

Visit Karlstads kampanjer har fått över 12 miljoner exponeringar och fler svenskar och norrmän än någonsin tidigare besökte Karlstad i somras.

Rapport om privatturismen i Karlstad
Näringsliv- och turismavdelningen
Kommunledningskontoret, Karlstads kommun
December 2022



Det har varit ett bra år och en fantastisk sommarsäsong. Det känns bra att de svenska gästerna fortsätter att öka och att norrmännen hittat tillbaka till Karlstad. Via undersökningar kan vi också se att besökarna tycker om sitt besök i Karlstad och att det viktiga bemötandet fortsatt är bra. Här kommer en sammanfattning om hur vi jobbar för att få fler att upptäcka och välja att besöka Karlstad.

Turismverksamhetens arbete för att locka och välkomna privatresenärer till Karlstad

Karlstad ska vara ett av de bästa besöksmålen i Sverige och där är värdskap, atmosfär och bemötande av allra största betydelse. När Karlstads gäster får ett gott bemötande blir detta det budskap de sprider vidare och glädjande ser vi att den största majoriteten av gäster är mycket nöjda eller nöjda med sitt besök i Karlstad. Detta är något vi behöver värna och utveckla.

En viktig del av vårt arbete bygger på att vi vet vilka som gästar Karlstad och vad de tycker. Vi deltar i undersökningen "Resa i Sverige" tillsammans med 45 andra destinationer i Sverige och turismverksamheten har under sommarsäsongen genomfört en gästundersökning med hjälp av Parlametric för att lära oss mer om varför gästerna valt Karlstad, vad de gjorde, vad de tyckte om och vad de saknade.

Den andra mycket stora uppgiften är att marknadsföra Karlstad så att fler vet om och tänker på Karlstad som en plats att besöka. Turismverksamheten har tagit fram en målgruppspecificering för att kunna prioritera kommunikationsinsatserna till de som passar Karlstad, gäster som söker efter det destinationen Karlstad kan erbjuda. Några av de viktigaste målgrupperna är barnfamiljer, par, kompisgäng och "Godt voksne" från Sverige och Norge.

För att få fler människor i Sverige och Norge att välja att besöka Karlstad behöver vi samarbeta och satsa mer. Det behöver bli fler som är med och stärker bilden av Karlstad också utanför Värmland.

Viktiga samarbetspartner i vårt arbete är Visit Karlstad Member, Karlstadsregionen, grannsamarbetet och Visit Värmland.

Besöksnäringen i Karlstad och besöksserviceplatser

Besöksnäringen består av en mängd aktörer som gör affärer med de som väljer att besöka Karlstad. De är helt avgörande för hur Karlstad ska lyckas som besöksdestination och de är med och skapar attraktivitet för både besökare och invånare. 26 platser har också valt att bli en besöksserviceplats som hjälper till att sprida information om Karlstad. Turismverksamheten förser dessa platser bland annat med en karta över Karlstad. Kartan tas fram helt och hållet av kommunen och finns i två versioner, en för hela kommunen och en för de centralaste delarna. Den är även på engelska och trycks i totalt 65 000 ex. Besöksserviceplatsernas beställningar sköts via en e-tjänst.

Visit Karlstad Member

Visit Karlstad Member är en ekonomisk förening för företag och organisationer verksamma inom Karlstads besöksnäring. En helt medlemsfinansierad förening utan offentliga bidrag. Föreningen har ca 40 medlemmar allt från hotell, mötesanläggningar, restauranger, upplevelseföretag, handel, kulturinstitutioner till transportföretag. Visit Karlstad Member har som syfte att medverka till att utveckla Karlstad som en attraktiv besöksdestination genom olika marknadsaktiviteter och ge möjligheter till att erbjuda ett genuint och kreativt värdskap.

Karlstadsregionen

Det finns en arbetsgrupp med representanter från Forshaga, Grums, Hammarö, Kil och Karlstad som tar fram en årlig handlingsplan kopplad den gemensamma turismstrategiska planen.

Grannsamarbetet

Att tillsammans med Örebro, Linköping, Norrköping och Västerås lyfta olika besöksmål och aktiviteter på den svenska och den norska marknaden. Den senaste aktiviteten är att "Grannarna goes Norge" och Facebooksidan Nysgjerrig på Sverige. Kampanjen startade i oktober och pågår under ett helt år. En idé som även Visit Sweden blev inspirerade av och gjorde en egen kampanj i anslutning till vår kampanj.

Visit Värmland

Vi är medlemmar i den regionala besöksorganisationen och betalar årligen en serviceavgift på 595 000 kronor. Tidigare fokuserade Visit Värmland främst på internationella kampanjer, men i samband med pandemin har största fokuset legat på nationella kampanjer.

Övriga samarbeten och deras webbplatser

Vi ser till att det finns redaktionellt innehåll om destinationen Karlstad på olika webbplatser som lakevanern.se, klaralvsbanan.se, unionsleden.com, vanerleden.se och visitvarmland.com

Egna SoMe kanaler Visit Karlstad

Visit Karlstad har 20 000 följare på **Facebook**, en tillväxt med 17,1 procent sedan 1 januari. Kanalen används för att visa upp Karlstad för potentiella besökare som vill få inspiration och tips från Karlstadsregionen och sekundärt även för Karlstadsbor som vill upptäcka mer om sin plats och få tips när de får besök av släkt och vänner. Syftet med facebook är att inspirera till ett besök genom att förse besökaren om information om resmålet och lyfta små och stora händelser inom Karlstadsregionen.

Kanalen har haft 4 487 298 visningar och av dessa var ca 3 336 151 (74 %) betalda visningar, organiska 781 543 (17 %) och 355 742 (8 %) virala visningar.

Källa: Smampion

Visit Karlstad har 9 154 följare på **Instagram**, en tillväxt med 8% sedan 1 januari. Kanalen används för att visa upp Karlstad för potentiella besökare som vill få inspiration och tips från Karlstadsregionen och sekundärt även för Karlstadsbor som vill upptäcka mer om sin plats och få tips när de får besök av släkt och vänner. Inspirationen ges genom bilder på vacker natur, förslag på besöksmål, samt att visa upp vad som händer här och nu när olika evenemang går av stapeln.

Kanalen har haft totalt 1 370 399 visningar.

Källa: Smampion

Kampanjer 2022

Nedan följer en redogörelse av årets kampanjer och vilket resultat de genererat.

Februari

Sportlovsartikel mot målgruppen barnfamiljer. Sponsrades med 5000 kr på Facebook och artikeln fick 1072 klick in på visitkarlstad.se. Kostnaden per klick blev 4,66 kr. Räckvidden var 72 000 och antalet exponeringar var nästan 173 000.

Mars

- Sidspansring av Facebooksidan för att få fler följare. 5900 kr gav 281 nya följare.
- Tryckt annons i PROs medlemstidning PROpensionären med kulturfokus. Upplagan var 273 500 ex och annonsen var på en halvsida och kostade 26 900kr.



Kultur för alla sinnen i vår!

I Karlstad är kulturen alltid nära. Trollbinds av vackra akvareller på Sandgrund Lars Lerin där den folkkära konstnärens verk finns samlade eller kliv in i i Värmlands Museums värld av värmländsk kulturhistoria, spännande utställningar och förstklassiga matupplevelser. Och missa inte urpremiären av Eurydike på Wermland Opera i mars! En drabbande industrirockopera om världshistoriens mest besungna kvinna.

Läs mer och hitta fler favoriter på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Varmt välkommen 

April

- Sidspansring av Facebooksidan för att få fler följare. 6000 kr gav 476 nya följare.
- Kulturartikel mot målgruppen seniorer. Sponsrades med 3000 kr på Facebook och artikeln fick 1201 länkklick in på visitkarlstad.se. Kostnaden per klick blev 2,50 kr. Räckvidden var nästan 52 000 och över 100 000 exponeringar.
- Bannerannonsering på senioren.se med kulturfokus. Två veckors synlighet på desktop och mobilversionen för 10 800 kr.



Längtar du också efter kultur?

I Karlstad är kulturen alltid nära. På Sandgrund Lars Lerin finns den folkkära konstnärens akvareller samlade och på Värmlands Museum kan du njuta av både spännande historia och matupplevelser i toppklass. Varmt välkommen till solstaden!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Varmt välkommen 

Maj

- Sidsponsring av Facebooksidan för att få fler följare. 5000 kr gav 299 nya följare.
- Sommarartikel mot målgruppen seniorer på den norska marknaden. Både inlägget och artikeln var skrivna på svenska. Sponsrades med 3000 kr på Facebook och artikeln fick 1185 länkklick in på visitkarlstad.se. Kostnaden per klick blev 2,53. Räckvidden var strax över 30 000 och antalet exponeringar nästan 50 000. Även norska seniorer är villiga att klicka vidare och läsa mer.
- Bannerannonsering på senioren.se med sommarfokus. Två veckors synlighet på desktop och mobilversionen för 10 800 kr. Totalt antal sidvisningar på desktop 23 926 och på mobilen 16 689 sidvisningar för den sammanlagda fyraveckorsperioden.



Möt sommaren i Karlstad

Se Karlstad från ett nytt perspektiv och upplev staden med båtbusen. Eller njut av närheten till vattnet i Inre hamn där du kan äta gott hos någon av de populära restaurangerna på bryggan. Varmt välkommen till solstaden!!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Varmt välkommen



Tryckt annons i PROs medlemstidning PROpensionären med sommarfokus. Upplagan var 273 500 ex och annonsen var på en halvsida och kostade 26 900 kr.



Sommar i solstaden!

Upplev Karlstad vid vattnet. Slussa runt i staden med båtbusen eller förläng turen ut i Vänerskärsgården och upptäck vackra Jäverön. Unna dig en avkopplande stund på Vana spa eller njut av närheten till vattnet i Inre hamn där du kan äta gott vid någon av de populära restaurangerna på bryggan. Missa inte heller Alsters herrgård med sin spännande kulturhistoria i naturskön omgivning.

Läs mer och hitta fler soliga favoriter på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Varmt välkommen



Maj forts

Tryckt annonsering i Aftonbladets söndagsbilaga med fem annonser i utvalda temanummer valda efter våra målgrupper.

- Camping och/eller husbilsemester
- Kulturella sommarresor i Sverige
- Lotties smultronställen
- Vanlig utgåva – sommartips
- Höstlovsguide

Bilagan säljs tillsammans med tidningen på söndagar och upplagan är 40 000 tryckta exemplar. Den totala räckvidden är 131 000 då bilagan även finns på webben. Hela kampanjen med fem införanden kostade 20 000 kr.



Möt sommaren i Karlstad

Se Karlstad från ett nytt perspektiv och uplev staden med båtbusen. Eller gå av staden till vattnet i nya baren där du kan låta gott hos någon av de populära restaurangerna på bryggan. Varmt välkommen till solstaden!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Visit Karlstad




I Karlstad är kulturen alltid nära

Upplev kulturhistoria i den natursköna omgivningen på Alsters herrgård, Gustaf Frödings minnesgränd. Trolldärms av västra skivaroller på Sandgrund Lars Lenn där den folkliga konstnärens verk finns samlade eller klev in i Värmlands Museums värld av lokal historia och intressanta utställningar. Varmt välkommen!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Visit Karlstad



Upplev sommaren i Karlstad

I Karlstad har vi nära till det mesta. Kom och upptäck våra smultronställen tillsammans med någon du tycker om. Promenera längs med Klarälven, klappa gatorna i Mariebergsskogen eller besök de mysiga gårdstomaterna och spjut av en fika i solen. Här finns något för alla. Varmt välkommen!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Visit Karlstad



Kom och upplev Karlstad i höst

I Karlstad har vi nära till det mesta. Vars sig du vill besöka Långs Farborn och Spöket Latsan på Värmlands Museum eller källra på militärorden hos Brigadmuseet. Upptäck gator och naturen i Mariebergsskogen och utforska lekträdgården med alla dina sinnen. Här finns något för alla. Varmt välkommen!

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Visit Karlstad



Möt sommaren i Karlstad

Varmt välkommen till solstaden i sommar. Här har vi nära till det mesta – vatten, natur, stadspuls och kultur. På Sandgrund Lars Lenn finns alkoholer i världsklass och från here hamn kan du ta en tur med båtbusen eller stå dig ner vid någon av de populära restaurangerna på bryggan.

Läs mer på visitkarlstad.se

KARLSTAD
Visit Karlstad

Maj forts

Nativeannonsering tillsammans med MatchAds mot barnfamiljer. Annonserna syntes under två månader på olika webbplatser så som dagstidningar och webbsidor med olika teman, exempelvis viivilla.se och familjeliv.se. Annonserna visades endast för de som passade in i utvald målgrupp. 10 olika annonser ledde in till en och samma artikel på visitkarlstad.se. Kostnaden var 50 000 kr och resultatet blev 8333 klick med totalt 4 miljoner visningar. Två av de banners som genererade flest klick in till visitkarlstad.se var dessa:

EXTERN LÄNK VISIT KARLSTAD



Sommar i Karlstad - En härlig upplevelse för hela familjen!

Vare sig ni stannar en weekend eller en vecka finns det något som passar alla.

EXTERN LÄNK VISIT KARLSTAD



Upptäck Karlstad med familjen i sommar!

Här finns ett stort utbud av aktiviteter som är roliga för både stora och små.

Juni

- Sidsponsring av Facebooksidan för att få fler följare. 6000 kr gav 397 nya följare.
- Sponsring av barnfamiljskampanj på Instagram för 3000 kr. Den gav 784 klick in på länken. Räckvidden var 39 000 och antalet exponeringar strax över 62 000.

Juli

- Tre artiklar mot målgrupperna barnfamilj, senior och livsnjutare gjordes tillsammans med Karlstadsregionen. Den totala sponsringen på Facebook var 50 000 kr där varje kommun gått in med 10 000 kr var. Artiklarna sponsrades i två 14-dagarsomgångar och fick tillsammans över 10 000 länkklick in på visitkarlstad.se. Räckvidden var nästan 800 000 personer och antalet exponeringar var över 1,7 miljoner. Lägst kostnad per klick hade seniorartikeln på 3,34 kr.
- Båtbussartikel mot målgrupp i närområdet. Sponsrades med 5000 kr på Facebook och artikeln fick 3306 länkklick in på visitkarlstad.se. Kostnaden per klick blev 1,51 kr. Räckvidden var nästan 68 000 och antalet exponeringar nästan 187 000.

Augusti

Inspelning av tv-programmet Tareq Taylor's Nordic Cookery. Programmet sänds senare i vinter på den svenska tv-kanalen Godare och den norska motsvarigheten Matkanalen. Programmet kommer innehålla bilder från centrum, båtbusstur, matlagning i Inre hamn och en tur ut i Vänerskärgården till Västra Långholmen. Programmet fortsattes att spelas in under en dag i oktober. Då besöktes Mariebergsskogen och Julins Backyard Barbecue. I Mariebergsskogen filmades strandängarna, skogen och en matlagningsscen spelades in vid en av grillplatserna. På Julins filmades tillagningen av köttet i en smoker. Kostnaden för programmet var 350 000 kr och utformningen av programmet har gjorts mellan turismavdelningen och produktionsbolaget. Tareq Taylor är programledare. Material från programmet i form av stillbilder och rörligt material får användas av turismavdelningen i de egna kanalerna framöver.

September

Sidsponsring av Facebooksidan för att få fler följare. 6750 kr gav 385 nya följare.

Oktober

Bannerannonsering på PROpensionaren.se med höstfokus. Tre veckors synlighet på desktop och mobilversionen för 14 000 kr. Totalt antal visningar 20 550.



November

Sidsponsring av Facebooksidan för att få fler följare. 5000 kr gav 270 nya följare.

December

Sidsponsring av Facebooksidan för att få fler följare. 6000 kr.



Utmaningar framåt

Osäkerheten i hur lågkonjunkturen kommer att påverka resandet och den privata kassan är mycket stor.

Det råder också en stor konkurrens om den svenska gästen och svårigheten att sticka ut i bruset är hög. Karlstad som destination är relativt okänt och här finns få starka varumärken som hjälper till att marknadsföra sig till de målgrupper vi vill nå.

Prioriterade aktiviteter 2023

- Satsa mer på hållbart resande
- Satsar på att synas mer
- Ökat samarbete med besöksnäringen med hjälp av Visit Karlstad Member om målgruppsarbetet för att kunna spetsa till oss ytterligare
- Hundraprocentig digital marknadsföring
- Sommarkampanj med Karlstadsregionen
- Fortsatt satsning på Norge tillsammans med “grannarna”

För frågor och mer information

Maria Östling, projektledare turism
Tel 054-540 24 74, maria.ostling@karlstad.se

Marita Närtell, strateg
Tel 054-540 10 70, marita.nartell@karlstad.se

Maria Westin, turismchef
Tel 054-540 24 65, maria.westin@karlstad.se