



# **HALM STAD ▶**

**AFFÄRSPLAN 2024  
DESTINATION HALMSTAD AB**



**DESTINATION HALMSTAD AB**

Besöksadress: Kungsgatan 25, 302 46 Halmstad

Postadress: Box 47, 301 02 Halmstad

Telefon: 035-12 02 00

[destinationhalmstad@halmstad.se](mailto:destinationhalmstad@halmstad.se)

[www.destinationhalmstad.se](http://www.destinationhalmstad.se)

**Fotografer:**

Mostphotos

Westphoto

Patrik Leonardsson

Patrik Ljungman

Joakim Lindström

Minna Elisa

Joakim Leihed

Per Nilsson

Madeleine Jonstam

Summersmash

Fredblads arkitekter

The PhotoGallery



## Innehåll

2024 - ett riktigt kulturar.....	4-5
Ordförandes inledning.....	6
Det här gör vi.....	7
Halmstad har ett guldläge på västkusten.....	8
Det här jobbar vi för.....	9-12
Turismomsättningen.....	10
Utländska besökare.....	11
Turistkronan.....	12
Ekonomi.....	13
SWOT, Visionshus.....	14-15
Temaområden.....	16-17
Halmstads Teater fixar och firar.....	18-19
Bolagets tre övergripande mål.....	20-22
Mål 1.....	20
Mål 2.....	21
Mål 3.....	22
Tillbakablick 2023.....	23
VD har ordet.....	24-25
Destinationstracking 2023.....	26
Gästnätter.....	27
Måluppföljning.....	28-29
Highlights 2023.....	30-31
Projekt & insatser 2019-2023.....	32-33
Våra kanaler.....	34
Tidslinje 2023.....	35



## 2024 – ett starkt kulturår! Vi ser fram emot årets alla gyllene ögonblick.

### Några av årets höjdpunkter:

- **Halmstads Teater** renoverar och fyller 70 år.
- **Mjellby Konstmuseum** återinvigs i september efter omfattande renovering.
- Filmen 'Sommartider' och historien bakom **Gyllene Tider** har biopremiär.
- **Kultur på Slottet** får en permanent utställning och slottet får tillskott i en historisk utställning i ett av slottsvalven.
- Stor utställning med Halmstadgruppen på **Hallands Konstmuseum**.
- Världskända fotografen Albert Watson ställer ut på **The PhotoGallery**.
- **Kvarteret Baertling** firar 20 år.







## **”Besöksnäringen är en viktig motor för samhällsutvecklingen”**

Destination Halmstads verksamhet är kopplad till turism och besökare. Det är genom dem vi bidrar till att skapa förutsättningar som omvandlas till affärs- och samhällsnytta för alla, för invånare, kommunen och näringen. Vårt mål är att främja besöksomsättningen i Halmstads kommun. Därför arbetar vi både strategiskt och operativt med marknadsföring och destinationsutveckling.

Vårt uppdrag att utveckla Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination för att stärka Halmstads varumärke och attraktionskraft syftar till en ökad och hållbar tillväxt. Hela året. Halmstad ska förbli och fortsätta utvecklas till den Levande Plats som man vill besöka, stanna kvar, bo, arbeta och leva i.

Tillsammans med övriga aktörer i kommunen utgör vi en motor som bidrar till utvecklingen av Halmstad, och tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad.

**Anita A'son-Strandahl (M)**

**Ordförande Destination Halmstad AB**







## Det här gör vi

Destination Halmstad AB ägs av Halmstads kommun. Vi jobbar kontinuerligt med målet att stärka Halmstads varumärke och attraktionskraft. Vårt uppdrag är att utveckla Halmstad som besöks-, mötes och evenemangsdestination. På så vis är vi med och bidrar till en hållbar tillväxt i hela kommunen. Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad.

### ORGANISATION

**Verksamhetsstöd** - arbetar med bolagsövergripande frågor. Här finns administration, ekonomi, ledningsstöd och HR.

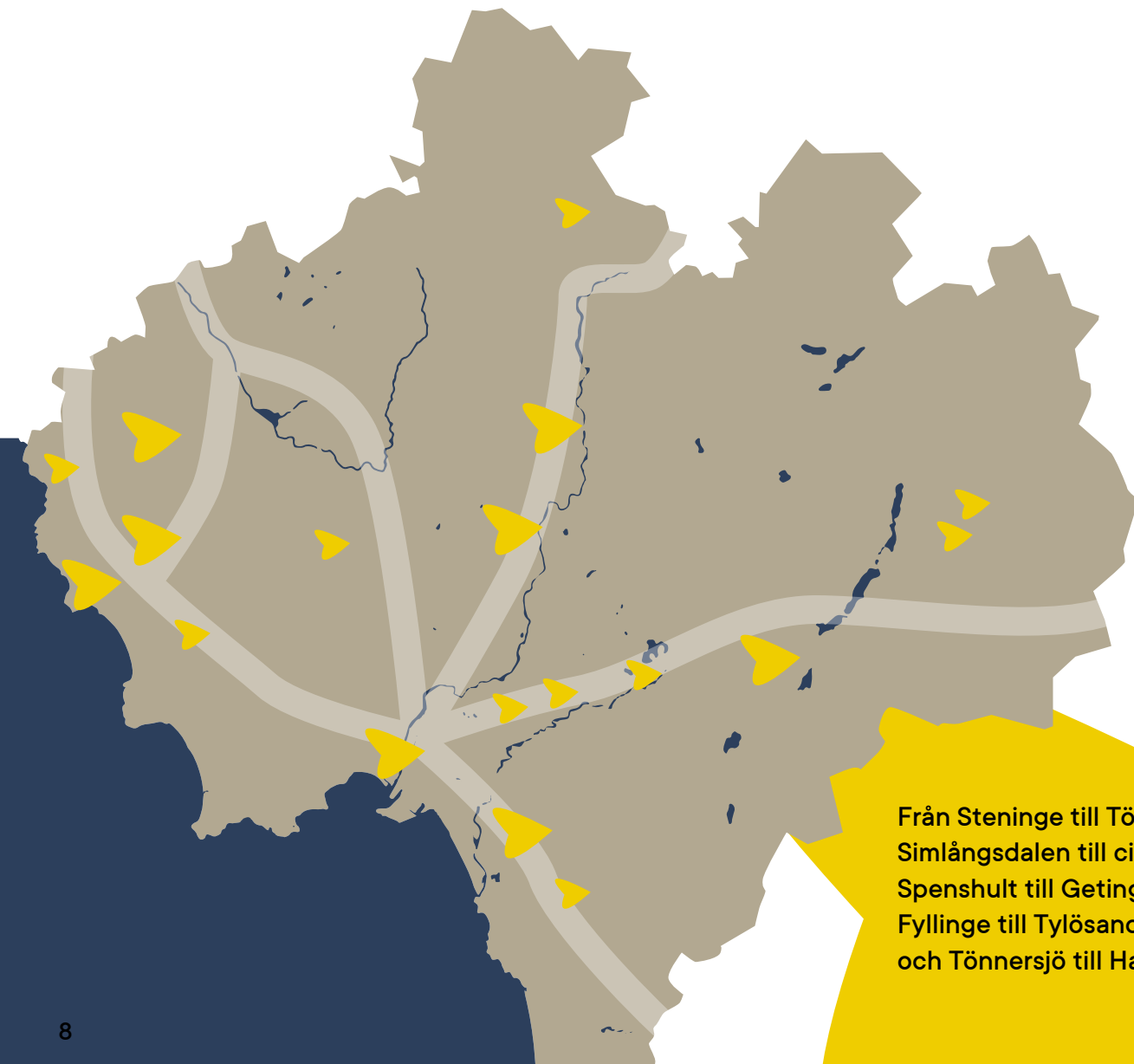
**Destinationsutveckling** – utvecklar tillsammans med besöksnäringen och andra intressenter Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination.

**Marknad** - skapar kommunikation som ska få fler att vilja komma till Halmstad, stanna längre och gärna stanna kvar.

**Halmstads Teater** – är en central plats för kultur-, nöjes- och mötesverksamhet som bidrar till ett levande city. Här genomförs nationella och internationella arrangemang.



## Halmstad har ett guldläge på västkusten



### VI ÄR HALLANDS RESIDENSSTAD

I Halmstad finns landshövding, regemente, högskola, länsjukhus, flygplats och hamn. Här finns över 9000 företag. Med mer än 105 000 invånare är vi landets 17:e största kommun. Halmstad är dessutom Sveriges Golfhuvudstad.

Vi har ambitiösa framtidsvisioner. Det pågår ett aktivt arbete med en positionsförflyttning från stark sommardestination till att bli mer känd som regionhuvudstaden med den kustnära livsstilen.

### DET ÄR NÄRA TILL ALLT

Det är kontrasterna och närheten som gör Halmstad så unikt. Här finns landsbygd och stadspuls sida vid sida. Havet, kusten, skogar, sjöar eller vida vidder. Shopping, konst och kultur. Du väljer. Allt detta gör oss till en evenemangs- och mötesstad att räkna med. Och inte minst - en attraktiv plats du vill leva och bo på. Där är destinationsutveckling ett viktigt verktyg för att förverkliga egna och andras drömmar.

### HALMSTAD - HALLAND - NORRA EUROPA

Vi vill bli norra Europas bästa kustdestination. Det är en vision som vi delar tillsammans med övriga halländska kommuner och Visit Halland.

Från Steninge till Tönnersa,  
Simlångsdalen till city,  
Spenshult till Getinge,  
Fyllinge till Tylösand  
och Tönnersjö till Haverdal.



## Det här jobbar vi för

Halmstad är en fantastisk plats. Den ska vi alla ta hand om och utveckla på ett hållbart sätt. 2016 sattes ambitiösa mål för besöksnäringen i Halmstad. Sedan dess har pandemi, krig, kriser och ekonomin satt käppar i hjulet men vi ser ändå en positiv riktning i samtliga effektmål.

För att kunna nå de höga målen krävs ett tydligare kommunövergripande samarbete för att skapa så goda förutsättningar som möjligt för en blomstrande besöksnäring och attraktiva miljöer som inbjuder till besök.

Under 2024 kommer bolaget ta stafettpinnen och se över tidigare strategi tillsammans med både kommun, näringsliv och andra aktörer.

### BESÖKSNÄRINGSSTRATEGINS EFFEKT MÅL 2030

Halmstad ska fördubbla  
turismomsättningen

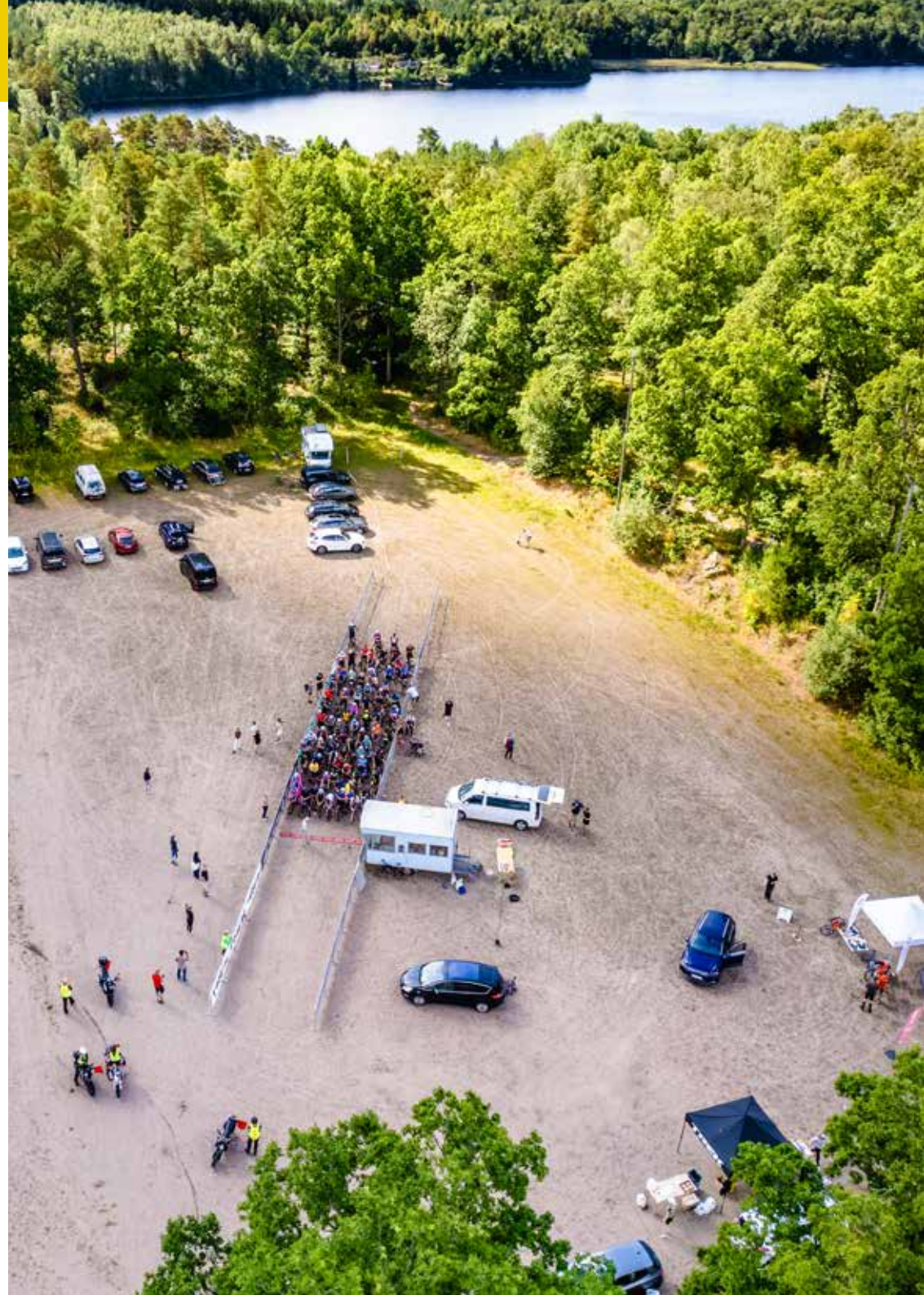
Utfall 2016–2022  
+8%

Antalet utländska  
besökare ska fördubblas

Utfall 2016–2022  
+16%

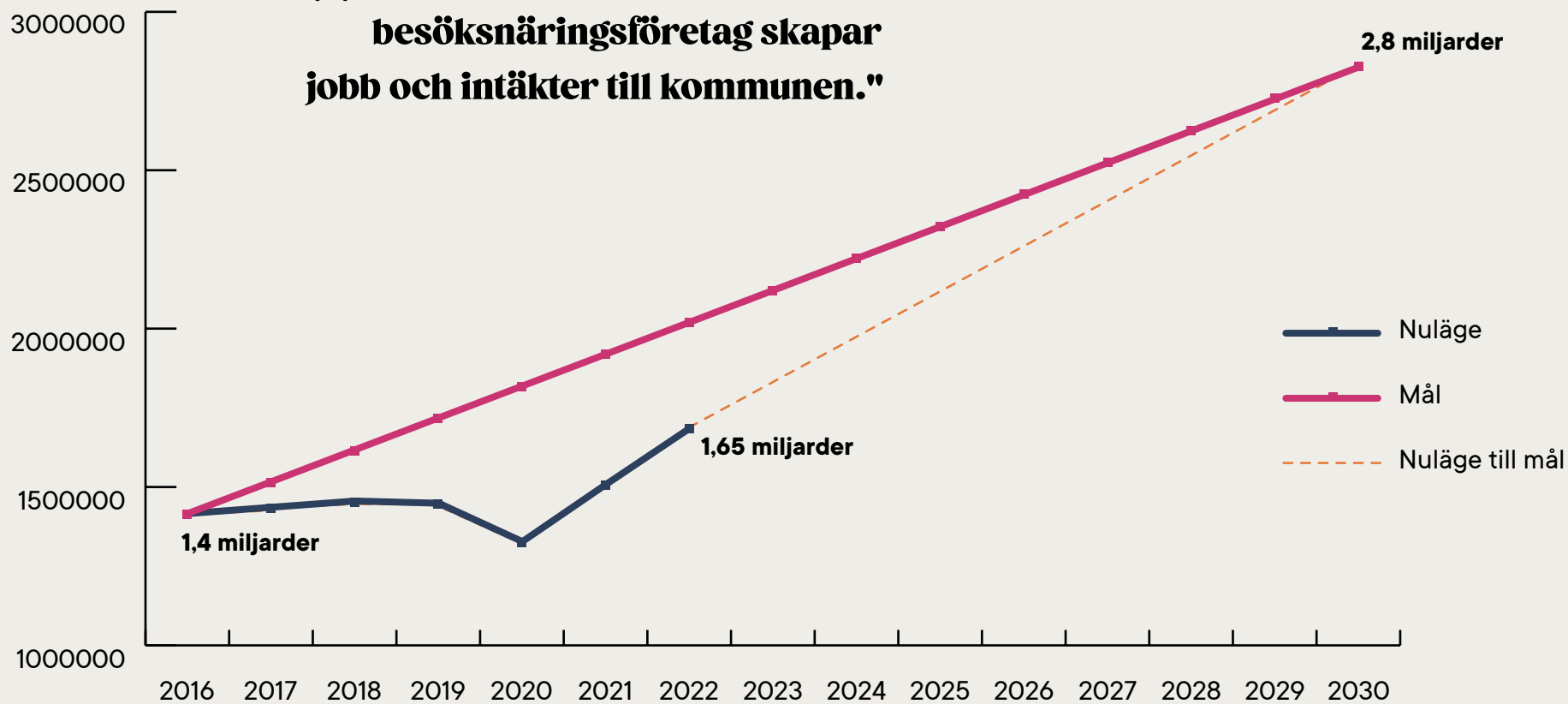
Aktivitetdelen av  
turistkronan ska fördubblas

Utfall 2016–2022  
+8%



## Status effektmål: Halmstad ska fördubbla turismomsättningen

📍 **Ökad omsättning för våra besöksnäringföretag skapar jobb och intäkter till kommunen."**

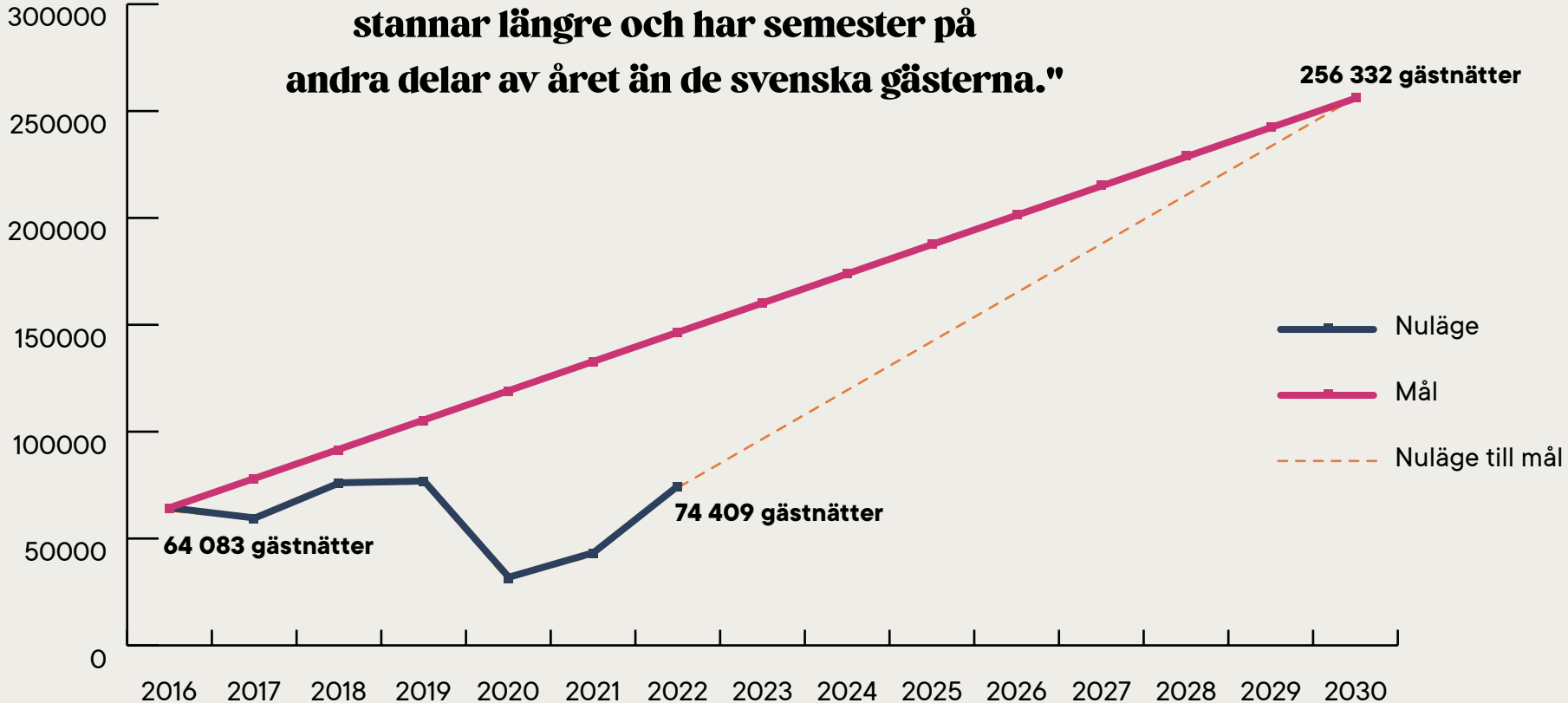


UTV. 2016-2022: +19%



# Status effektmål: Antalet utländska besökare ska fyrdubblas

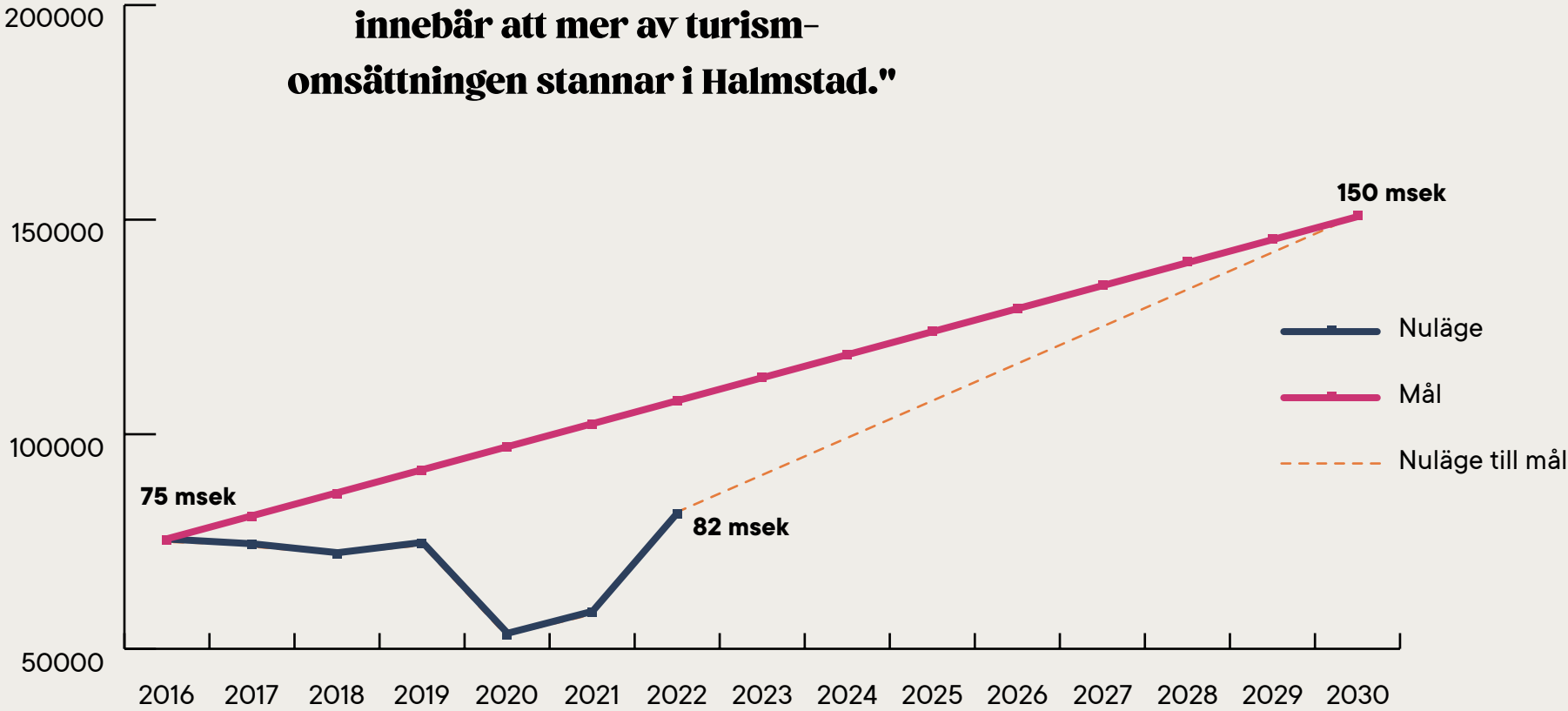
📍 **Utländska gäster spenderar mer, stannar längre och har semester på andra delar av året än de svenska gästerna."**



UTV. 2016-2022: +16%

# Status effektmål: Aktivitetsdelen av turistikronan ska fördubblas

📍 **Fler bokningsbara upplevelser innebär att mer av turismomsättningen stannar i Halmstad.**



UTV. 2016-2022: +8%



# Ekonomi

Bolagets resultat syns i första hand i kommunen och besöksnäringen i form av skatteintäkter, inestgsjobb och turistomsättning.

## Bolaget bidrar bland annat med att stimulera till:

- 1,65 miljarder kronor i omsättning i kommunens besöksnäring
- 780 000 gästnätter
- 2000 arbetstillfällen
- Return on investment, ROI, till kommunen på 7-10 ggr insatta medel vid stöd av evenemang.



**Kunskap  
Inspiration  
Nätverk**

100 000 stolta Halmstadambassadörer

**Tillsammans  
skapar vi tillfällen  
att älska  
Halmstad!**

**Långsiktiga  
Handlingskraftiga  
Lyhörda**

## **SWOT**

### **STYRKOR**

- Halmstad är ett fantastiskt och attraktivt besöksmål.
- Målen, mission och vision är tydliga.
- Här finns stor erfarenhet av att värva evenemang och möten.
- Marknadsföringen är proaktiv.

### **SVAGHETER**

- Halmstads exportmognad behöver öka.
- För säsongsbetonad.
- Få internationella gäster.





## MÖJLIGHETER

- Nya resmönster ökar intresset för Sverige, och Halmstad.
- Säsongsförlängning och fler internationella gäster.
- Fortsätta utveckla staden som mötes- och evenemangsdestination.
- Renoveringen av Halmstads Teater möjliggör fler stora möten i Halmstad.

## HOT

- Efterdyningarna av pandemin, krig och lågkonjunktur.
- Konkurrens mellan nationella och internationella destinationer.
- Låg kännedom om betydelsen av bolagets insatser för Halmstad.

## Visionshuset

### Vision

Norra Europas  
bästa kustdestination

### Tema områden

Natur

Kultur

Mat

Kust  
& hav

Idrott  
& hälsa

### Position

Regionhuvudstaden med den kustnära livsstilen

### Mission

Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad

### Uppdrag

Att utveckla Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination för att stärka halmstads varumärke och attraktionskraft syftande till en ökad hållbar tillväxt





**NATUR**



**KULTUR**



**MA**





**AT**



**KUST  
& HAV**



**IDROTT  
& HÄLSA**



## Halmstads Teater

I hjärtat av Halmstad hittar du Halmstads Teater. Ända sedan 1954 har vi varit med och skapat nya minnen hos våra besökare. Åren går och den 13 november fyller teatern hela 70 år.

Halmstads Teater bjuder numera på mer än teater. Vi har fyllt på med konserter, stand up, spökvandringar, lunchteatrar, klubb-gig, möten, mässor och mycket mer. Vi är en mötesplats där alla är välkomna, stor som liten. Men, kostymen har blivit på tok för omodern och trång.

fixar och fixar  
Halmstads  
Teater

70 år  
1954 - 2024

# 2024 svidar vi om

## EN NY KOSTYM FÖR 31,5 MILJONER

Halmstads kommun satsar på sin teater! Vi börjar fixa i mars. I november ska det vara klart. Här är några av detaljerna som kommer att skraddarsys:

### STÖRRE FOAJÉ

Det möjliggör fler middagsgäster. Antalet ökar från 300 till cirka 500 sittande. Då kan fler stora möten förläggas i Halmstad.

### BÄTTRE TILGÄNGLIGHET

Figarosalens entré byggs ut. En trappa och hiss kommer att förena Figarosalens foajé med den övre foajén. En ny hiss kommer även att installeras i huvudentrén upp till den stora foajén. Det blir lättare för alla att ta sig in och upp.

### TVÅ BARER

Den nuvarande bli större och det blir ytterligare en bar, vilket förbättrar logistiken i samband med pauser.

### FLER TOALETTER

Toaletterna i foajén flyttas och det blir fler.

### ARBETSMILJÖN FÖR VÅR PERSONAL

Hissarna kommer att underlätta alla små och stora transporter i huset.

### FÖLJ MED OSS!

Du kommer att kunna följa renoveringsarbetet på Instagram och även på [halmstadsteater.se](http://halmstadsteater.se).

### OCH SEN FIRAR VI!

Kalas är kul så självklart ska vi fira när den nya "kostymen" är klar. Tänk vilken present på vår 70-årsdag! Vad som händer då? Ja, det blir en glad överraskning – så mycket kan vi säga!





## Vi ska stärka utvecklingen, marknadsföringen och positioneringen av Halmstad.

### KULTURÅRET

Kulturåret 2024 med satsningar som Art Halland, Mjellby Konstmuseums nyöppning och Halmstads Teater som renoverar och fyller 70 år.

### GYLLENE TIDER

Det är Gyllene Tidens år. Biopremiär för filmen Sommartider. Vi synliggör historien om bandet genom audioguider, pop up-utställning i Halmstads city och filmpremiär med stjärnglans.

### ATTRAHERA UNGA

Ett utpekade område i Halmstads kommuns strategi. Insatser för studenter, soldater och unga entreprenörer genom arbetsgruppen Stadens hjärta 2.0. Lyfta evenemang för en ung målgrupp.

### HÅLLBAR DESTINATIONSUTVECKLING

Skapa hållbarhetsstrategi med Visit Halland. Internationalisera Prins Bertils stig och affärsutveckla Hylteleden. Kommunikationsfokus på internationella marknader.

### UTVECKLA EVENEMANGSUTBUDET

Stödja utveckling av evenemang som exempelvis: Final4 ATG Svenska cupen, BeachTravels Summersmash, VM-kvaltävlingen Gravel Grit'n Grind, Hallands Matfest, Smaka på Halmstad och Magiska Mörker.

Antal gästnätter:

**750 000**

**ROI: 7 till 10  
gångar insatsen.**



## Vi ska öka förtroendet hos besöksnäringen.

### REVIDERA BESÖKSNÄRINGSSTRATEGIN

Uppdatera besöksnäringstrategin tillsammans med besöksnäringen och övriga kommunen.

### MARKNADSKAMPANJER & PAKETERING

Skapa fler bokningsbara paket och underlätta paketeringar genom en ny bokningsplattform.

### REKRYTERINGSMÄSSA

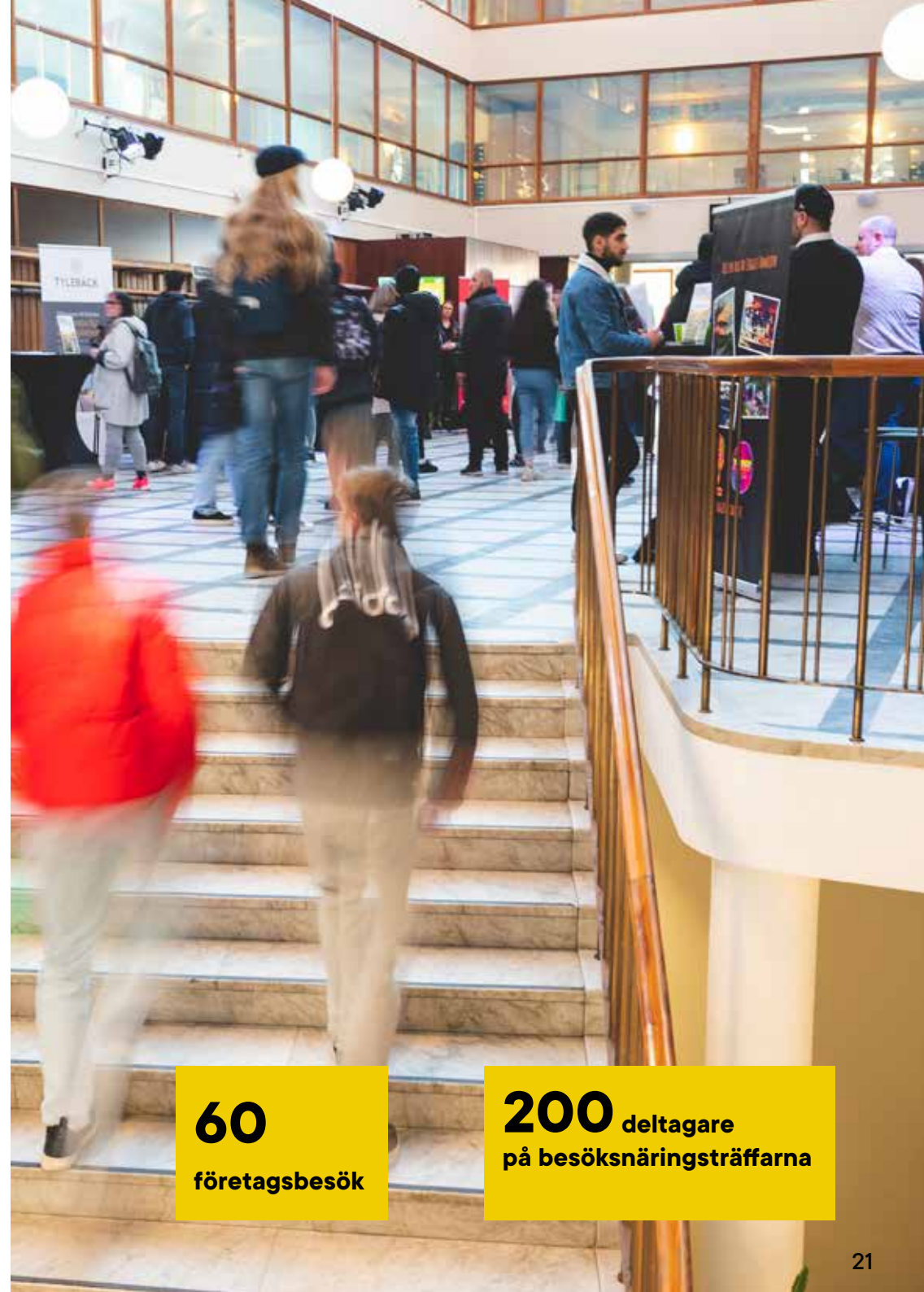
För tredje året arrangera rekryteringsmessa för besöksnäringens företag som söker personal.

### FÖRETAGSBESÖK

Vi ska vara närvarande hos våra besöksnäringens företag genom att komma ut på företagsbesök.

### BESÖKSNÄRINGSTRÄFFAR X 4

Arrangera besöksnäringsträffar med relevanta teman och platser.



**60**  
företagsbesök

**200** deltagare  
på besöksnäringsträffarna



## **Vi ska tillsammans utveckla vår bolagskultur med vårt "hjärta" som kompass.**

### **STUDIEBESÖK I BESÖKSNÄRINGEN**

För att gemensamt lära känna vår destination.

### **VÄRDSKAP I VÄRLDSKLASS**

Gott samarbete internt och i kommunen.

### **ETT BOLAG**

All personal involveras i bolagets verksamhetsutveckling under året.



**Tillsammans  
skapar vi tillfällen  
att älska  
Halmstad**



A woman with long brown hair, wearing a yellow t-shirt and orange pants, is sitting on a wooden bench. She is laughing and looking towards the camera. To her left is a long, narrow surfboard with a yellow top, a teal middle section, and a blue bottom section. The surfboard has a colorful floral graphic on the teal section. The background is a dark wooden wall with a small lantern hanging on it. The foreground is slightly blurred, showing some wooden posts.

# HALM STAD ▶

Tillbakablick 2023



## Tack 2023 – vilket år!

Tack alla som vi har samarbetat med. Ni är guld värda! Det finns en hel del som vi är lite extra stolta över.

Vi har sjösatt en ny organisation. Fem avdelningar har blivit tre. Personalen har varit med på hela resan. Och vi har gjort insatser för ett hållbart arbetsliv. En ny styrelse har bordat bolaget.

Utifrån bolagets mål har vi genomfört en mängd insatser. Maten har fått ta stor plats. Inte bara på bordet. Ett nytt matkluster bildades. Vi tror att det är ett recept för framgång inom den populära matturismen. En höjdpunkt var den stora matfesten på Halmstads Teater som lockade 4000 besökare!

Vi har ett nära och gränsöverskridande samarbete med kommunen inom en mängd utvecklingsprojekt. Prins Bertils stig, Grötvik, Tylösand, Stora torg och Örjans vall är några.

Att öka förtroendet hos våra besöksnäring-företag har varit prioriterat. Det blev över 50 företagsbesök och 4 besöksnäringsträffar med sammanlagt över 200 deltagare. Vi har också lyft fram hållbara företag och evenemang under hashtaggen #hållbarahalmstad.

Vårt samarbete med alla fantastiska lokala värdar som värvar evenemang och möten till

Halmstad är mycket viktigt. Det skapar välkomna intäkter till besöksnäringen, och tillför dessutom både glädje, stolthet och kompetens. Mervärden som inte går att mäta i kronor.

Vår marknadsföring och den offensiva digitala synligheten har ökat intresset för upplevelse-, evenemangs- och mötesstaden Halmstad. Andra kommuner har besökt oss, nyfikna på hur vi jobbar. En kampanj som stack ut var Best Summer Ever. Den kom till när vi fick höra att det aldrig händer något i Halmstad. Va? Klart det gör. Under sommaren hade vi mer än 1000 evenemang i vår evenemangskalender!

Jag skulle kunna räkna upp hur mycket som helst. Men vi stannar här. Vad jag kan konstatera är att vår besöksnäring är viktig, jätteviktig. Dessa företag gör Halmstad roligare, intressantare, mer spännande, äventyrligare, mysigare, naturligare, snyggare och smakligare. De är med och stärker platsvarumärket, lockar besökare, skapar stolta invånare, jobb och intäkter. Tack!

Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad. Och så delar vi en vision med Visit Halland, om att bli norra Europas bästa kustdestination! Packa väskan. Resan har börjat...

**Karolina Davidsson**

VD, Destination Halmstad AB









# Destinationstracking 2023

## NKI (Nöjd kund index)

### FÖLJANDE TRE FRÅGOR HAR BESVARATS:

Hur nöjd är du totalt sett med ditt senaste besök i Halmstad?

Hur väl uppfyller Halmstad dina förväntningar som destination?

Hur nära eller långtifrån är Halmstad den perfekta destinationen att besöka?

## NPS (Net promoter score)

### FÖLJANDE FRÅGA HAR BESVARATS:

Hur troligt är det att du skulle rekommendera familj och vänner att besöka Halmstad?

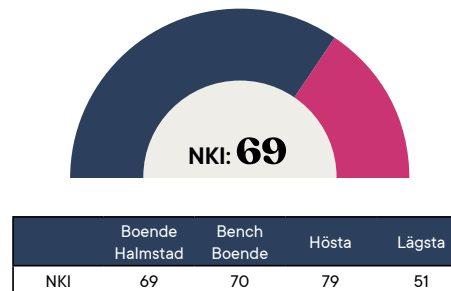
Frågan ställs på en skala 0–10 där respondenterna grupperas i tre kategorier:

0–6 kategoriseras som kritiker

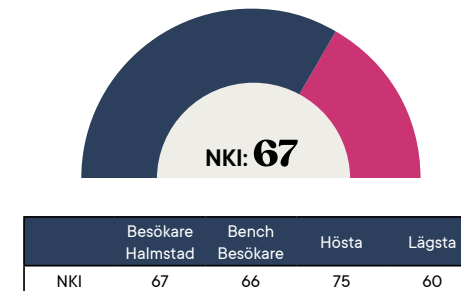
7–8 kategoriseras som passivt nöjda

9–10 kategoriseras som ambassadörer

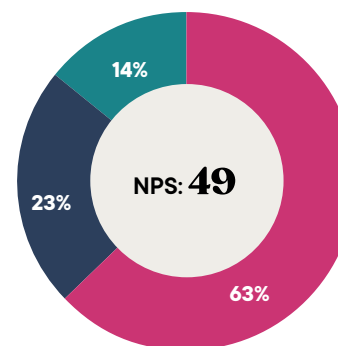
### Boende



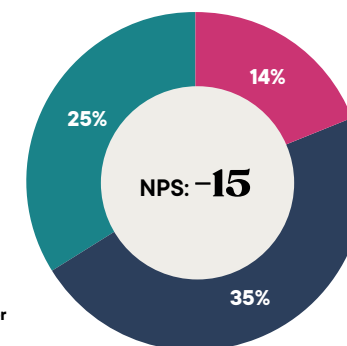
### Besökare



### Boende

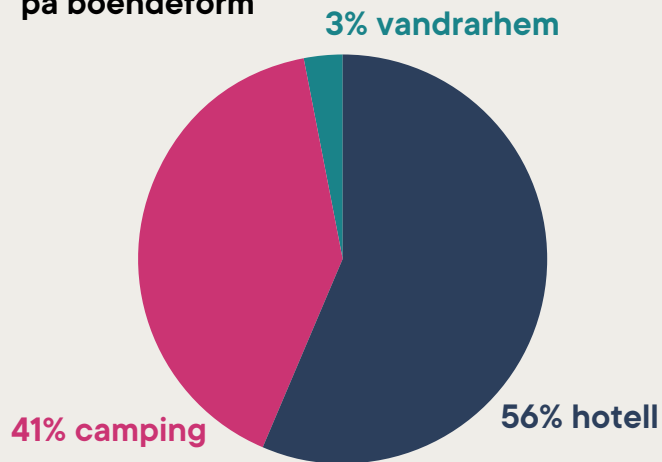


### Besökare

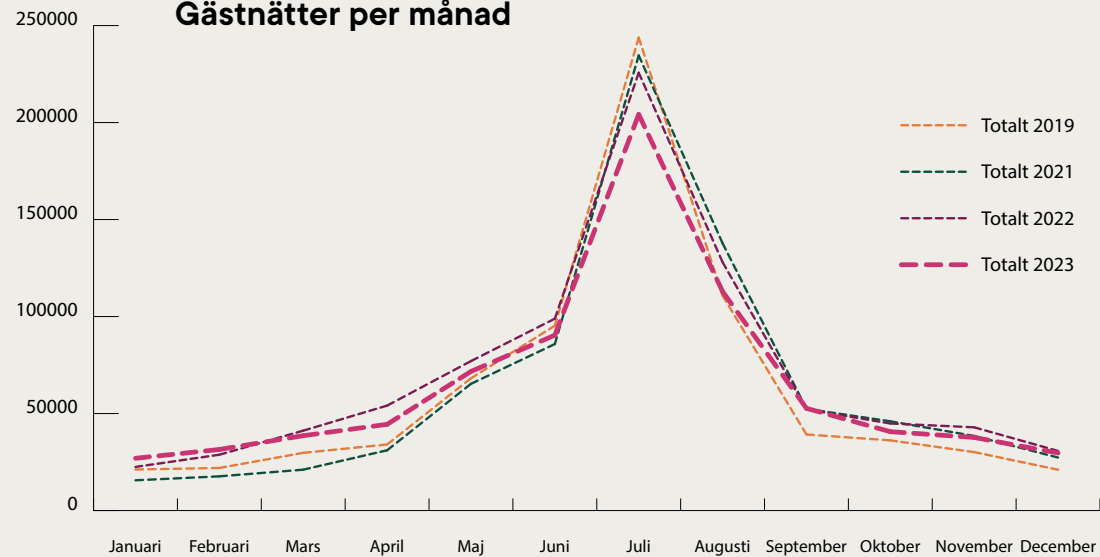


# Gästnätter

Gästnätter fördelat på boendeform



## Gästnätter per månad

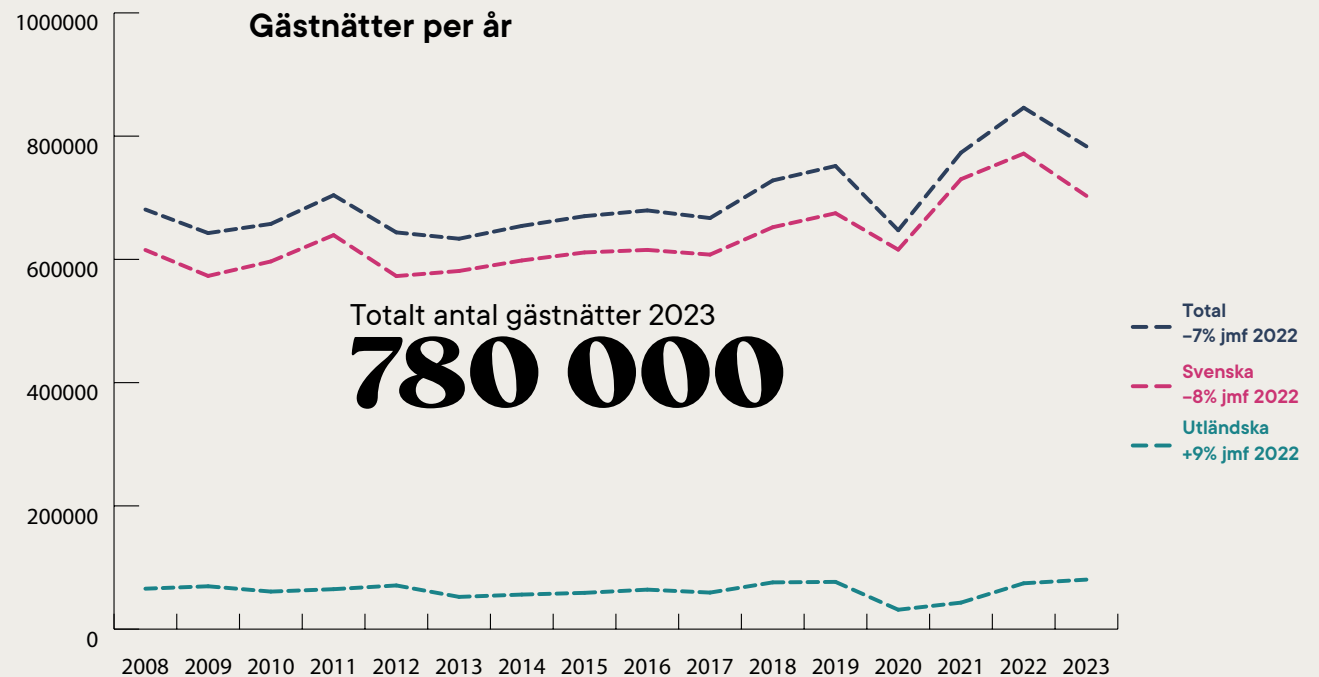


## Hur upplever företagen kontakten med Destination Halmstad?

Så många svarar 4 & 5 på en skala 1-5:

<b>2023:</b>	66,1%
<b>2022:</b>	42,9%
<b>2021:</b>	57,1%
<b>2020:</b>	51,3%

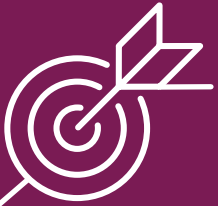
## Gästnätter per år





# Måluppföljning

Vi ska stärka utvecklingen, marknadsföringen och positioneringen av Halmstad utifrån besöksnäringensstrategin.



Vi ska öka förtroendet hos besöksnäringen.



Vi ska tillsammans utveckla vår bolagskultur med vårt "hjärta" som kompass.



## Målindikatorer

Utveckling gästnätter	Målvärde 740 000	Utfall 780 000 (+40 000)
Öka besökare på den danska webbplatsen	Målvärde 10 000, 100%	Utfall 36 000 sidvisningar, 200%
Öka besökare på destinationhalmstad.se/bolaget	Målvärde 10%	Utfall 10%
Marknadskampanjer	Målvärde 7	Utfall 11
Resultat i nationell varumärkesanalys (SNDMO)	Målvärde Topp 15	Utfall Mäts vår 2024
Ansökan nationella eller internationella evenemang	Målvärde 2	Utfall 4
Värva nya möten till staden	Målvärde 6	Utfall 6
Return on investment, evenemang och möten.	Målvärde 7–10 ggr medel	Utfall: 16
<b>Företagsbesök</b>	<b>Målvärde 50</b>	<b>Utfall 53</b>
Följare LinkedIn	Målvärde 2 500	Utfall 2 740
Antal prenumeranter nyhetsbrev	Målvärde 12 000	Utfall 11 430
10 arrangemang med ideella föreningar på teatern	Målvärde 10	Utfall 4
2 arrangemang för att bidra till att öppna upp Teatern	Målvärde 2	Utfall 2
4 besöksnäringsträffar	Målvärde 200 deltagare	Utfall 265
Etablera kontakt med lokala värdar för möten	Målvärde 12	Utfall: 15
<b>Ökad kännedom om bolagets visionshus</b>	<b>Målvärde 6</b>	<b>Utfall 6</b>
Antal besökare från Halmstad på Facebook	Målvärde 10 800	Utfall 12 700, +20%
Antal besökare från Halmstad på Instagram	Målvärde 4 300	Utfall 5 000, +23%
Antal följare Instagram totalt	Målvärde 15 000	Utfall 14 900, +42%



## Marknad

- ▶ **Destinationhalmstad.se** ökade med 13% från föregående år och hade under året över 700 000 besök.
- ▶ Fokus på den **danska marknaden** har gett ett ökat intresse på den danska webben med 200% från föregående år. Danska gästnätterna ökade med 42%.
- ▶ Stort intresse för serien **#hållbarahalmstad** där vi lyfter goda exempel på aktörer inom besöksnäringen som jobbar med hållbarhet på olika plan. Mest spridning av alla våra inlägg i sociala medier.
- ▶ Vi har fokuserat extra på **reels** - kortare filmklipp/ rörligt material - och startat ett officiellt TikTok-konto för destinationen. Över 600 000 visningar har våra reels tillsammans haft på Facebook, Instagram och TikTok under 2023.



## Destinationsutveckling

▶ Vi arrangerade **rekryteringsmessa** för besöksnäringen med 30 utställande företag och över 500 arbetssökande. Mycket lyckat och uppskattat!

▶ **ROI = 16 x insatsen = 37 miljoner kronor** i turismomsättning. Totalt har vi gett **evenemangsstöd** eller haft rättighetskostnader på drygt 2,3 miljoner kronor. Om vi räknar på de tre största evenemangen (Sum-Sim, Summersmash & Beachvolley-SM och Gravel) har de gett drygt 37 miljoner kronor i turismomsättning till kommunen vilket är 16 gånger insatsen.

▶ Halmstad har stått värd för **20 nationella möten** (enligt SNCVB\*s kriterier) som bidragit med närmare 28 miljoner kronor i turistomsättning. Bolagets insats var tid och värdskap.

▶ Halland blev utsedda som en av 11 regioner i världen värda ett besök tack vare vår matkultur enligt sajten **EATER.COM**.

\*Swedish Network of Convention Bureaus (SNCVB)

Wow!



## Halmstads Teater

▶ Genomfört det **största mötet någonsin!** Infektionsveckan - Mikrobiologiskt Vårmöte 2023 som pågick i en vecka med 750 deltagare.

▶ **56 000 besökte Halmstads Teater under 2023!**  
40 000 kom på föreställningarna  
16 000 deltog på möten

▶ **Vad tyckte våra gäster om Halmstads Teater?**  
(Skala 1-6)

Arrangörer

Helhetsupplevelsen: 6

Service och bemötande på plats: 6

Besökare

Helhetsupplevelsen 5,4

Service och bemötande på plats 5,7

▶ Stora förberedelser inför **ombyggnation 2024**





# NATUR

Skedala, Hylteleden, Kattegattleden, Destination Simlångsdalen, Prins Bertils stig, Hallandsleden Skog, Hallandsleden Kust, Naturguider, Tylösands- och Laxaleden, MTB-Plönninge, Fiske, Kajak/Kanot, Banvallsleden, Hästturism och Outdoorfestival



# KULTUR

Stadsvandringar, Guidningar på slottet, Hallands konstmuseum, Halmstads Teater, Art Halland, Kultur på Slottet, Musikarvet Hallands Militärhistoriska Museum, Kulturstråk Nissan, Audioguider, Mjellby Konstmuseum/Halmstadgruppen, Konserter/festivaler, Offentlig konst



# M

Smaka på Kattegattleden Hallands Matfest, Destination Halland, Krögarföreningen, Gårdsprodukt





**AT**

en, Smaka på Halmstad,  
tion Ingeland, Matkluster,  
Caféer/resturanger,  
enter/butiker



**KUST  
& HAV**

Tylösand – som område, Grötvik – som område,  
Östra stranden – som område,  
Bastuprojekt, Kallbad



**IDROTT  
& HÄLSA**

Golfhuvudstaden, Summersmash, Gravel, grit 'n grind,  
Halmstad Pad(d)elfest, Bordtennis, Kallbad, Spa

**Projekt & insatser 2019 - 2023**



# Våra kanaler

## WEBBPLATSER

destinationhalmstad.se  
halmstadsteater.se  
hylteslingan.se  
prinsbertilsstig.se  
destinationhalmstad.se/bolaget

## FACEBOOK

@DestinationHalmstad  
@HalmstadsTeater  
@Golfhuvudstaden

## FÖLJARE

33 000  
4 100  
2 500

## INSTAGRAM

@DestinationHalmstad  
@Golfhuvudstaden  
@HalmstadsTeater\_official

14 900  
1 800  
1 400

## LINKEDIN

Destination-Halmstad  
Halmstads-Teater

2 800  
200

## X (GAMLA TWITTER)

@HalmstadCVB

1 000

## YOUTUBE

Destination Halmstad  
Destination Halmstad AB – Business

## NYHETSBREV

What's On  
För besöksnäringen  
Halmstads Teater  
Golfhuvudstaden

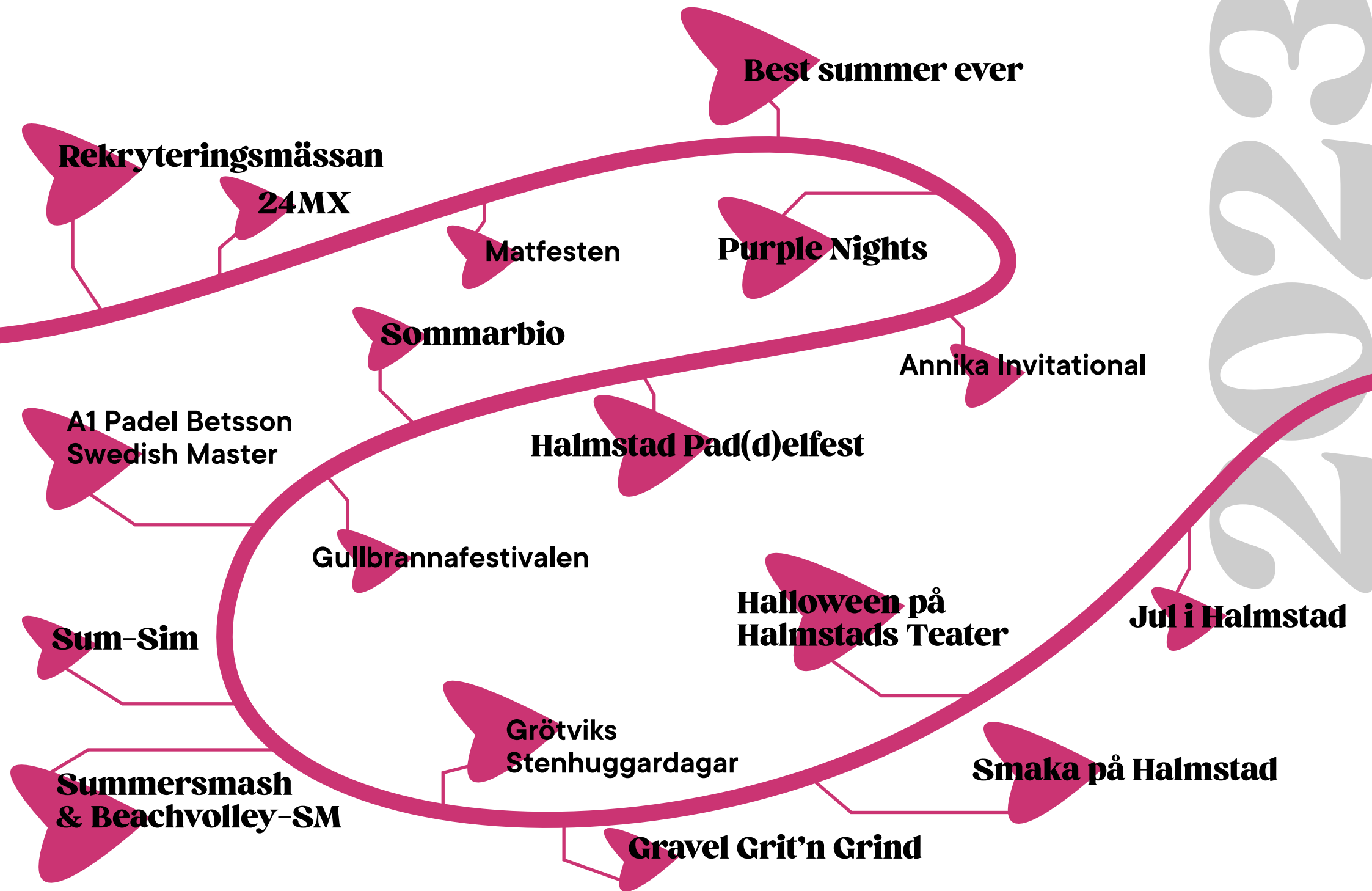


Årsfilm



Stolthetsfilm









**HALM  
STAD ▶**

Destination  
Halmstad AB