

# KAMPANJ TYSKLAND

Kampanjperiod: 12 januari<sup>1</sup> – 8 februari 2026

Kampanjen syftade till att väcka intresse för Göteborg och Västsverige på den tyska marknaden, där delar av kampanjen fokuserade på vandring och camping. Resultatet var positivt och visade ett tydligt intresse för Västsverige. Särskilt innehållet om camping och vandring presterade bättre än 2025. Kampanjen kompletterades med insatser via researrangörer och andra tyska samarbetspartners.

## Landningssidor:

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

[https://www.vastsverige.com/de/naturerlebnisse\\_und\\_outdoor\\_aktivitaten/wandern/](https://www.vastsverige.com/de/naturerlebnisse_und_outdoor_aktivitaten/wandern/)

<https://www.vastsverige.com/de/unterkunft/camping/>

**Annonskanaler:** Facebook och Instagram

**Målgrupp:** Norra Tyskland samt områden där det finns direktflyg till Göteborg. Intresse för natur, vandring, kultur och camping. Även intresse för Sverige och Skandinavien. Åldersgrupp 25-65+

**Räckvidd** (antal personer som nåtts av annonserna): **4 567 813**

**Exponeringar** (antal gånger annonserna visats): **11 868 569**

**CTR** (hur effektivt annonserna genererat besök till landningssida): **1,25-1,76**

**Besök till landningssida:** **61 893**

**Klick från landningssida till deltagande företag:** **7103**

