



Kampanjerapport

Sommerkampanje 2026





Kort om kampanjen

Kampanjeperiode: april – juli 2026

Markeder: København, Stockholm, Helsinki, München og Frankfurt, samt annonser lokalt

Budsjett: 81.000 (76.000 til internasjonal annonsering og 5.000 til lokal annonsering)

Pris: 6000,- per deltakerbedrift.

Forutsetning: Minimum 10 deltakende bedrifter

Landingsside: Opprettes egen landingsside på visitbodo.com





Mål med kampanjen

Å posisjonere Bodø & Salten som en attraktiv destinasjon i sommer- og skuldersesong, og bidra til videre utvikling av flyrutetilbudet til Bodø.

Delmål

- Øke bruken av internasjonale direkteruter til Bodø i 2026
- Inspirere til reiselyst i sommer- og skuldersesong
- Styrke Bodø & Salten som helårsdestinasjon
- Skape bærekraftig trafikkgrunnlag for videre rutetilbud





Målgruppe

Internasjonale potensielle besøkende fra prioriterte geografiske markeder.

Vi har rettet oss mot de byene som har direkteruter til Bodø sommeren 2026. Annonser mot disse markedene har gått i perioden april - juni:

- Helsinki
- Frankfurt
- München
- København
- Stockholm

I tillegg har vi kjørt annonser rettet mot tilreisende i Bodø & Salten, for å nå gjestene som faktisk er her også. Disse annonsene har gått gjennom hele juli.



Kampanjepartnere

Følgende partnere har deltatt i kampanjen, og bidratt til å fylle direkterutene og markedsføre Bodø & Salten for potensielle internasjonale besøkende i sommersesongen:

Scandic

WOOD
HOTEL BODØ



EST 1897
S
STØTT



Nordlandsmuseet



MANSHAUSEN

FOGG
GILDESKÅL



Besøkssenter
nasjonalpark Nordland

F < > N
SERVERING



NORSK
LUFTFARTSMUSEUM



QUALITY HOTEL™
RAMSALT



rampen



HOT &
SALTY



Landingssiden

Det er etablert en landingsside på [visitbodo.com](https://www.visitbodo.com)

Trafikken fra alle annonsene i kampanjen linkes hit.

Landingssiden skal inspirere og informere om reiser til Bodø & Salten i sommer. Den viser også oversikt over de aktuelle dagene du kan fly direkte til Bodø Lufthavn fra de ulike destinasjonene.

Kampanjepartnerenes produkter og opplevelser ble særskilt løftet frem på landingssiden, som anbefalte ting å gjøre, steder å spise eller overnatte.

www.visitbodo.com/en/topic/fly-direct

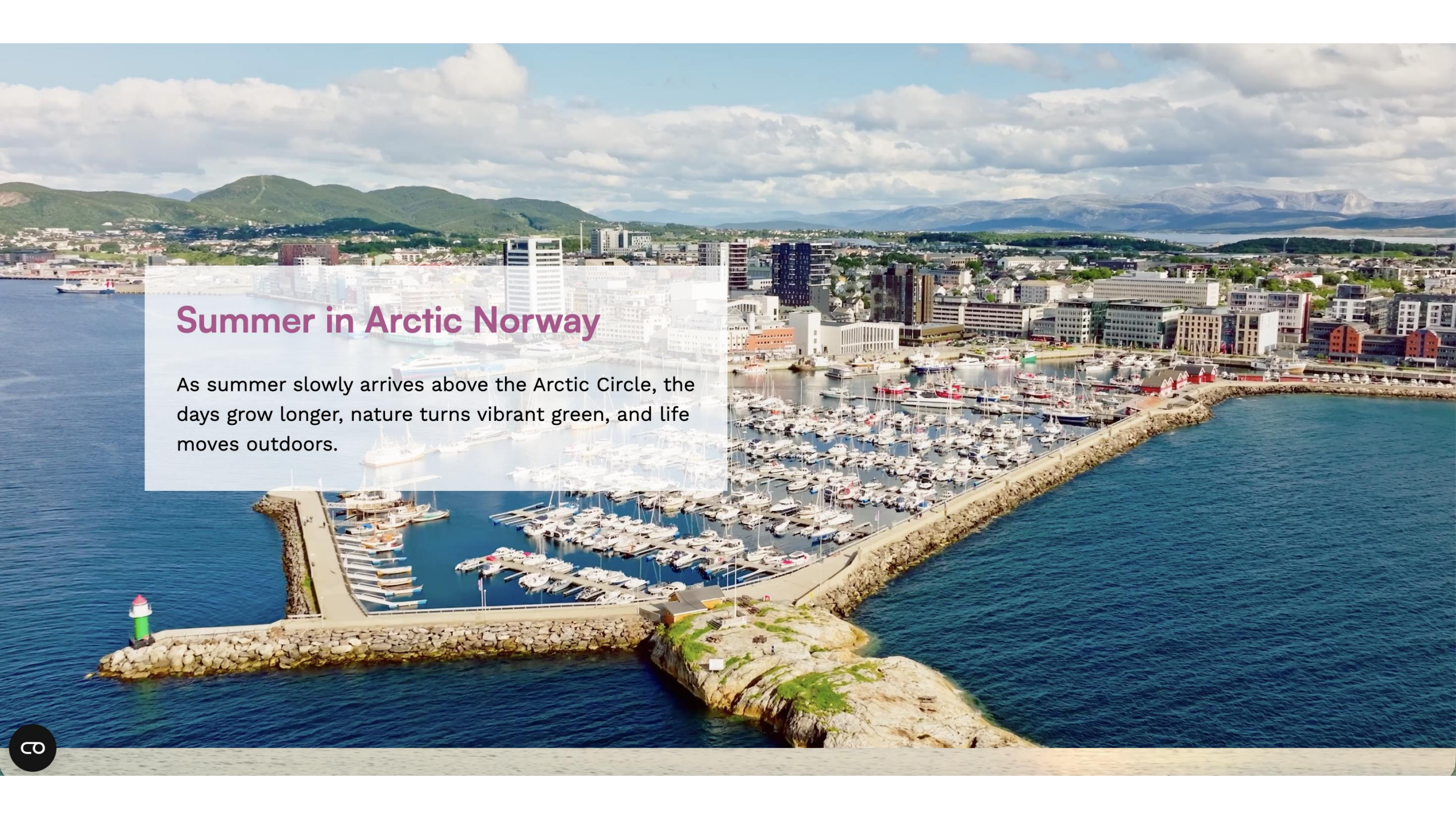
Noen skjermbilder fra landingssiden 🖱️



Ready for Arctic Summer?

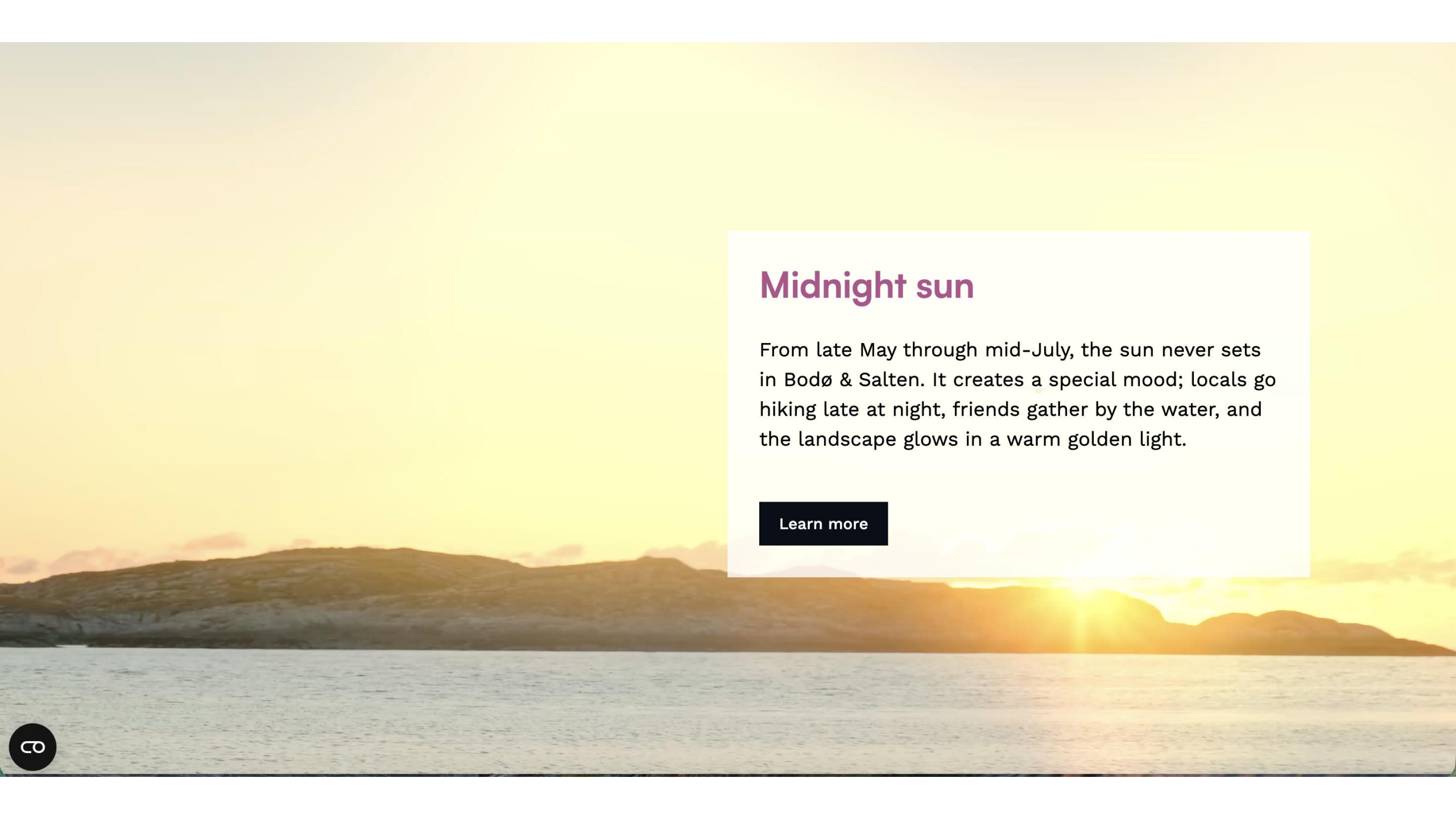
Fly direct to Bodø from Munich, Frankfurt, Copenhagen, Stockholm or Helsinki this season.



An aerial photograph of a coastal city in Arctic Norway. In the foreground, a large marina filled with numerous white sailboats is situated on a rocky peninsula. A small lighthouse with a green body and a red top stands on the left side of the peninsula. The city, with various modern and traditional buildings, extends from the marina towards the background. In the distance, there are green mountains and a body of water under a blue sky with scattered white clouds.

Summer in Arctic Norway

As summer slowly arrives above the Arctic Circle, the days grow longer, nature turns vibrant green, and life moves outdoors.

A wide-angle photograph of a coastal landscape during the midnight sun. The sun is a bright, glowing orb positioned low on the horizon, partially obscured by dark, silhouetted mountains. The sky is a deep, warm orange, and the sun's light reflects as a shimmering path across the calm water in the foreground. The overall mood is serene and ethereal.

Midnight sun

From late May through mid-July, the sun never sets in Bodø & Salten. It creates a special mood; locals go hiking late at night, friends gather by the water, and the landscape glows in a warm golden light.

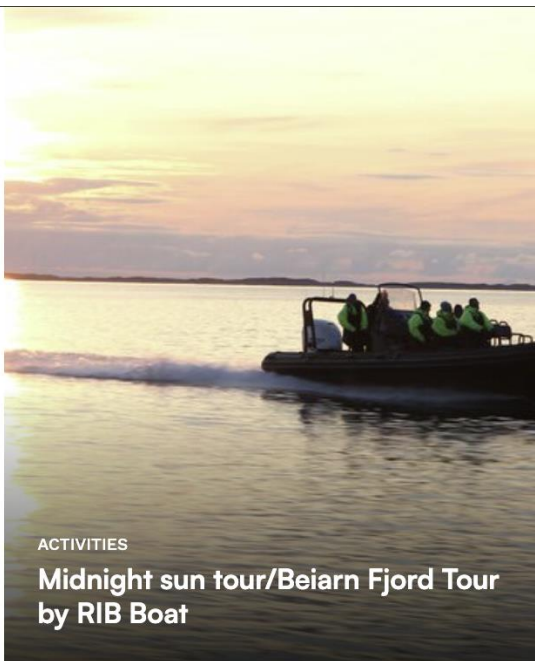
[Learn more](#)

Outdoor Adventures is a MUST

Go rafting in the world's strongest maelstrom, golf under the midnight sun, or explore nearby islands scattered across the coastline.

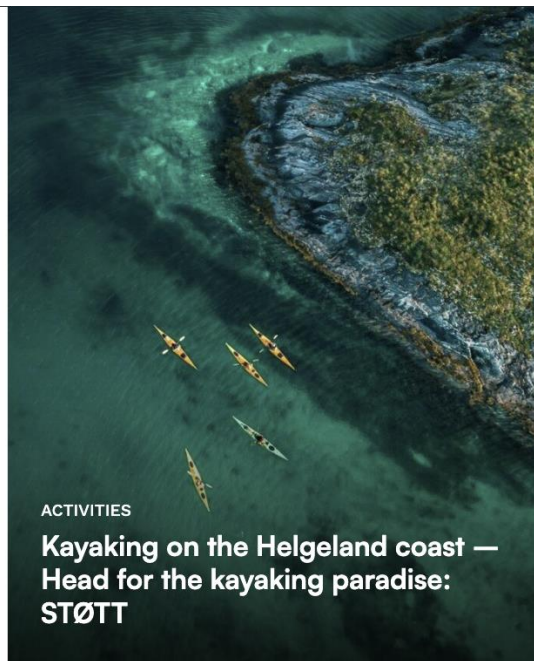
Arctic summer means endless possibilities for outdoor adventures.

[Book here](#)



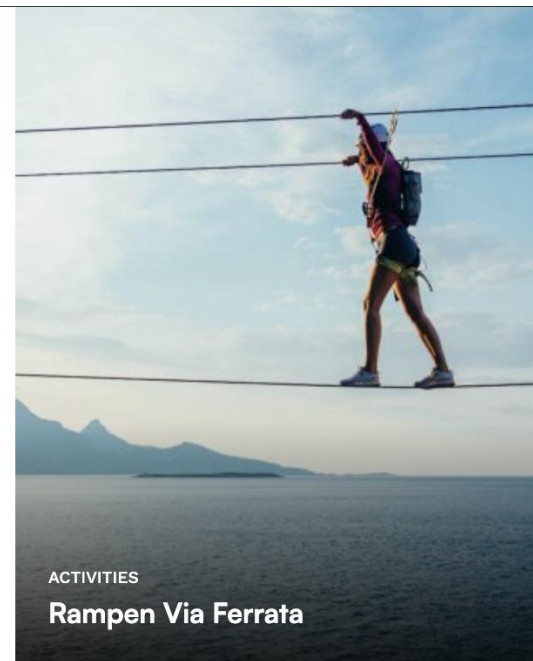
ACTIVITIES

**Midnight sun tour/Beiarn Fjord Tour
by RIB Boat**



ACTIVITIES

**Kayaking on the Helgeland coast —
Head for the kayaking paradise:
STØTT**



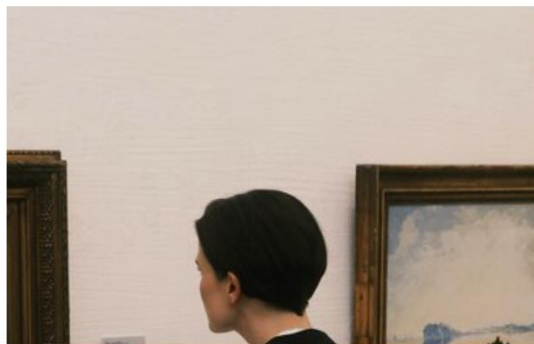
ACTIVITIES

Rampen Via Ferrata



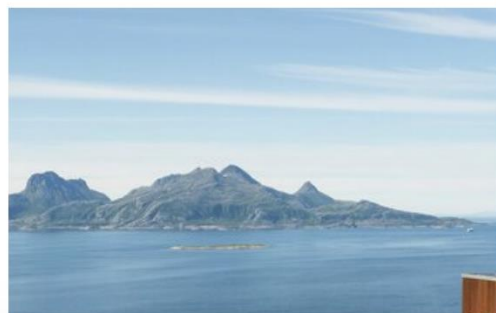
Art, Design & Museums

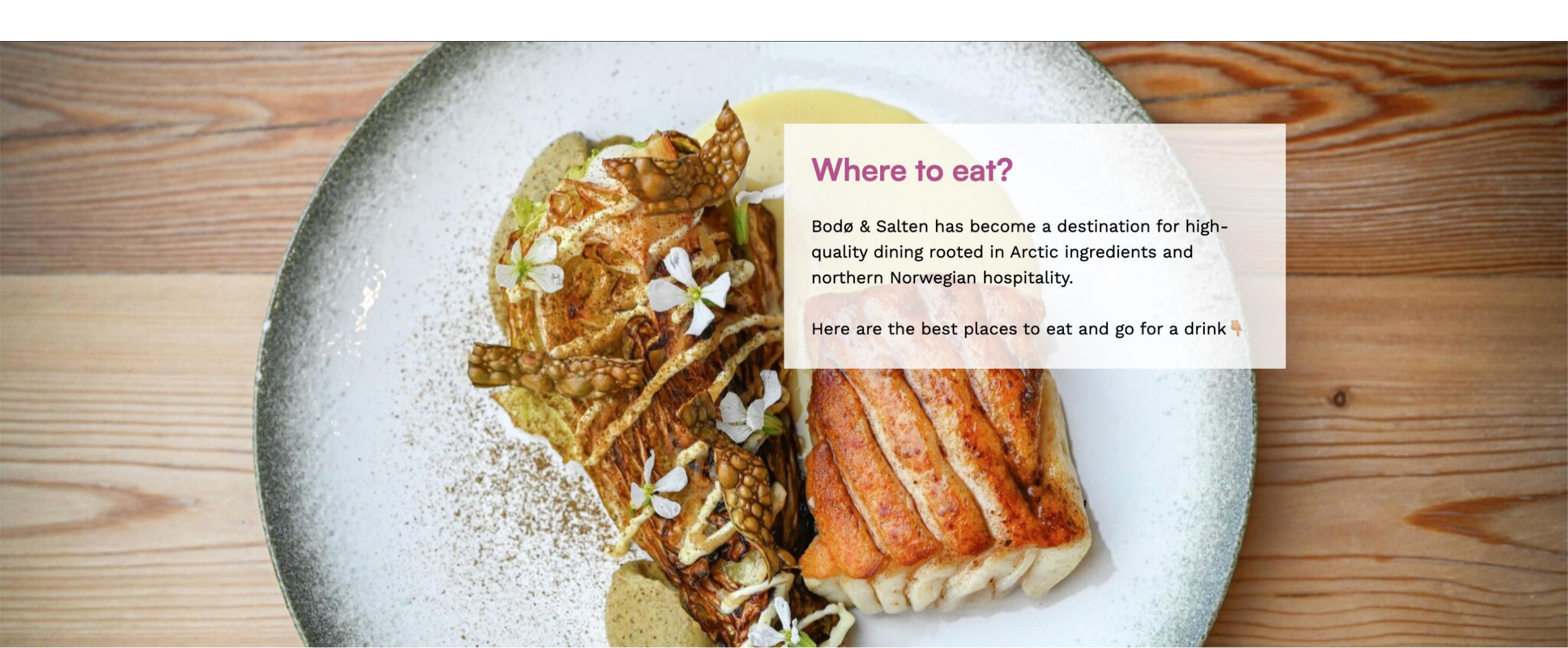
Bodø & Salten also have a strong cultural side. Museums, galleries, and exhibitions give you a closer look at life in the Arctic, shaped by nature, history, and the sea.



Where to stay?

Whether you're dreaming of a glass cabin in arctic nature or a comfortable stay close to city culture, Bodø & Salten has you covered.

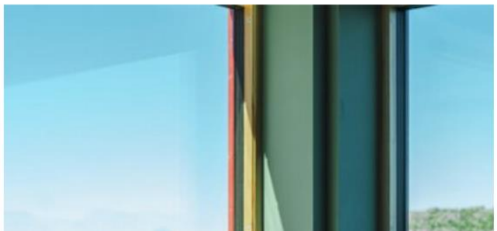


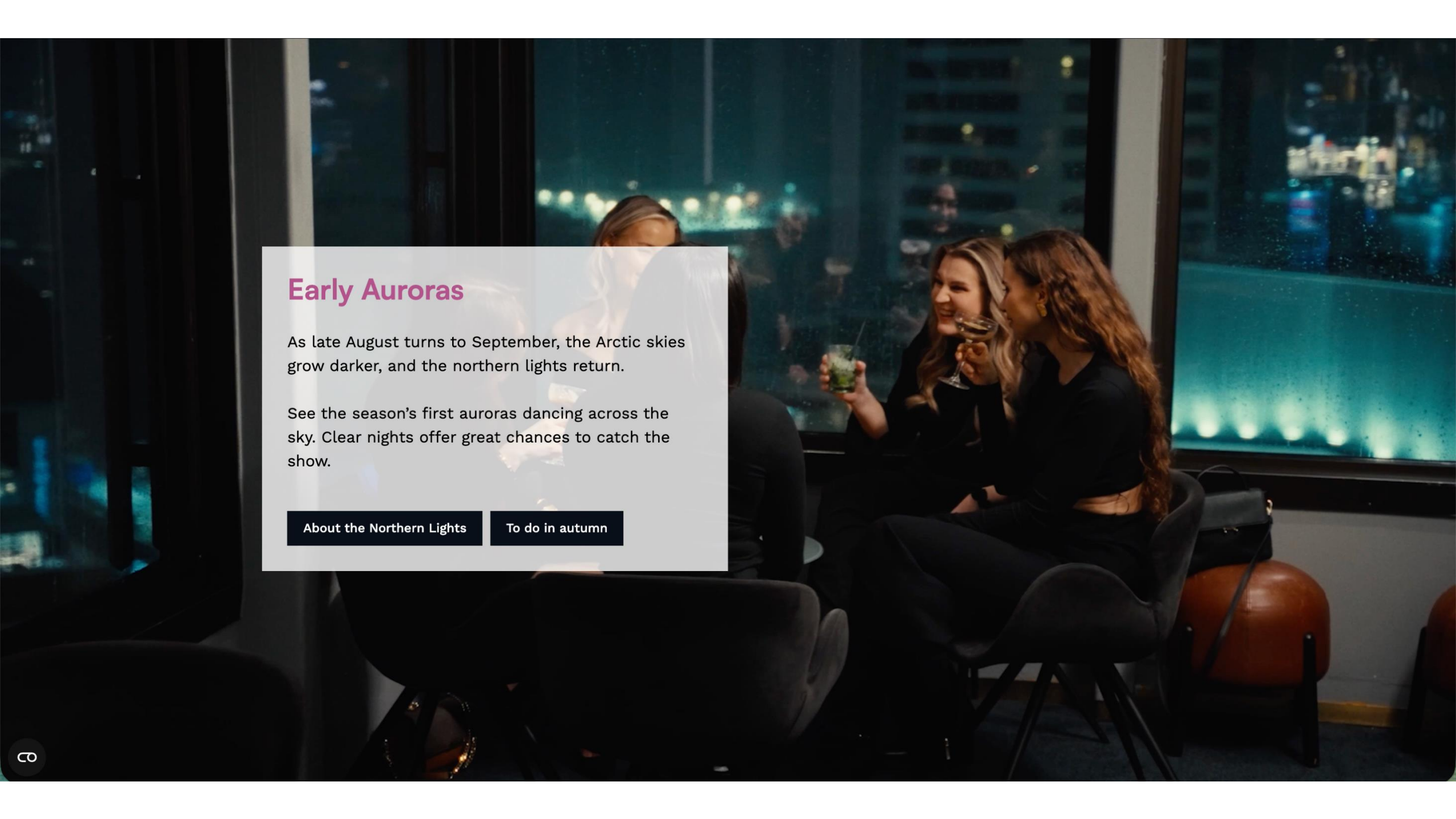


Where to eat?

Bodø & Salten has become a destination for high-quality dining rooted in Arctic ingredients and northern Norwegian hospitality.

Here are the best places to eat and go for a drink 📌



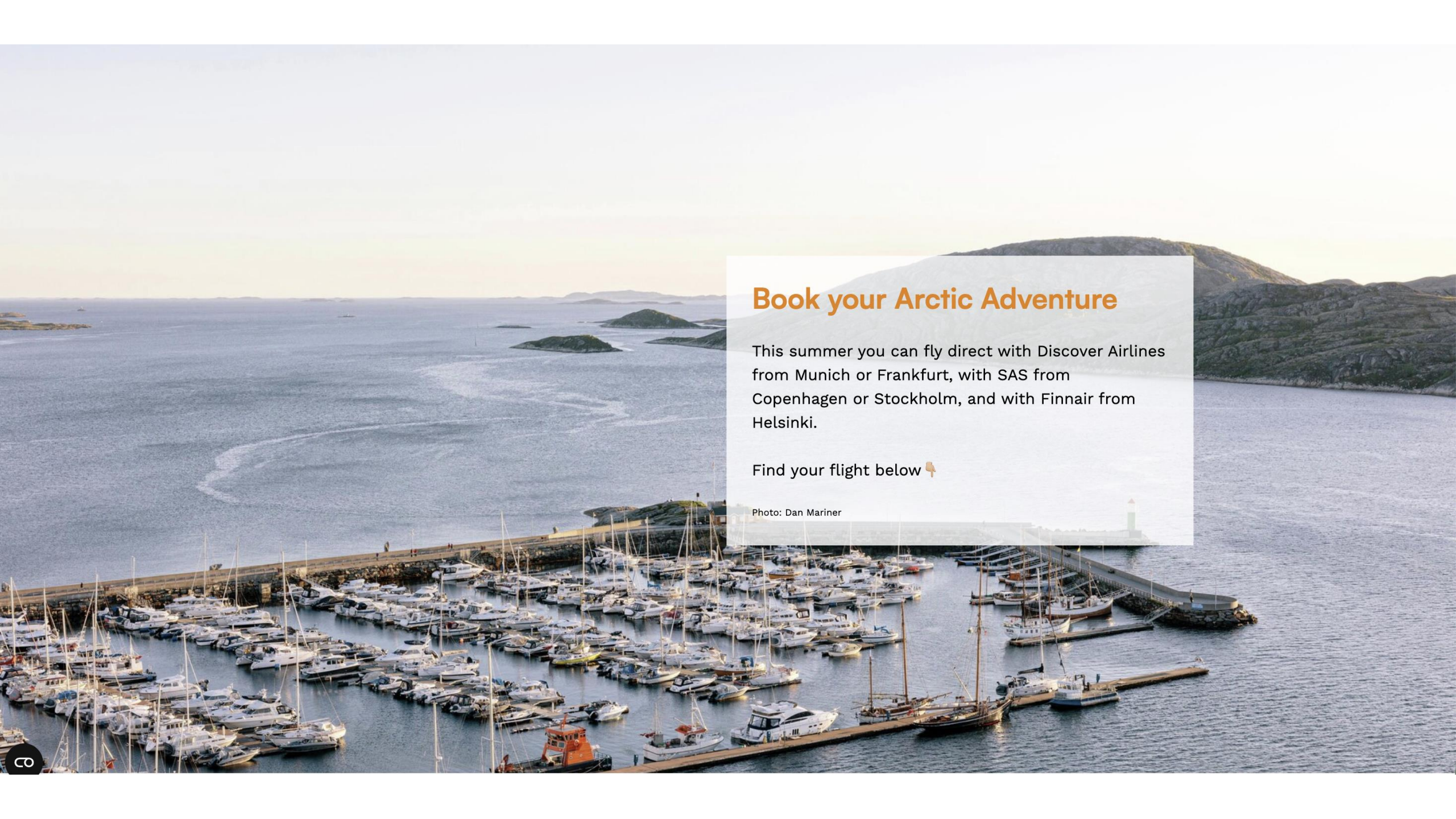


Early Auroras

As late August turns to September, the Arctic skies grow darker, and the northern lights return.

See the season's first auroras dancing across the sky. Clear nights offer great chances to catch the show.

[About the Northern Lights](#)[To do in autumn](#)



Book your Arctic Adventure

This summer you can fly direct with Discover Airlines from Munich or Frankfurt, with SAS from Copenhagen or Stockholm, and with Finnair from Helsinki.

Find your flight below 📌

Photo: Dan Mariner

Fly direct from Stockholm on these dates 📌

June



July



August



September



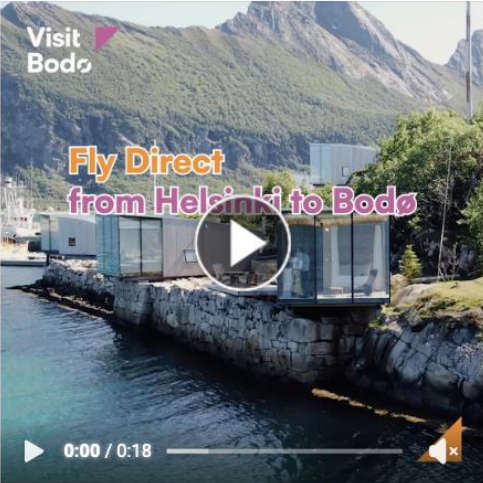
Book flights

Fly direct from Copenhagen on these dates 📌

Internasjonale annonser

Visit Bodø
Annonse · 🌐

This season Arctic Norway is closer than ever 🇳🇴 🇸🇪 Fly direct from Helsinki to Bodø between June - August ✈️



visitbodo.com
Summer in Arctic Norway
See what to expect

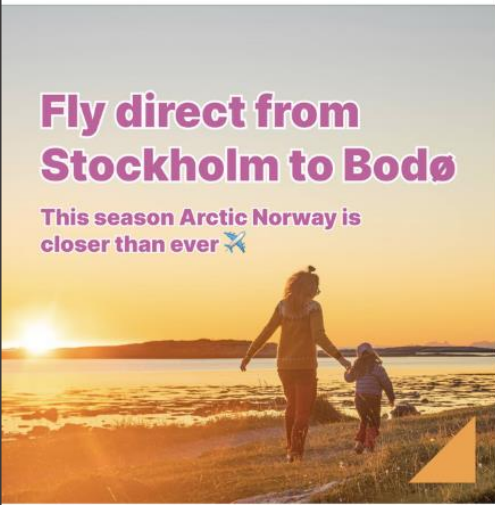
Finn ut mer

👍❤️ 298 3 kommentarer

👍 Liker 💬 Kommenter ➦ Del

Visit Bodø
Annonse · 🌐

Experience midnight sun, breathtaking landscapes, art, culture & unforgettable adventures 🇳🇴 🇸🇪



Fly direct from Stockholm to Bodø
This season Arctic Norway is closer than ever ✈️

visitbodo.com
Norwegian Summer
See what to expect

Finn ut mer

👍😄 5 Én kommentar

👍 Liker 💬 Kommenter ➦ Del

Visit Bodø
Annonse · 🌐

Fly direct from Munich to Bodø this season ✈️
This is some of what you can expect 🇳🇴 🇩🇪



Summer in Arctic Norway Finn ut mer **Summer in Arctic Norway**

👍 1

👍 Liker 💬 Kommenter ➦ Del

Visit Bodø
Annonse · 🌐

Fly direct from Frankfurt to Bodø this season ✈️
This is some of what you can expect 🇳🇴 🇩🇪



Summer in Arctic Norway Finn ut mer **Summer in Arctic Norway**

👍 1

👍 Liker 💬 Kommenter ➦ Del



Internasjonale annonser

Annonseresultater

Rekkevidde: 704.196 (hvor mange unike personer annonsene ble vist til)

Eksponeringer: 1,5 millioner (hvor mange ganger annonsene ble vist)

Frekvens: 2,14 (antall ganger annonsen ble vist per person i gjennomsnitt)

Landingssidevisninger 26.723 (antall som klikker og venter til siden er helt lastet inn for å se innholdet)

Klikk: 51.607 (klikk på annonsene)

Kostnad per landingssidevisning: kr 2,86

Kostnad per klikk: kr 1,48

Budsjett: kr 76.000

Kampanjen ble optimalisert for landingssidevisninger: Det vil si at vi betalte for å få personer helt inn på kampanjesiden, ikke bare for et trykk på annonsen. Dette er noe mer kostbart enn klikk, men det gir oss mer reell verdi fordi vi vet at de som telles faktisk har ventet til siden er lastet ferdig og sett innholdet vi ønsket å vise. På den måten får vi sikrere tall og bedre grunnlag for å vurdere effekten av kampanjen.





Kommentarer

En vurdering av resultatene

- **Svært god synlighet:** Kampanjen nådde over 700.000 unike personer i de fem prioriterte markedene, med totalt 1,5 millioner eksponeringer. Med et annonsebudsjett på 76.000 kr har vi dermed oppnådd bred synlighet i alle markedene.
- **Høy trafikk til kampanjesiden:** Kampanjen genererte 51.607 klikk og 26.723 landingssidevisninger. Det betyr at vi har fått svært mange potensielle reisende videre fra inspirasjon i sosiale medier til mer konkret informasjon om Bodø & Salten og direkterutene.
- **Svært kostnadseffektiv annonsering:** En kostnad på 1,48 kr per klikk og 2,86 kr per landingssidevisning er svært lav. Det betyr at vi har klart å generere mye trafikk til kampanjesiden for annonsebudsjettet.
- **Direkterute-budskapet traff klart best:** «Video 1: Fly direct» var den best presterende annonsen i samtlige fem markeder. Det er et tydelig signal om at kombinasjonen av et konkret reisebudskap og inspirasjon fra destinasjonen fungerer svært godt.





Internasjonale annonser: Resultater

Det ble satt opp totalt 30 annonser fordelt på 5 annonsesett.



Resultater Annonsesett Helsinki

Annonse ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Resultater ↓	Kostnad per resultat ↑↓	Klikk (alle) ↑↓	CPC (alle) ↑↓
 Video: fly direct from Helsinki	424 525	181 462	2,34	7 614 Landingssidevisning	kr. 2,62 Per landingssidevis...	14 335	kr 1,39
 Bilde 1: Fly direct from Helsinki	2 962	2 388	1,24	46 Landingssidevisning	kr. 2,91 Per landingssidevis...	100	kr 1,34
 Karusell 1	706	565	1,25	11 Landingssidevisning	kr. 3,76 Per landingssidevis...	25	kr 1,66
 Karusell 2	532	408	1,30	7 Landingssidevisning	kr. 3,97 Per landingssidevis...	16	kr 1,74
 Bilde 2: Ready for Arctic Summ...	394	330	1,19	7 Landingssidevisning	kr. 2,47 Per landingssidevis...	13	kr 1,33
 Karusell 3	431	368	1,17	6 Landingssidevisning	kr. 4,16 Per landingssidevis...	9	kr 2,77

Resultater fra 6 annonser ⓘ

- Annonsen som gjorde det best i Helsinki var «Video 1: Fly direct»
- Totalt hadde vi en rekkevidde på 181.979 i Helsinkiområdet. Dette var også det markedet vi hadde høyest rekkevidde i.
- Vi hadde 7.691 landingssidevisninger totalt i Helsinkiområdet, og det var også dette markedet som sto for flest landingssidevisninger. Video 1 sto for hele 7.614 av disse.
- Totalt genererte annonsene 14.498 lenkeklikk fra det finske markedet.

Resultater Annonsesett Frankfurt

Annonse ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Resultater ↓	Kostnad per resultat ↑↓	Klikk (alle) ↑↓	CPC (alle) ↑↓
 Video: fly direct from Frankfurt	285 019	150 774	1,89	4.728 Landingssidevisning	kr 3,03 Per landingssidevis...	8 856	kr 1,62
 Karusell 2	5 335	3 557	1,50	403 Landingssidevisning	kr 3,18 Per landingssidevis...	1 241	kr 1,03
 Karusell 1	4 520	3 361	1,34	351 Landingssidevisning	kr 2,76 Per landingssidevis...	909	kr 1,06
 Karusell 3	2 517	1 896	1,33	154 Landingssidevisning	kr 3,46 Per landingssidevis...	473	kr 1,13
 Bilde 1: Fly direct from Frankfurt	789	635	1,24	21 Landingssidevisning	kr 2,10 Per landingssidevis...	35	kr 1,26
 Bilde 2: Ready for Arctic Summ...	106	88	1,20	2 Landingssidevisning	kr 3,15 Per landingssidevis...	2	kr 3,15

Resultater fra 6 annonser ⓘ

- Annonsen som gjorde det best i Frankfurt var «Video 1: Fly direct»
- Totalt hadde vi en rekkevidde på 155.779 i Frankfurtområdet.
- Vi hadde 5.659 landingssidevisninger totalt i Frankfurtområdet. Video 1 sto for 4.728 av disse.
- Totalt genererte annonsene 11.516 lenkeklikk fra Frankfurtområdet.

Resultater Annonsesett München

Annonse ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Resultater ↓	Kostnad per resultat ↑↓	Klikk (alle) ↑↓	CPC (alle) ↑↓
 Video: fly direct from Munich	266 472	145 412	1,83	4 483 Landingssidevisning	kr 3,00 Per landingssidevis...	8 279	kr 1,62
 Karusell 2	981	846	1,16	17 Landingssidevisning	kr 3,45 Per landingssidevis...	38	kr 1,54
 Karusell 1	463	390	1,19	12 Landingssidevisning	kr 2,08 Per landingssidevis...	19	kr 1,31
 Bilde 1: Fly direct from Munich	628	534	1,18	12 Landingssidevisning	kr 2,79 Per landingssidevis...	17	kr 1,97
 Bilde 2: Ready for Arctic Summ...	379	338	1,12	9 Landingssidevisning	kr 2,25 Per landingssidevis...	14	kr 1,45
 Karusell 3	429	355	1,21	8 Landingssidevisning	kr 2,84 Per landingssidevis...	12	kr 1,89

Resultater fra 6 annonser ⓘ

- Annonsen som gjorde det best i München var «Video 1: Fly direct»
- Totalt hadde vi en rekkevidde på 149.995 i Münchenområdet.
- Vi hadde 4.541 landingssidevisninger totalt i Münchenområdet. Video 1 sto for 4.483 av disse.
- München var det markedet som ga lavest CPC av alle markedene – dvs. Det var mest kostnadseffektivt å annonsere her.
- Totalt genererte annonsene 8.379 lenkeklikk fra det Münchenområdet.

Resultater Annonsesett Stockholm

Annonse ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Resultater ↓	Kostnad per resultat ↑↓	Klikk (alle) ↑↓	CPC (alle) ↑↓
 Video: fly direct from Stockholm	252 196	121 053	2,08	4 205 Landingssidevisning	kr 2,77 Per landingssidevis...	7 895	kr 1,48
 Bilde 1: Fly direct from Stockhol...	8 081	5 942	1,36	132 Landingssidevisning	kr 2,60 Per landingssidevis...	267	kr 1,29
 Karusell 3	4 634	3 176	1,46	125 Landingssidevisning	kr 2,45 Per landingssidevis...	176	kr 1,74
 Karusell 2	3 313	2 680	1,24	85 Landingssidevisning	kr 2,80 Per landingssidevis...	128	kr 1,86
 Karusell 1	812	645	1,26	23 Landingssidevisning	kr 2,47 Per landingssidevis...	34	kr 1,67
 Bilde 2: Ready for Arctic Summ...	734	593	1,24	12 Landingssidevisning	kr 3,80 Per landingssidevis...	25	kr 1,83

Resultater fra 6 annonser ⓘ

- Annonsen som gjorde det best i Stockholm var «Video 1: Fly direct»
- Totalt hadde vi en rekkevidde på 128.166 i Stockholmsområdet.
- Vi hadde 4.582 landingssidevisninger totalt i Stockholmsområdet. Video 1 sto for 4.205 av disse.
- Totalt genererte annonsene 8.525 lenkeklikk fra det Stockholmsområdet.

Resultater Annonsesett København

Annonce ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Resultater ↓	Kostnad per resultat ↑↓	Klikk (alle) ↑↓	CPC (alle) ↑↓
 Video: fly direct from Copenhag...	236 600	112 666	2,10	4 208 Landingssidevisning	kr 3,02 Per landingssidevis...	8 623	kr 1,48
 Bilde 2: Ready for Arctic Summ...	715	632	1,13	15 Landingssidevisning	kr 3,59 Per landingssidevis...	25	kr 2,15
 Karusell 1	482	413	1,17	11 Landingssidevisning	kr 3,23 Per landingssidevis...	16	kr 2,22
 Bilde 1: Fly direct from Copenha...	390	327	1,19	9 Landingssidevisning	kr 2,37 Per landingssidevis...	13	kr 1,64
 Karusell 2	312	265	1,18	5 Landingssidevisning	kr 4,36 Per landingssidevis...	9	kr 2,42
 Karusell 3	327	290	1,13	2 Landingssidevisning	kr 11,01 Per landingssidevis...	3	kr 7,34

Resultater fra 6 annonser ⓘ

- Annonser som gjorde det best i København var «Video 1: Fly direct»
- Totalt hadde vi en rekkevidde på 113.841 i Københavnsområdet.
- Vi hadde 4.250 landingssidevisninger totalt i Københavnsområdet. Video 1 sto for 4.208 av disse.
- Totalt genererte annonsene 8.689 lenkeklikk fra det Københavnsområdet.





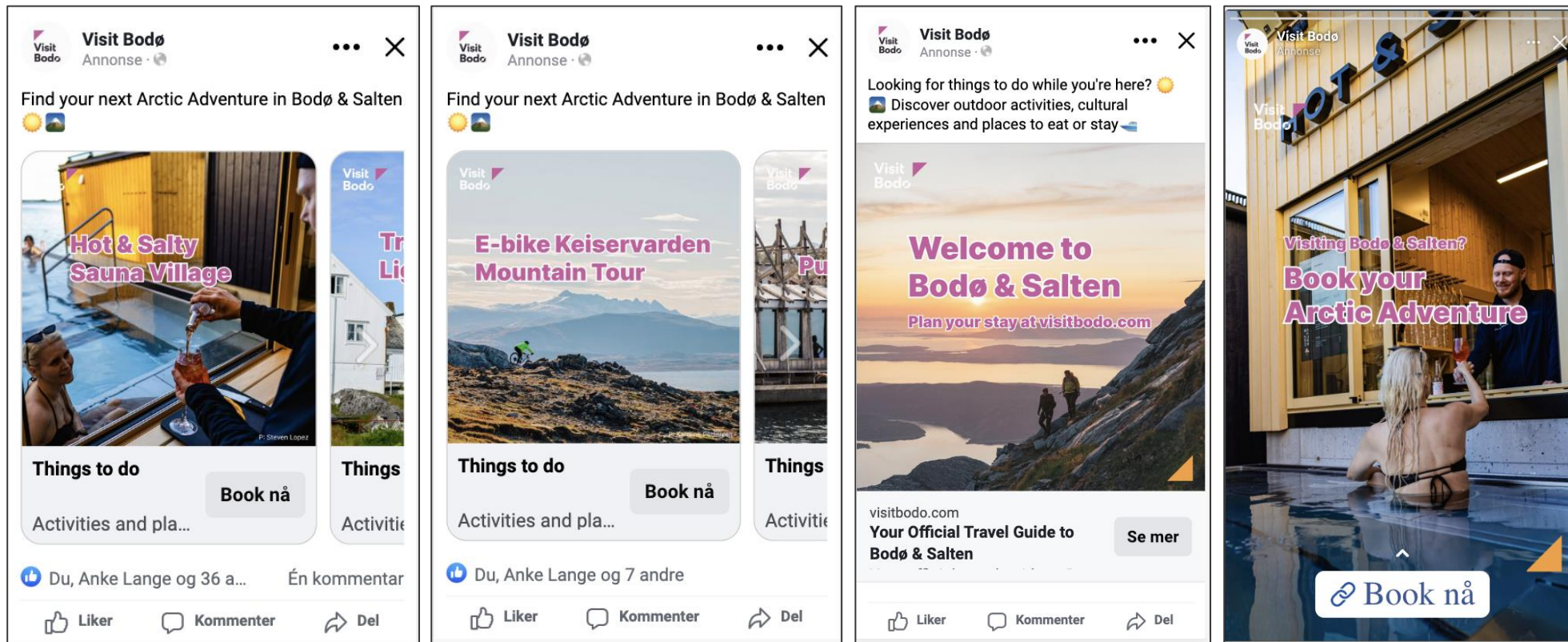
Kommentarer

Vurdering av resultatene i de ulike markedene

- **Helsinki skiller seg ut på volum og respons:** Helsinki ga både høyest rekkevidde og flest landingssidevisninger. Med 7.691 faktiske besøk til kampanjesiden fremstår det finske markedet som særlig interessert. Helsinki hadde også høy respons sett opp mot antall personer vi nådde. Samtidig er det relativt jevn og høy rekkevidde i alle fem markeder, noe som er positivt.
- **De tyske markedene leverer godt:** Frankfurt ga nest flest landingssidevisninger, mens München hadde den laveste kostnaden per klikk av alle markedene. Det viser at de to tyske direkterutemarkedene både gir betydelig trafikk og kan nås kostnadseffektivt. Dette er langt bedre resultater enn vi har hatt i de tyske markedene tidligere, og tyder på at budskapet denne gangen traff svært godt.
- **Stockholm og København har lavere volum, men fortsatt god respons:** Begge markedene genererte over 4.000 landingssidevisninger. København hadde lavest rekkevidde av de fem markedene, men genererte likevel 8.689 klikk – flere enn både Stockholm og München. Det tyder på god respons blant de vi faktisk nådde i København.
- **Samlet sett responderer alle fem markedene:** Det viktigste er kanskje at vi ikke ser ett marked som «faller gjennom». Kampanjen har generert betydelig trafikk fra samtlige fem direkterutemarkeder, og markedene viser ulike styrker – fra høyt volum og respons i Helsinki til svært kostnadseffektiv annonsering i München.



Lokale annonser



- Karusell 1 sto for størst volum. Annonsen genererte klart flest klikk (1.153) og hadde størst rekkevidde (17.746). Den sto dermed for over halvparten av alle klikkene i den lokale kampanjen.
- Bildeannonsen var mest kostnadseffektiv, selv om den hadde lavere rekkevidde og færre klikk totalt.
- «Welcome to Bodø & Salten» leverte også godt, med 645 klikk og en kostnad per klikk på 2,20 kr.
- Karusell 2 hadde svakest respons. Den fikk også betydelig mindre distribusjon enn de øvrige annonsene (Meta optimaliserte slik at annonsene som traff best ble pushet mest)



Lokale annonser

Annonseresultater

Rekkevidde: 25.082 (hvor mange unike personer annonsene ble vist til)

Eksponeringer: 117.050 (hvor mange ganger annonsene ble vist)

Frekvens: 4,67 (antall ganger annonsen ble vist per person i gjennomsnitt)

Klikk: 2.255 (klikk på annonsene)

Kostnad per klikk: kr 2,20

Budsjett: kr 5.000

Kampanjen ble optimalisert for booking: Det vil si at vi betalte for å få personer til å gjennomføre kjøp i bookingportalen. Annonsene ble rettet mot de med størst sannsynlighet for å gjennomføre kjøp. Dette er generelt vanskeligere enn å optimalisere for klikk eller visninger, og ofte mer kostbart. Dvs. Det koster mer pr. booking enn pr. klikk eller visning. Men det var viktig for oss å teste annonser med dette som mål for den nye bookingportalen.



Lokale annonser

Annonseresultater

Annonse ↑↓	Eksponeringer ↑↓	Rekkevidde ↑↓	Frekvens ↑↓	Klikk (alle) ↓	CPC (alle) ↑↓	Kostnad per... ↑↓
 Karusell 1	64 385	17 746	3,63	1 153	kr 2,32	kr 334,87
 Welcome to Bodø & Salten - visi...	31 531	12 790	2,47	645	kr 2,20	kr 6,62
 Bilder	16 483	7 641	2,16	380	kr 1,65	kr 314,30
 Karusell 2	4 651	2 637	1,76	77	kr 2,94	kr 226,47

Resultater fra 4 annonser ⓘ



Resultater fordelt på markeder

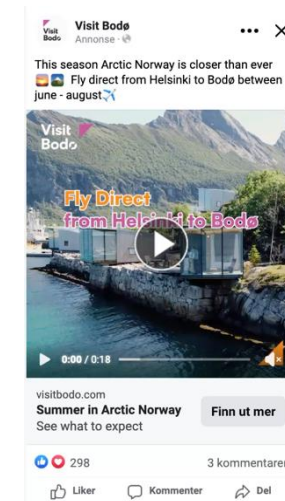
- **Test av bookingoptimalisert annonsering:** Dette var første gang vi testet annonser med mål om å generere bookinger i den nye bookingportalen. Annonnene ble rettet mot tilreisende som allerede befant seg i Bodø & Salten.
- **God trafikk med et begrenset budsjett:** Med et budsjett på kun 5.000 kr nådde annonsene 25.082 personer og genererte 2.255 klikk, til en kostnad på 2,20 kr per klikk.
- **Bookingresultater:** Meta gir oss ikke tilstrekkelige data til å si hvor mange bookinger som kom direkte fra annonseringen. I kampanjeperioden ble det totalt gjennomført 22 bookinger i bookingportalen, men vi kan ikke fastslå hvor mange av disse som kan tilskrives kampanjen. Totalt ble det i juli solgt aktiviteter for kr. 15.950 i bookingportalen.
- **Nyttig erfaring videre:** Kampanjen viser at vi med et relativt lite budsjett kan nå mange tilreisende som allerede befinner seg i regionen og drive trafikk videre til bookbare opplevelser. Ved senere kampanjer ønsker vi å teste dette videre med et større datagrunnlag.



Oppsummering

Helhetsvurdering

- **Sommerkampanjen har gitt Bodø & Salten svært god synlighet i de prioriterte internasjonale markedene.** Over 700.000 unike personer ble nådd, og kampanjen genererte 1,5 millioner eksponeringer og over 26.700 faktiske besøk til kampanjesiden.
- **Annonseringen har vært svært kostnadseffektiv.** Med en kostnad på 1,48 kr per klikk og 2,86 kr per landingssidevisning har vi generert mye trafikk for annonsebudsjettet.
- **Alle fem direkterutemarkedene leverte gode resultater.** Helsinki skiller seg særlig ut på volum og respons, de tyske markedene leverte betydelig bedre enn i tidligere kampanjer, og ingen av markedene «falt gjennom».
- **Direkterutene viste seg å være et svært effektivt budskap.** «Video 1: Fly direct» var den best presterende annonsen i samtlige fem internasjonale markeder, noe som viser at inspirerende video fungerer spesielt godt.
- **Den lokale annonseringen ga oss nyttig erfaring med en ny type kampanje.** Med et begrenset testbudsjett nådde vi over 25.000 personer som allerede befant seg i regionen og genererte 2.255 klikk til bookbare opplevelser. Dette gir et godt utgangspunkt for videre testing av bookingrettet annonsering.



Video: Fly Direct

Visit
Bodo

A solid pink triangle pointing downwards, positioned to the right of the word "Visit".A solid pink circle, positioned to the right of the word "Bodo".