

HÖST VID HORNBORGASJÖN 2026

Kampanjperiod: 26.09.04 – 26.09.27

Syftet med kampanjen var att öka kännedomen om området runt Hornborgasjön och dess utbud under hösten, en period som traditionellt sett har ett lägre besöksstryck. Kampanjen var indelad i en inspirations-del och en boende/paket-del.

Jämfört med inspiration 2025 hade vi i princip samma CTR och CPC (1,87% och 2,20 kr). Jämfört med paket-/boende 2025 hade vi lägre CTR och CPC (2,25% och 2,92 kr).

Copyn "9 mysiga höstupplevelser" "lockade mest i år, men även "Hornborgasjön – Upplev tranornas höstflytt". Inne på hemsidan så är det puffarna "9 höstupplevelser vid Hornborgasjön", "hösterbjudande och boenden", "inredningsbutiker" och "mat & fika" som gått bäst.

Sammantaget får kampanjen betraktas som godkänd och relativt stabil jämfört med 2025. Inspirationsdelen håller i stort sett samma nivå både annonsmässigt och på sajt, medan paket/boende har ett något svagare CTR- och CVR-resultat men samtidigt lägre CPC och fortsatt en konverteringsgrad över benchmark.

Skillnader i hur data samlas in, bland annat på grund av besökares samtycke till kakor (cookie consent) och olika mätmetoder i GA4, gör att statistiken från sajten inte är helt tillförlitlig.

Landningssida:

<https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/>

<https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/listning-bo/osterbjudanden-och-paket/>

Annonskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: kvinnor och män i åldern 45-65+, med intressen som t.ex. fåglar, fågelskådning, natur, kultur, kaféer, loppmarknad, utomhusaktiviteter och historia.

Räckvidd (uppskattat antal personer som nåtts): lite mer än 964 538

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): drygt 3 543 071

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): 1,82 % (inspiration) Ok 1,62% (boende) Ok

Besök till landningssida: 38 092 (23 473 inspo + 14 619 boende)

Klick från landningssida till deltagande företag: 6 308 (2 678 inspo + 3 630 boende)



Kampanjen delades in i två delar. Inspiration 4 annonser och boende 4 annonser.

Här ser ni de annonser som gick bäst.

Totalt annonsengagemang: (förutom länkklick)
25 st. kommentarer
575 st. sparade inlägg
423 st. delningar