

# AKTUALITETSMAGASIN



## Profil og innhold:

- Magasinet skal gi leseren innsikt, dybde og påfyll
- Innsikt dekker norsk og internasjonal politikk og samfunnsliv, og skriver for alle som interessert i økonomi, energi, bærekraft, vitenskap, teknologi, kultur, velferd og politikk med dypdykk i dagsaktuelle temaer
- Profilbyggende med lang levetid

## Leseren:

- Bevisste og samfunnsengasjerte lesere
- Meget interessert i miljø, energi, politikk, kultur, bøker/podcast/film, temareiser, populærvitenskap, forskning og økonomi
- 65% av leserne er 40 år+
- 69% har høyere utdanning
- 56% menn og 44% kvinner

# UTGIVELSESPLAN 2026

| Utgave | Utgivelsesdato | Materiellfrist | Utgave | Utgivelsesdato | Materiellfrist |
|--------|----------------|----------------|--------|----------------|----------------|
| 1      | 09.01.26       | 11.12.25       | 7      | 03.07.26       | 15.06.26       |
| 2      | 06.02.26       | 19.01.26       | 8      | 07.08.26       | 20.07.26       |
| 3      | 06.03.26       | 16.02.26       | 9      | 04.09.26       | 17.08.26       |
| 4      | 10.04.26       | 18.03.26       | 10     | 02.10.26       | 14.09.26       |
| 5      | 08.05.26       | 20.04.26       | 11     | 30.10.26       | 12.10.26       |
| 6      | 05.06.26       | 18.05.26       | 12     | 27.11.26       | 09.11.26       |

162 778 lesere per utgave

## ANNONSEPRISER

1/1 side                   kr 46 600  
Bakside                 kr 56 000

2/1 side                 kr 56 000  
2/1 side 2+3           kr 62 000



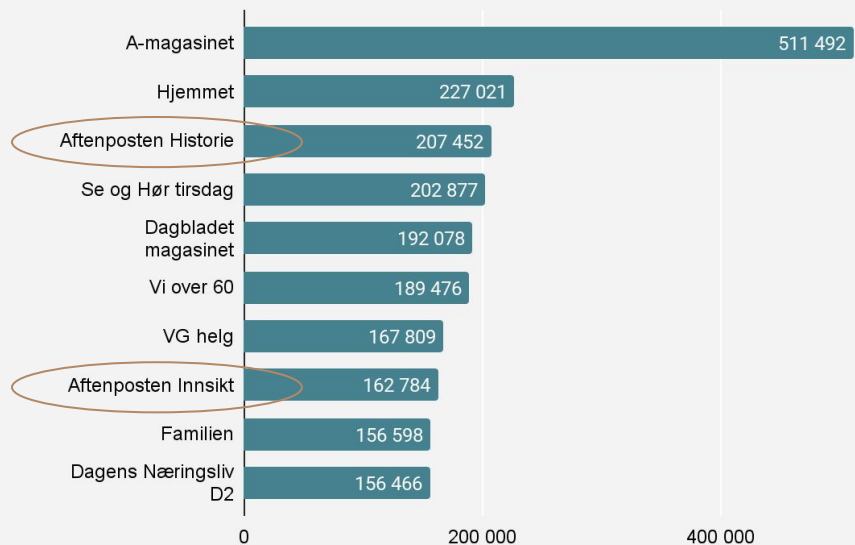
## MATERIELL

1/1 side annonse:  
230mm x 297mm + 5 mm utfallende uten skjæremarker

2/1 side annonse:  
460mm x 297mm + 5 mm utfallende uten skjæremarker

# Største magasiner i Norge

Medietall Q2/25



# Hvorfor annonsere i magasiner?

## MODUS

Høyt involverings  
produkt.

Mottakeren har spesielt  
høy interesse for  
produktet og har full  
fokus på innholdet.  
Leseren er nysgjerrig,  
avslappet og har satt av  
tid til å lese magasinet.

## SYNLIGHET

Din annonse blir synlig i  
et attraktivt miljø

Magasinet har lang  
levetid, lesetid og  
budskap treffer leserne  
som er klare for å la seg  
inspirere og fordype seg  
i interessante temaer.

## TILLIT

Print er den mest  
tillitsvekkende kanalen.  
Publisistenes  
kredibilitet har faktisk  
en større påvirkning på  
annonsens troverdighet  
enn annonsørens  
troverdighet.

## KREATIVITET

Store annonseflater  
og en unik mulighet til  
formidling. Print gir  
rom for kreative  
løsninger og attraktive  
formater som igjen  
skaper høy  
oppmerksomhet.





Redaktør Aftenposten INNSIKT: Tine Skarland

Kontaktinformasjon for Aftenposten Forlag

Anne Kari Gylder  
[annekari@innosight.no](mailto:annekari@innosight.no)  
Tlf. 95 79 31 31

