	limfreste magasiner
Løst plastpakket	i plasten bak magasinet	plastpakkede utgaver

RIKSPAKKE

Du får trykk og distribusjon av 4 – 8 – 12 – og 16-siders bilag i midten av våre magasiner. Du leverer en pdf, og vi tar oss av resten. Vi leverer også ekstra opplag til dine butikker/utsalgssteder om du ønsker det. Vi skreddersyr en pakke til deg.

Papirkvalitet: 60 – 115 gr LWC. Format: Netto 208 x 278 mm., Skandinavisk format.

Send e-post til: hmt-ctp@egmont.com.

Du vil da motta leveringsbeskrivelse.

STIFTEDE OG LIMFRESTE BILAG I BLADFORMAT

Bilagene blir beskåret 4 mm med magasinet på alle ytterkanter. Hold tekst, logo og andre vesentlige detaljer 8 mm innenfor nettoformatet. Reklamasjon bortfaller dersom dette ikke overholdes. Stiftede bilag leveres med 10 mm overfals. Kontakt oss for informasjon om formater som er mindre enn magasinet.

PUNKTLIMTE BILAG

I stiftede magasiner klebes bilaget på venstre side i annen halvdel av bladet. I limfreste magasiner klebes de på høyre side i magasinet. Andre ønsker på forespørsel.

Vi kleber mellom legg, ikke første og siste legg.

Bilaget kan klebes på aktuell annonse eller på redaksjonell side.

Dummy må godkjennes i forkant.

Maks høyde: 215 mm

Min høyde: 100 mm

Maks bredde: 170 mm

Min bredde: 74 mm

Løse bilag — Gjelder limfreste magasiner

Maks høyde: 15 mm mindre enn magasinets format

Maks bredde: 15 mm mindre enn magasinets format

Maksvekt: 30 gr

Løst bilag, blåst inn i magasinet. Gjelder kun limfreste magasiner

VAREPRØVER

PRODUKT	PLASSERING	AKTUELLE MAGASINER
Punktlimt	på annonse- eller redaksjonell side	alle våre magasiner
Løst plastpakket	løst i plasten med magasinet	plastpakkede utgaver

Alle vareprøver skal innom Story House Egmont bilagsavdeling for testing og godkjenning.

Ta kontakt for sending av vareprøver.

LEVERING

Bilag og vareprøver må pakkes i kartong og stables på pall i forskriftsmessig stand. Alternativ for bilag, løst på pall med rygg i press, bruk skilleark og pallevegger om nødvendig. Kolli og pakkседdel merkes med kundenavn, produkt navn, magasin, utgave og antall.

Bilag og vareprøver skal leveres tre uker før magasinets utgivelsesdato, fritt og ferdig fortollet.

Husk adresse for fortolling/betaling av mva for oppgitt verdi på forsendelsen/varene.

NB! Våre trykk- og ferdiggjøringspartnere er kun distributør av bilagene/vareprøvene, de er ikke vareeier, men mottager. Dette i forhold til import-mva. Leveringsadresse varierer på de ulike magasinene. Du får oppgitt riktig adresse ved bestilling av bilag.

Reklamasjonretten frafaller hvis følgende ikke er fulgt:

- Levering skjer etter siste avtalte leveringsdato.
- Merking av varefor sendelse ikke er anført.
- Dummy ikke er godkjent i forkant.

AVBESTILLINGSFRISTER:

Avbestillingsfristene for bilag følger bladets frister, generelt 6 uker før utgivelsesdato.

Dersom vareprøven/bilaget ikke blir levert innenfor riktig tid til leveringsadresse slik at trykkeriet blir forhindret fra å trykke og magasinet står med en «tom plass», forbeholder Story House Egmont seg retten til å ta betalt for innrykksprisen.

2026

story
house
EGMONT

Januar

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
01				1	2	3	4
02	5	6	7	8	9	10	11
03	12	13	14	15	16	17	18
04	19	20	21	22	23	24	25
05	26	27	28	29	30	31	

Februar

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
05							1
06	2	3	4	5	6	7	8
07	9	10	11	12	13	14	15
08	16	17	18	19	20	21	22
09	23	24	25	26	27	28	

Mars

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
09							1
10	2	3	4	5	6	7	8
11	9	10	11	12	13	14	15
12	16	17	18	19	20	21	22
13	23	24	25	26	27	28	29
14	30	31					

April

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
14			1	2	3	4	5
15	6	7	8	9	10	11	12
16	13	14	15	16	17	18	19
17	20	21	22	23	24	25	26
18	27	28	29	30			

Mai

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
18					1	2	3
19	4	5	6	7	8	9	10
20	11	12	13	14	15	16	17
21	18	19	20	21	22	23	24
22	25	26	27	28	29	30	31

Juni

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
23	1	2	3	4	5	6	7
24	8	9	10	11	12	13	14
25	15	16	17	18	19	20	21
26	22	23	24	25	26	27	28
27	29	30					

Juli

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
27			1	2	3	4	5
28	6	7	8	9	10	11	12
29	13	14	15	16	17	18	19
30	20	21	22	23	24	25	26
31	27	28	29	30	31		

August

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
31						1	2
32	3	4	5	6	7	8	9
33	10	11	12	13	14	15	16
34	17	18	19	20	21	22	23
35	24	25	26	27	28	29	30
36	31						

September

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
36		1	2	3	4	5	6
37	7	8	9	10	11	12	13
38	14	15	16	17	18	19	20
39	21	22	23	24	25	26	27
40	28	29	30				

Oktober

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
40				1	2	3	4
41	5	6	7	8	9	10	11
42	12	13	14	15	16	17	18
43	19	20	21	22	23	24	25
44	26	27	28	29	30	31	

November

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
44							1
45	2	3	4	5	6	7	8
46	9	10	11	12	13	14	15
47	16	17	18	19	20	21	22
48	23	24	25	26	27	28	29
49	30						

Desember

	Ma	Ti	On	To	Fr	L	S
49		1	2	3	4	5	6
50	7	8	9	10	11	12	13
51	14	15	16	17	18	19	20
52	21	22	23	24	25	26	27
53	28	29	30	31			

Torsdag 1. januar: 1. nyttårsdag
Søndag 29. mars: Palmesøndag
Torsdag 2. april: Skjærtorsdag
Fredag 3. april: Langfredag
Søndag 5. april: 1. påskedag

Mandag 6. april: 2. påskedag
Fredag 1. mai: Offentlig høytidsdag
Torsdag 14. mai: Kristi Himmelfartsdag
Søndag 17. mai: Grunnlovsdag
Søndag 24. mai: 1. pinsedag

Mandag 25. mai: 2. pinsedag
Fredag 25. desember: 1. juledag
Lørdag 26. desember: 2. juledag