Camping i Västsverige

Kampanjperiod: 3/8 – 19/8 2026

Syftet med kampanjen är att öka beläggningen på Västsveriges campingar mellan skolstart och höstlov.

Vi annonserade till fyra olika landningssidor (se nedan) för camping och camping-stugor. Campingarna är indelade under elva olika teman för olika intressen och målgrupper. Vi har även gjort en geografisk indelning på både camping- och stugsidorna; Bohuslän, Dalsland, Västergötland samt ”Nära Göteborg” på campingsidan.

Annonsmässigt levererade kampanjen överlag ett bra resultat relativt vår interna benchmark. Sammantaget får kampanjen betraktas som lyckad, där framför allt sajtresultatet sticker ut som mycket positivt. Också glädjande att se ett bra engagemang med bl.a. över 500 sparade inlägg och runt 180 delningar.

Landningssidor:

https://www.vastsverige.com/bo/camping/campingstugor/
https://www.vastsverige.com/bo/camping/
https://www.vastsverige.com/bohuslan/campingibohuslan/
https://www.vastsverige.com/bohuslan/campingibohuslan/stugor/

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: 25-65+. Intressen bl.a; friluftsliv, husbil, hemester, hyra semesterboende, semesterstuga, tält, utomhusaktiviteter, äventyrsresor och camping.

Geografiskt område: Västra Götaland, Karlstad, Jönköping, Halland och Örebro.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts)**:** 815 200

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): 2 960 852

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida):

Inspiration: 1,76% | Stugor: 1,86%

Besök till landningssida: 34 550

Klick från landningssida till deltagande företag: 7 430

Turistrådet Västsverige

Annonserna som presterade bäst i kampanjen











