

KULTURHÖST I VÄSTSVERIGE 2025

Sverige: - Fas1 - 29/8-14/9, Fas2 - 25/9-12/10, Fas3 - 20/10-2/11 - Norge: 5/9 – 26/9 2025

Kampanjen bygger huvudsakligen på att lyfta kulturevenemang. Syftet är väcka intresse för kultur och nöje i Västsverige under hösten och bidra till fler besökare när och där det inte är fullt.

I Sverige kampanjen går annonser i de två första faserna som föregående år. Den sista fasen går mindre bra än föregående år men kan förklaras då budget var högre sista fasen 2024

I Norge kampanjen så är resultatet annonsmässigt som föregående år däremot så är konverteringen från sajt ut till företagen mindre 2025 jämfört med året innan.

I kampanjen i Sverige och Norge så är det framför ljusfestivalerna som annonsmässigt fungerat bra dvs Island of Light Smögen, Lights in Alingsås och Nossan Ljusfestival . I övrigt har Vara Konserthus, Göteborgsoperan, Akvarellmuseet, Bokmässan och GIBCA fått klick från landningssidan.

Landningssidor **SV** [Kulturhöst i Västsverige](#) **NO** [Kulturhöst i Västsverige](#)

Annonsskanaler: Facebook och Instagram

Målgrupp: Kvinnor och män i åldern 30-65+ i södra Sveriges och valda delar i Norge.

Intressen: musik, konserter, konst, kultur, museum, teater och scenkonst, litteratur

Räckvidd (antal personer som nåtts av annonserna): **SV:** 2 087 754 **NO:** 360 536

Exponeringar (antal gånger annonserna visats): **SV:** 8 008 369 **NO:** 1 592 979

CTR (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida):

SV: Fas 1: 2,3 %, Fas 2: 2,03% , Fas 3; 2,24 % **NO:** 2,72%

Besök till landningssida: **SV:** 147 189 **NO:** 23 742

Klick från landningssida till deltagande företag:

SV: 29 425 **NO:**1530 st.

