

INTERIOR

MAGASINET

2026
presentasjon

Kort om InteriørMagasinet

InteriørMagasinet er Nordens mest omfangsrike bolig- og livsstilsmagasin. Når du trer inn i medie-universet vårt, får du oppleve de flotteste hjem og fritidsboliger.

Magasinet viser vei for hvordan du kan bo og innrede i tråd med tiden.

Aktuelle tema

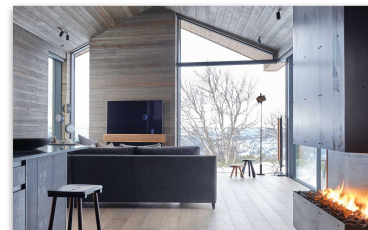
Alle utgaver viser fullstendige boliger.

I tillegg får du spesielt tilpassede temaer i ulike utgaver, som **belysning**, **fargebruk** og **uterom** – samt ikke minst **kjøkken** og **bad!**

Hver utgave inneholder dessuten en **reisereportasje**, samt utsøkt presentert **matinspirasjon** med smaksrike oppskrifter.

Merkevarebygging

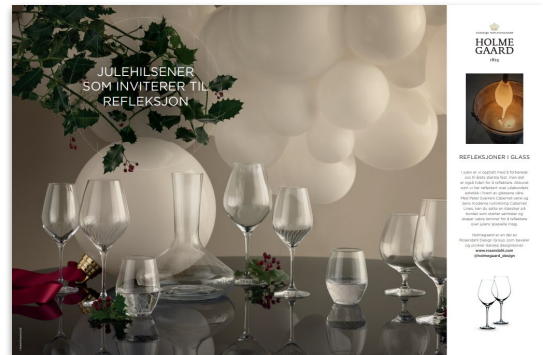
InteriørMagasinet passer for merkevarer som vil bygge kjennskap blant kjøpesterke beslutningstakere med påvirkningskraft, som har stor interesse for interiør og design.



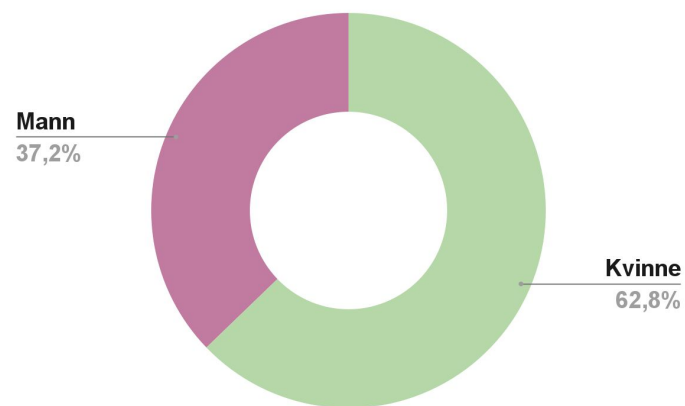
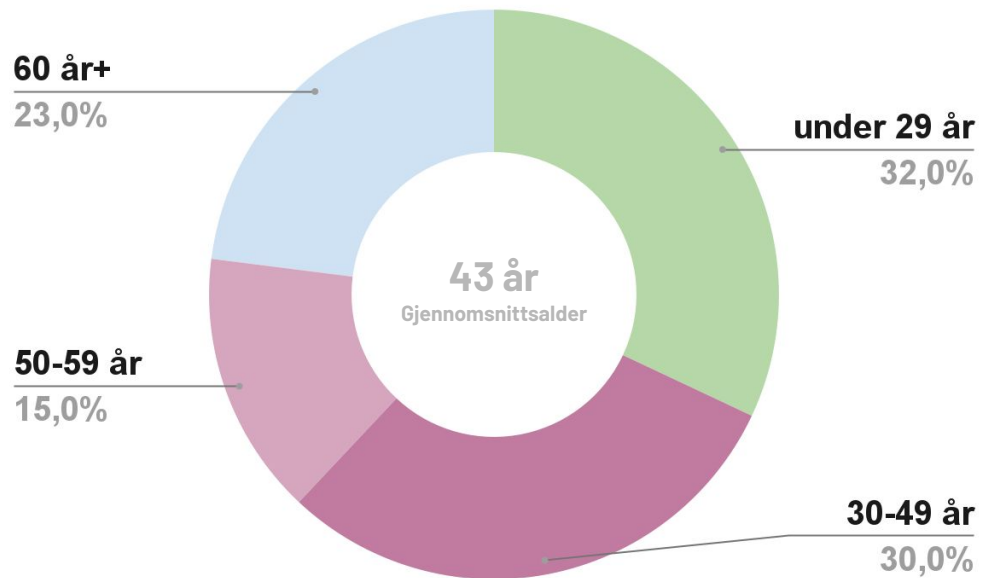
Målgruppe og rekkevidde

InteriørMagasinet har et stort nedslagsfelt

- Høy dekning: **109 000 lesere pr utgave** / Til sammen **327 000 unike lesere** i la. 6 utgaver
- Lang lese- og levetid
- InteriørMagasinet sine lesere består av de mest innflytelsesrike personene innen interiør
- **63 % kvinner - 37 % menn**
- **Gjennomsnittsalder: 43 år**
- Bor i Oslo eller på Østlandet i egen bolig



Strukturtall alder og kjønn

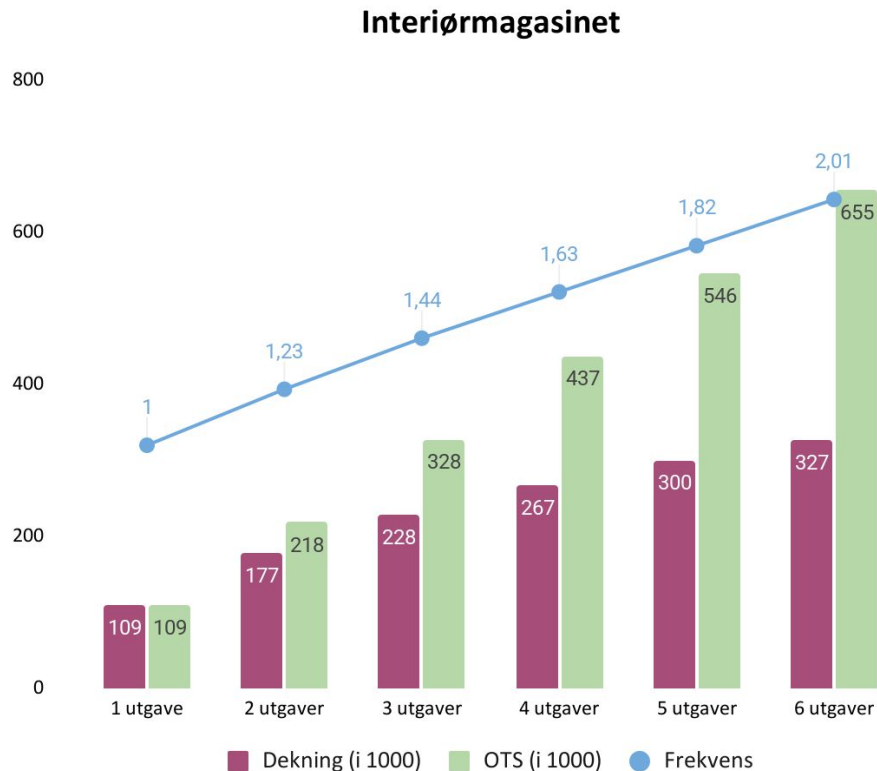


Dekning og Frekvens

Høyere dekning med flere utgaver

Nettodekning: En utgave av InteriørMagasinet leses av 109,000 personer, 3 utgaver av 228,000 og 6 utgaver av 327,000 unike personer.

OTS = Bruttodekning:
Antall lesere pr utgave x antall utgaver



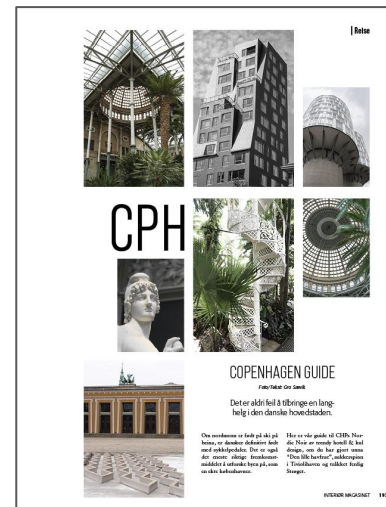
InteriørMagasinet har unike egenskaper

Eksklusiv profil opprettholdt i **mer enn 30 år**

Sterkt visuelt fokus
Fotografer og stylinger fra øverste hylle
Store utgaver (ofte rundt 200 sider)
Lav andel annonser

Et smykke av et magasin

Her kan man drømme seg bort
i nydelige hjem og fritidsboliger,
deilige måltider og spennende reisemål!



100

Hegnar Media re-lanserte InteriørMagasinet vinteren '94, parallelt med OL på Lillehammer. Det har siden da vært helt sentralt å vise frem spesielt norske og nordiske privat- og fritidsboliger, krydret med boliger i utlandet.

Dette videreføres, og samtidig har InteriørMagasinet tatt mål av seg å bli...

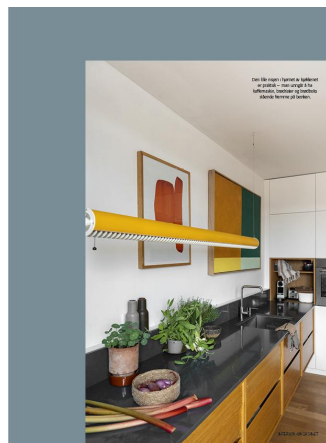
... litt mer personlig

... litt **mer varierer**

... litt **mer fargerikt og lekent**

I løpet av sommeren 2024 tok vi dessuten noen designgrep for å **løfte totalopplevelsen** av magasinet.

Vi gleder oss til fortsettelsen :-)

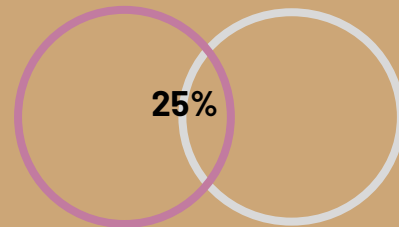


Veldig mange leser kun InteriørMagasinet!

Leserne til InteriørMagasinet er i liten grad lesere av andre bolig- og livsstilsmagasiner:

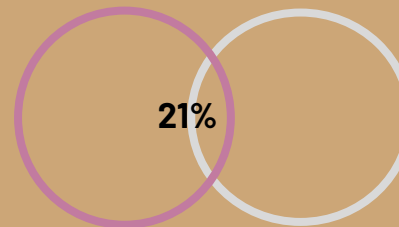
- 75% LESER IKKE Bonytt
- 79% LESER IKKE BoBedre
- 84% LESER IKKE D2

InteriørMagasinet



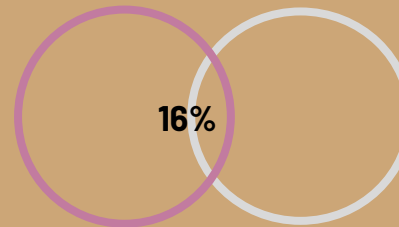
Bonytt

InteriørMagasinet



BoBedre

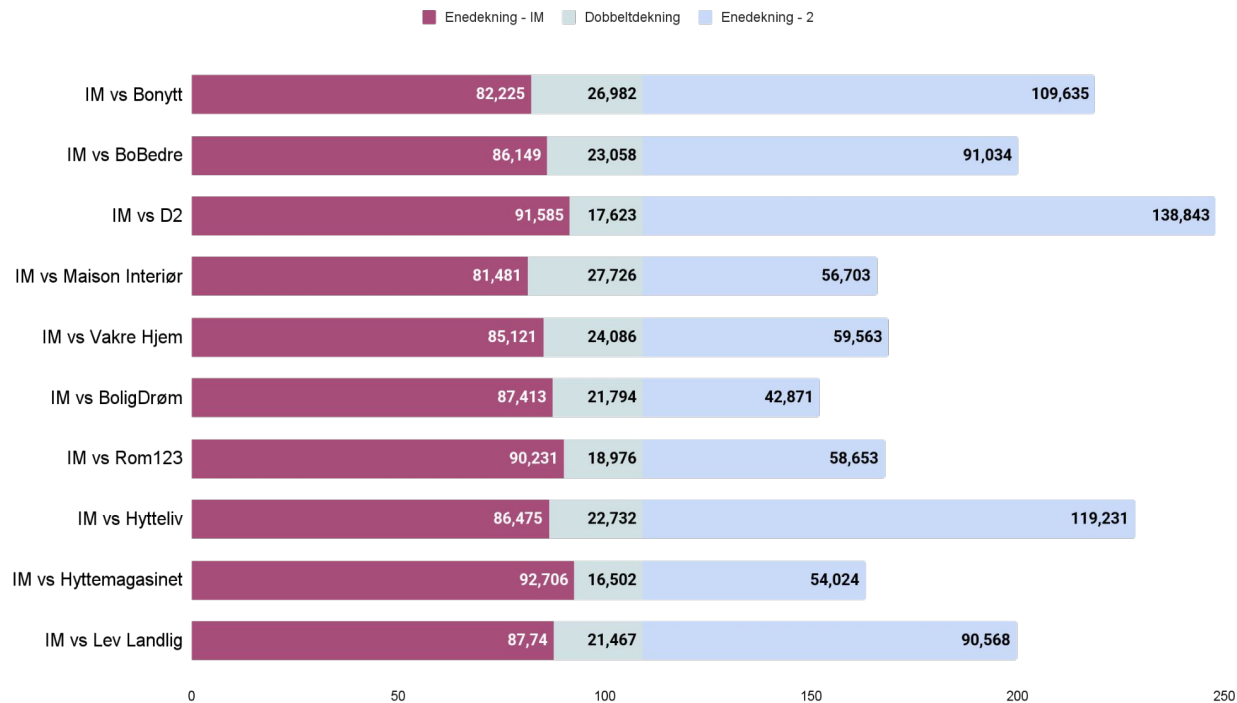
InteriørMagasinet



D2

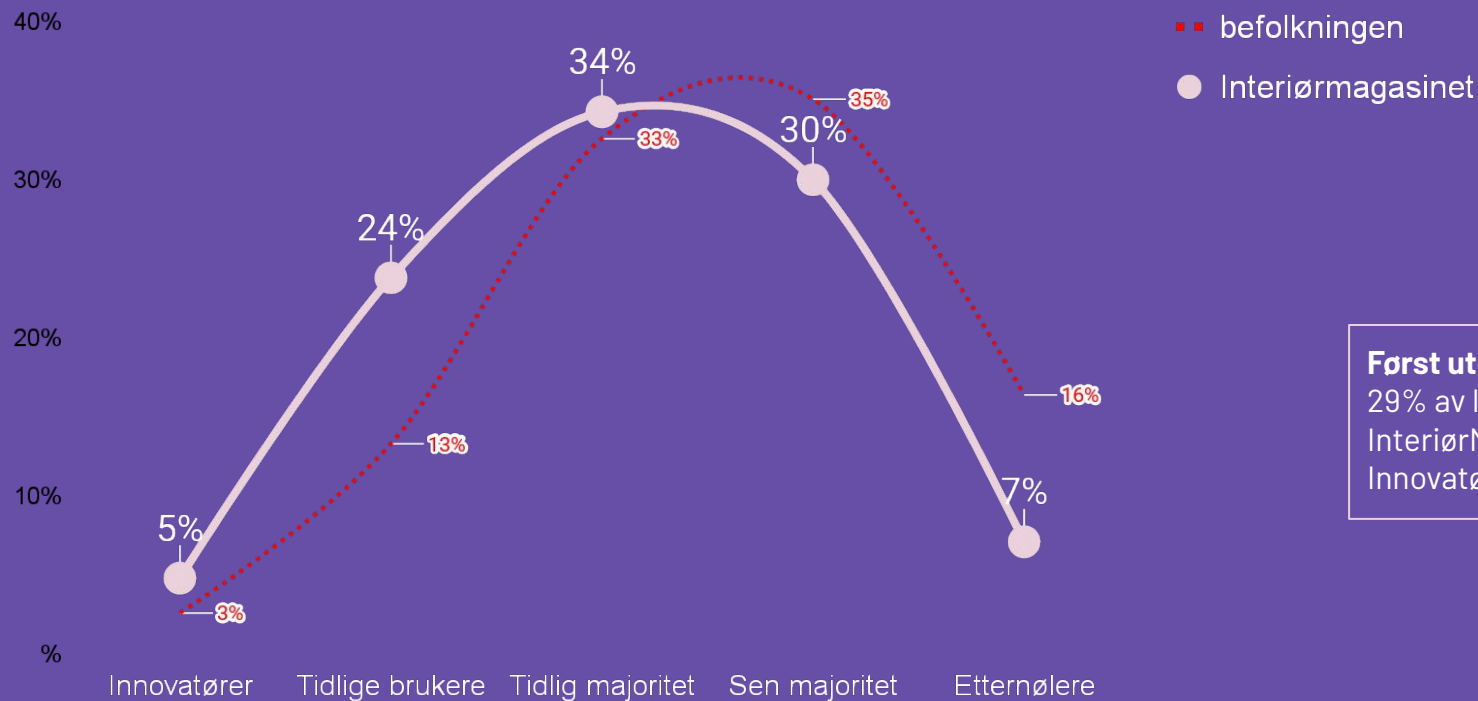
Lav dobbeltdekning også med andre boligmagasiner

Dobbeltdekning InteriørMagasinet vs. andre magasiner - Dekning i 1000 pr utgave



**Lesere som er innovatører og opinionsledere,
med et høyt forbruk på møbler og interiør,
og med løpende planer om oppussing!**

Adapsjonsindeksen 2025



Først ute med det siste!
29% av leserne til
InteriørMagasinet er
Innovatører / Tidlig brukere

Interiørmagasinet lesere er opinionsledere innen mange områder. De har både stor påvirkningskraft, innehar høy tillit - og de er kunnskapsrike!

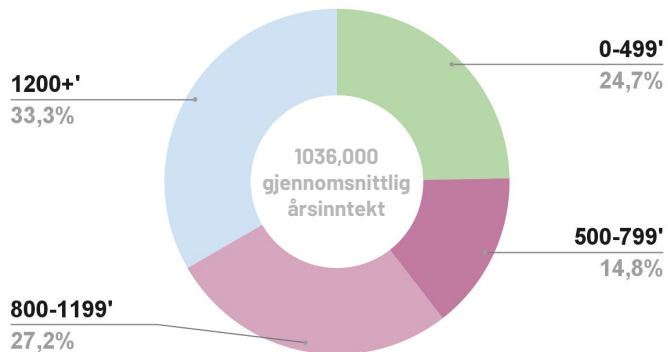
Opinionslederindeksen 2025



Opinionsleder indeksen er utviklet av Kantar TNS og basert på Malcom Gladwells bok "The Tipping Point". Modellen identifiserer tre segmenter: Connectors (de sosiale), Mavens (de kunnskapsrike) og Salesmen (de påvirkning dyktige). Champions (opinionslederne) har egenskaper fra alle disse tre segmentene, og kan anses å være 3 x mer verdt enn en gjennomsnittsperson.

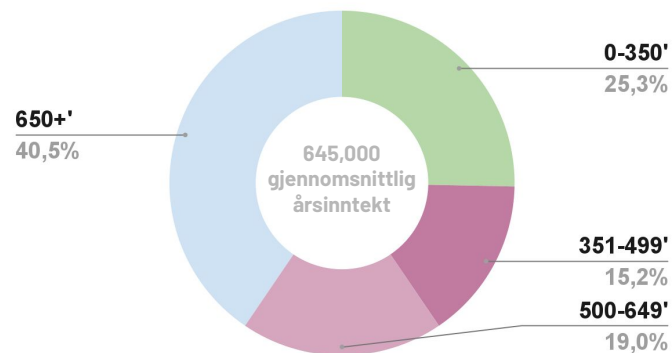
Lesere med god kjøpekraft

Husstandens bruttoinntekt



Hver tredje leser har en husstandsinnntekt på over 1,2 mill.

Personlig bruttoinntekt

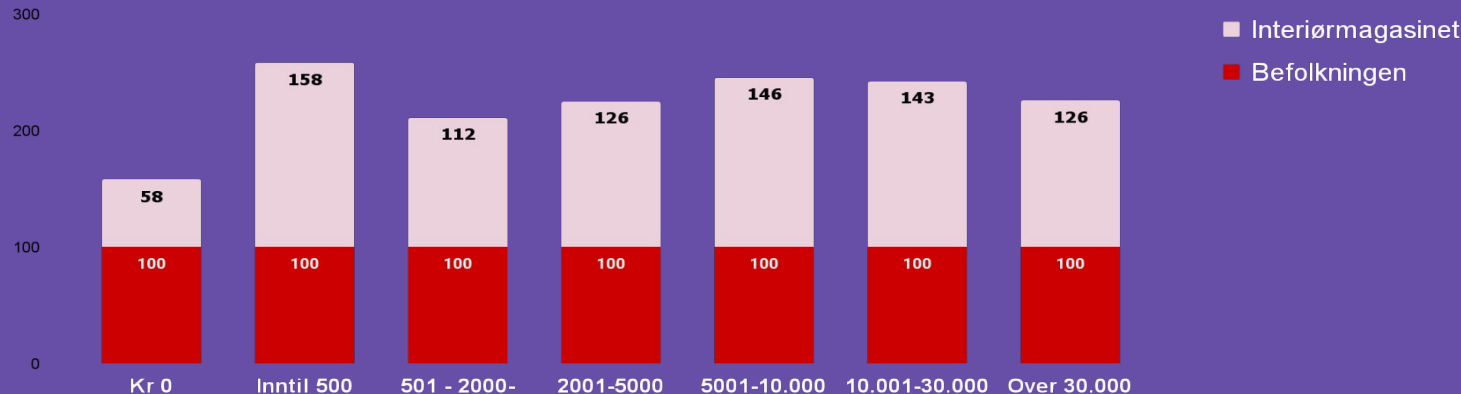


40% har over 650,000 i personlig årsinntekt

Interiørmagasinet sine lesere bruker mye penger på møbler

(Forbruks Indeks 2025)

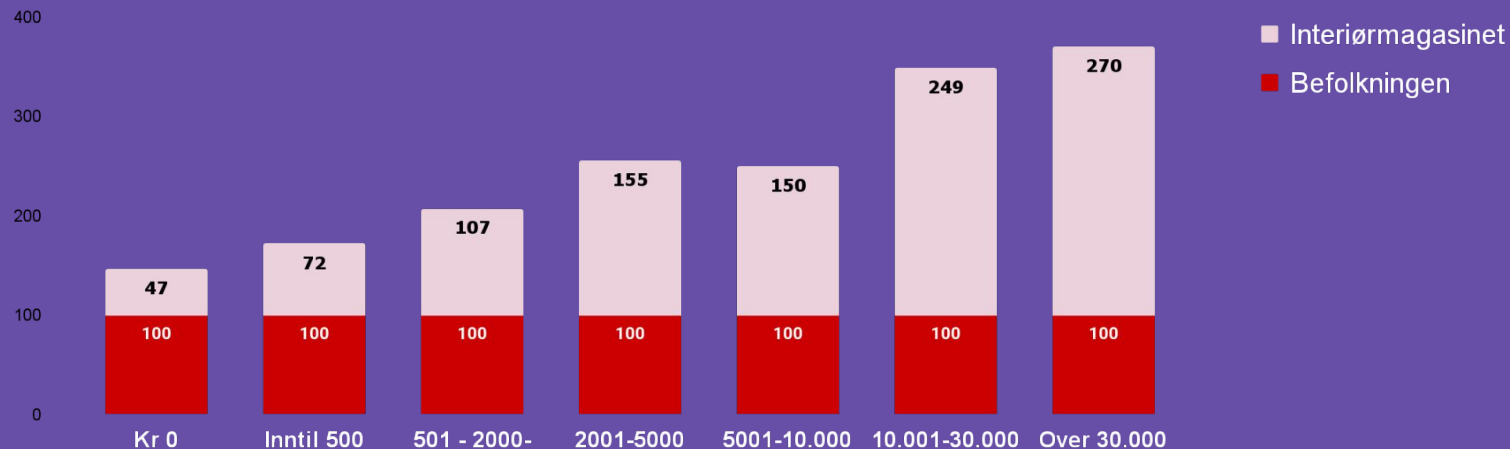
Møbler - beløp benyttet siste 12 mnd i husstanden



InteriørMagasinet sine lesere bruker mye penger på interiør/tekstiler

(Forbruks Indeks 2025)

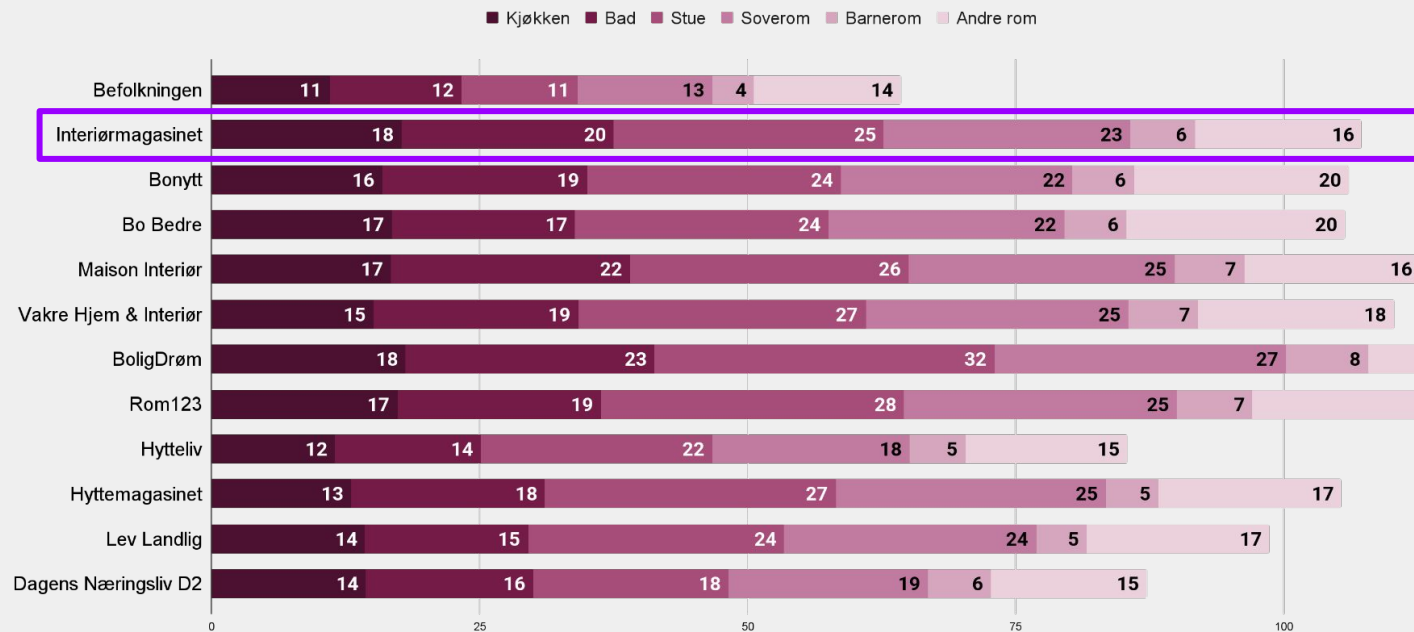
Interiør/tekstiler - beløp benyttet siste 12 mnd i husstanden



Planer om oppussing av blant annet kjøkken og bad

Lesere av interiør- og livsstilsblader (tall i % av lesere)

Oppussingsplaner i år - innvendig (% av lesere)



Kilde: Kantar Forbruker & Media 2025/2

Strukturtall / Social Media

INTERIØR
MAGASINET

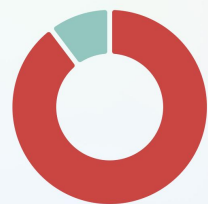
Facebook-følgere

14,61K

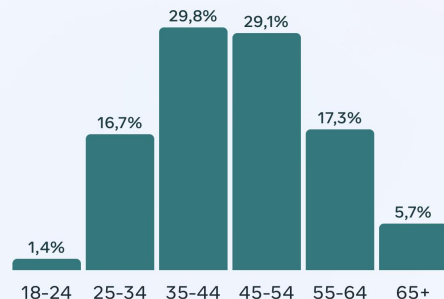
Instagram-følgere

187,45K

Alder og kjønn



Kvinner 89 %
Menn 10 %



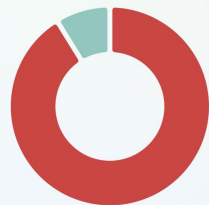
Facebook-følgere

14,61K

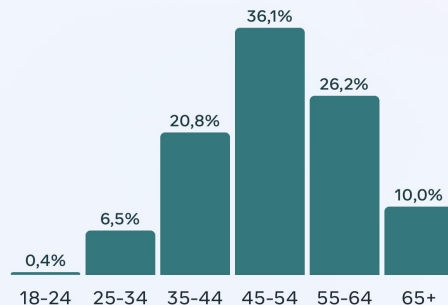
Instagram-følgere

187,45K

Alder og kjønn



Kvinner 91 %
Menn 8 %



187 000

Instagram følgere

15 000

Facebook likes

Formater Instagram

interior_magasinet ▾

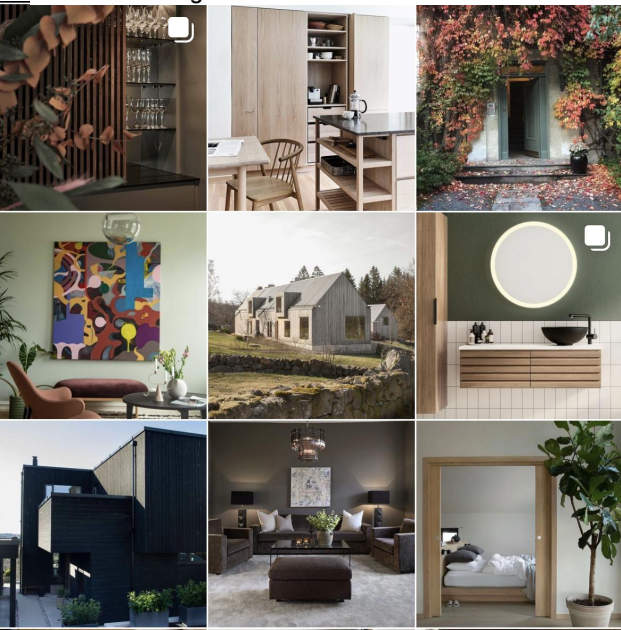


3 499
Innlegg

187 k
Følgere

4 630
Følger

INTERIØR Magasinet



Skap engasjement rundt din merkevare på Interiørmagasinet's Instagram.

IG STORIES ligger ute i 24 timer med mulighet for link til din web.
Vi setter sammen tre bilder som du sender.

IG POST ligger i feeden med tekst under, og link til din instagram.
Varighet: Minimum 14 dager.

Annonce i STORIES Instagram

Ligger ute i 24 timer, og du kan få link til din webside fra "story".
Format: 9:16 crop
vertikalt 1080 x 1920

Bilde (Maks 30 MB) varer 5 sek.
Filtype: jpg eller png.
Video (Maks 4 GB) varer inntil 15 sek.
Filtype: gif eller mov.
Link til webside må legges ved.



Annonce i POST Instagram

Bildet bør ha høy kvalitet, og ligger som en annonse i galleriet til InteriørMagasinet. Teksten du bruker i Instagram-annonsen, vises under bildet og kan inneholde opptil 2200 tegn. Det må fremgå av teksten at det er annonse. Legg også med ønskede hashtags

Format stående
4:5 1080 x 1350

Kvadrat 1:1, 1936 x 1936 piksler
(Maks 30 MB)
Filtype: jpg eller png.



Utgivelser & Annonsepriser 2026

INTERIØR MAGASINET



Pris Helside

Tekstside	kr. 47 500,-
Bakside	kr. 78 000,-
Innhold 1 & 2	kr. 60 000,-
Leder	kr. 60 000,-
3. omslag	kr. 60 000,-
1. ann. i Kuratert	kr. 60 000,-
2. ann. i Kuratert	kr. 57 000,-



Pris Oppslag

Tekstsider	kr. 89 000,-
Første oppslag	kr. 100 000,-
Andre oppslag	kr. 97 000,-
3.-5. oppslag	kr. 96 000,-

Medieplan 2026

No	I salg	Tema / Ekstra fokus	Materiellfrist
1/26	09. januar	Belysning - Stue (minitema)	10. des. '25
2/26	13. mars	Kjøkken - Borddekking Minitema: Uterom	17. februar
3/26	22. mai	Uterom og hagemøbler	22. april
4/26	17. juli	Baderom	23. juni
5/26	18. sept	Kjøkken - Soverom	25. august
6/26	06. nov	Hygge sesong - Jul	13. oktober
1/27	08. januar	TBA	08. desember

Fjellhytte rep. i utgave 1 og 6 - Sommerhus rep. i utgave 3 og 4

GATEFOLD FORAN, 4 SIDER



Pris Gatefold

kr. 160 000,-

Pris Instagram (for print annonsører)

kr. 15 000,- pr Post
kr. 15 000,- pr Story (24 t)

Annonser

Sendes til Annonser@interiormagasinet.no
Høyoppløselig PDF med bilder i 300 dpi. Materiell merkes med
utgivelsesdato og kundenavn.

Datoer med forbehold om endringer.
Bruttopriser er oppgitt eks. mva
Annen spesial-plassering: 15 % tillegg

Netto: 223 mm Side 3
Netto: 225 mm Side 4

Legg til 5 mm utfallende på alle kanter, på alle sider.