

Så ska Expedition Bohuslän locka kunskapstörstande turister

Fler besökare och ökat antal gästrätter. Så ser målen ut för Expedition Bohuslän – en gemensam kampanj där sju av Bohusläns största besöksmål samarbetar istället för att konkurrera om kunskapstörstande turister.

Bakom Expedition Bohuslän står Turistrådet Västsverige tillsammans med Nordiska Akvarellmuseet i Skärhamn, Strandverket Konsthall på Marstrand, Kosterhavets nationalpark i Strömstad och Tanums kommun, Havets Hus i Lysekil, Bohusläns Museum i Uddevalla, Nordens Ark i Hunnebostrand och Vitlycke museum i Tanumshede. De sju besöksmålen lockar tillsammans 1 miljon besökare varje år. Kampanjen rullar igång idag den 3 april. I huvudsak riktar sig kommunikationen till boende i Stockholm och Mälardalen, södra Sverige och även Norge.

- Vi vill locka alla, ung som gammal, som vill lära sig mer om Bohusläns historia, om konst, kultur, djur och natur. Genom att ta fram ett gemensamt kommunikationskoncept kommer fler att få upp ögonen för Bohuslän och dessa stora och populära besöksmål, säger Jennie Renström, kampanjansvarig, Turistrådet Västsverige.

Nyfikenhet ett centralt tema

Kommunikationen är filmbaserad och sker främst digitalt via banners och sociala medier. Dessutom kommer en nytryckt folder att finnas tillgänglig på alla besöksmålen samt på turistbyråer och boendeanläggningar runt om i Bohuslän. Den digitala annonseringen leder in på kampanjwebbplatsen [Expedition Bohuslän](#).

- Kampanjen byggs kring nyfikenhet, eftersom det är något som binder samman alla våra besöksmål och deras besökare. Är man intresserad av konst och kultur och besöker Bohusläns Museum ska man där kunna lockas att åka vidare till exempelvis Strandverket Konsthall eller Nordiska Akvarellmuseet, säger Jennie Renström.

[Kampanjfilm – Expedition Bohuslän](#)

[Kampanjsajt – Expedition Bohuslän](#)

Kontakta för mer info

Jennie Renström, kampanjansvarig Turistrådet Västsverige
Telefon: 031 – 81 83 82
Mail: jennie.renstrom@vastsverige.com

Kampanjbild: Ulf Lundén