

KUNGSBACKA

AKTIVITETSPLAN 2026

Gemensam aktivitetsplan för hur vi tillsammans lyfter Kungsbäckå som en levande och attraktiv plats.

Reviderad mars 2026



Kungsbäckå

Syfte

För att stärka Kungsbackas attraktionskraft samordnar vi hur vi kommunicerar platsen under året. Visit Kungsbacka är huvudkanal för inspiration och upplevelser. Kungsbacka kommun kompletterar genom sina kanaler när innehållet rör vardag, service och invånarnära frågor.

Aktivitetsplanen visar hur vi planerar och prioriterar våra insatser inom:

- Evenemang (*evenemangskalender på visitkungsbacka.se och kungsbacka.se*)
- Visit Kungsbacka (huvudkanal) *visitkungsbacka.se och [@visitkungsbacka](https://twitter.com/visitkungsbacka)*
- Skollov (*visitkungsbacka.se och kungsbacka.se*)
- Digitala inspirationsguider
- Always on-kampanjer

”

Kungsbacka är en plats fylld av liv, upplevelser och möjligheter.
Det som människor känner när de är här – det skapar vi tillsammans.

Så använder du aktivitetsplanen

Aktivitetsplanen visar när det redan händer mycket i Kungsbacka – och hur vi tillsammans kan förstärka det. Det som människor känner när de är här skapar vi tillsammans – genom det vi redan gör, i rätt sammanhang.

Om du arbetar i kommunen:

- Planera kommunikation och aktiviteter utifrån årets kampanjer
- Använd platsvarumärkets språk (texter), bilder och känsla.
- Ta inspiration från vår varumärkesplattform;
kungsbacka.se/platsvarumärke
- Lyft gärna fram hur ditt arbete bidrar till platsens attraktionskraft.
- Använd gärna vår hashtag #framtidenväxerikungsbacka

Om du driver företag eller förening:

- Hitta kampanjer där du kan samverka och synas med @visitkungsbacka (t.ex. skapa evenemang och bjud in @visitkungsbacka som medvärd).
- Planera egna inlägg, evenemang och erbjudanden under samma tema och kampanjkategori.
- Använd gärna vår hashtag #framtidenväxerikungsbacka och tagga @visitkungsbacka

Så kommer du igång:

- Välj relevant kampanjkategori (evenemang, skollov eller Visit Kungsbacka).
- Se vilka perioder och teman som är aktuellt för dig
- Planera ditt innehåll i samma riktning - för större genomslag.
- Dela och sprid i dina egna kanaler
- Tagga @visitkungsbacka i dina sociala kanaler

3 enkla sätt att vara med och synas

1. Planera i takt med året

Utgå från årshjulet och planera aktiviteter, erbjudanden eller evenemang när det redan händer mycket i Kungsbacka. Till exempel under skollov, sommarperioder eller större evenemang – när fler människor redan rör sig i Kungsbacka. Det gör det lättare för oss att lyfta helheten och för dig att synas i rätt sammanhang.

2. Tipsa oss om det som händer

Har du något på gång som kan vara intressant för fler? Tipsa oss i god tid – och lägg in ditt evenemang i evenemangskalendern så att fler hittar till dig. Vi samlar, samordnar och lyfter sådant som bidrar till upplevelser och liv i Kungsbacka.

3. Skapa innehåll som lyfter platsen

När du kommunicerar i dina egna kanaler – tänk platsen före verksamheten.

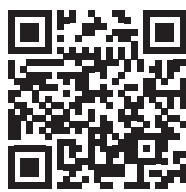
Visa: människor, miljöer, upplevelser och stämning. Innehåll som speglar Kungsbacka som plats stärker både din egen synlighet och bilden av Kungsbacka. Tagga och omnämna @visitkungsbacka på sociala medier samt bjud in oss som medvärd på era Facebook-evenemang.



Registrera evenemang



Lathund -
evenemangskalender



Aktivitetsplan

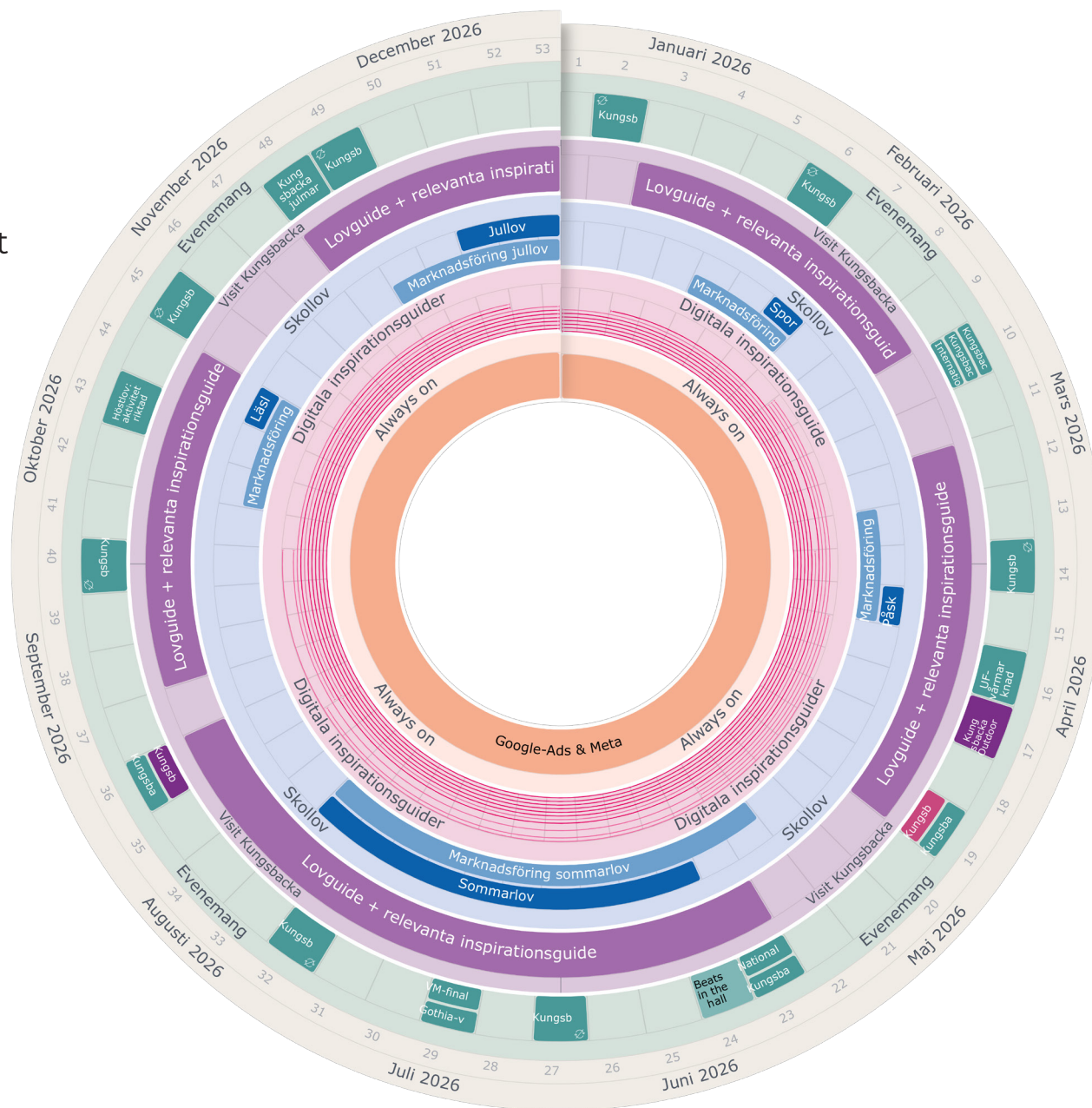


Sociala medier

Årshjul | Aktivitetsplan

Årshjulet ger en översiktsvy på hela året utifrån hur vi marknadsför:

- Evenemang
- Visit Kungsbacka
- Skollov
- Digitala inspirationsguider
- Always on-kampanjer



Det här får du som företag/arrangör:

- Synlighet i ett större sammanhang
- En tydlig årsrytm att planera efter
- Stöd i att nå rätt målgrupper
- En chans att bidra till Kungsbackas gemensamma berättelse



Våra personas

Personas är fiktiva men verklighetsnära beskrivningar av personer i våra målgrupper, till exempel invånare och besökare i Kungsbacka.

De hjälper oss att förstå behov, drivkrafter och vardag – och gör det tydligare vem vi kommunicerar med och hur vi bäst når fram.



Vardagssmitande livsnjutaren

Vill veta:

- Det som lockar till en spontan paus i vardagen.
- Upplevelser som ger mycket tillbaka, utan krångel – optimera sin tid.

Vill känna:

- Stolthet över att vara en del av eller ha besökt Kungsbacka.
- Känslan av att ha nära till bra restauranger, shopping och fika.
- Energi och känslan av att tiden räcker till.
- Igenkänning i det som delas i sociala kanaler, och en växande lust att komma hit.

Ska göra:

- Äta, njuta och umgås.
- Komma hit över dagen och kombinera besöket med en upplevelse, exempelvis kultur.
- Prata om Kungsbacka med sina vänner.

Vad får dem att inte engagera sig?

- När vi är formella och kommunicerar utan känslor eller närhet till människor.
- Ett oinspirerat budskap i en tråkig paketering.



Aktiva naturälskaren

Vill veta:

- Oupptäckta smultronställen.
- Tips före andra.
- Natur som känns stilla och orörd.

Vill känna:

- Känslan av att vara först.
- Ett lugn och en inre harmoni.
- Dagen som tas tillvara - carpe diem.
- En självklar samhörighet med platsen - här hör jag hemma.
- Frihet.

Ska göra:

- Dela bilder, filmer, frilufsupplevelser.
- Vara våra ambassadörer.

Vad får dem att inte engagera sig?

- Krångliga budskap i en spretig paketering.
- Att det är irrelevant för dem i deras liv.
- Den kommunala stämpeln.





Medvetna familjen

Vill veta:

- Tips på evenemang (julmarknad eller konsert).
- Utflyktsmål (platser och natur).
- Vardagstips (det som händer i helgen; äta, föreläsning eller kultur).

Vill känna:

- Tryggheten i att det finns mycket att välja på i vardagen.
- Glädjen i att kunna ha en aktiv livsstil för hela familjen.
- Känslan av att ha valt rätt plats för familjen.

Ska göra:

- Bli vår ambassadör genom att åka till platserna vi tipsat om och tagga in platsen i sina inlägg.
- Prata gott om Kungsbacka med sina vänner.
- Hjälpa till att sprida vårt konto och tipsa vänner som (förhoppningsvis) väljer att följa oss.

Vad får dem att inte engagera sig?

- När det inte faller inom intresseområdet.
- När vi är formella och kommunicerar utan känslor eller närhet till platsen.
- Oinspirerande bilder.

Listvy | Aktivitetsplan

- Sociala medier/digitalt innehåll
- Webbplats/kampanjsida
- Digitala annonser/kampanj

Kommunikationsarbetet omfattar även insatser utanför de kanaler som anges i tabellerna på sidorna 13, 15, 17 och 18.

Beroende på sammanhang och målgrupp kan detta exempelvis innebära pressinformation, digitala skärmar runtom i kommunens verksamheter samt produktion av trycksaker som broschyrer, flyers och affischer.



Evenemang

Evenemang samlar människor och stärker känslan av gemenskap – därför är de centrala för platsens identitet.

När vi planerar och lyfter evenemang tillsammans skapar vi liv, rörelse och en starkare bild av Kungsbacka som plats.

Större evenemang lyfts gemensamt. Visit Kungsbacka inspirerar till besök, medan @kungsbackakommun förstärker räckvidden till invånare.

”

Du behöver inte göra mer.
Bara gör det i rätt sammanhang.



Datum:	Evenemang:	Målgrupp:	Kommunikationskanaler:
25 april	Kungsbacka Outdoor Festival	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Aktiva naturälskaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @naturumfjarasbracka  Organiska inlägg @naturumfjarasbracka, @visitkungsbacka och @kungsbackakommun  Kampanjsida på visitkungsbacka.se (naturum)
2 maj	Maja i Äskhult	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	 Digital annonsering – betald marknadsföring Facebook och Instagram @askhultsby  Organiska inlägg @askhultsby och @visitkungsbacka
9 maj	Kungsbackagalan	Målgrupp: Föreningsliv och invånare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @kungsbackakommun  Organiska inlägg @kungsbackakommun  Kampanjsida på visitkungsbacka.se
6 juni	Nationaldagsfirande	Målgrupp: Invånare och besökare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital annonsering – betald marknadsföring Facebook och Instagram @kungsbackakommun  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.se
12 juni	Beats in the hall	Målgrupp: Invånare 13-20 år "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj (TikTok/Snapchat) @ungikungsbacka  Organiska inlägg @ungikungsbacka, @visitkungsbacka och @kungsbackakommun
Vecka 29	Gothia-veckan i Kungsbacka	Målgrupp: Besökare "Medvetna familjen"	 Guide på visitkungsbacka.se  Organiskt inlägg @visitkungsbacka
19 juli	VM-finalen på torget	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.se
Vecka 29	International Food Festival	Målgrupp: Invånare och besökare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Organiska inlägg @visitkungsbacka
(4)-5 sept.	Kungsbacka Stadsfestival	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Kampanjsida på @visitkungsbacka.se  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.se
Sept.	Öppna gårdar	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.se
Nov-dec.	Jul på Tjolöholm	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Organiska inlägg på @visitkungsbacka.se
29 nov.	Kungsbacka julmarknad	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.se

Organiska inlägg på sociala medier är inlägg som skapas och delas utan att betala för att öka deras synlighet, de sprids naturligt genom att användare gillar, kommenterar och delar dem. D.v.s. ingen kostnad är involverad för att främja dessa inlägg.

Skollov

När skolloven kommer vill vi inspirera till upplevelser på hemmaplan.

Tillsammans med besöksnäringen skapar vi aktiviteter som stärker Kungsbacka som familjevänlig, aktiv och välkomnande plats.

Skollov kommuniceras främst via Visit Kungsbacka för inspiration och upplevelser, och kompletteras i @kungsbackakommuns kanaler för att nå invånare i vardagen.





När det är skollov rör sig fler människor i Kungsbacka
– och möjligheterna blir fler.

Månad:	Aktivitet:	Målgrupp:	Kommunikationskanaler:
Marknadsförs v 5-7	Sportlov vecka 7	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	Digital kampanj på Facebook och Instagram @visitkungsbacka.se och @kungsbackakommun Organiska inlägg @visitkungsbacka Guide på visitkungsbacka.se
Marknadsförs v 13-15	Påsklov vecka 15	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	Digital kampanj på Facebook och Instagram @visitkungsbacka.se och @kungsbackakommun Organiska inlägg @visitkungsbacka Guide på visitkungsbacka.se
Marknadsförs vecka 22-33	Sommarlov vecka 24-33	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	Digital kampanj på Facebook och Instagram @visitkungsbacka.se och @kungsbackakommun Organiska inlägg @visitkungsbacka Guide på visitkungsbacka.se
Marknadsförs v 42-44	Läslov vecka 44	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	Digital kampanj på Facebook och Instagram @visitkungsbacka.se och @kungsbackakommun Organiska inlägg @visitkungsbacka Guide på visitkungsbacka.se
Marknadsförs v 50-2	Jullov vecka 52-2	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	Digital kampanj på Facebook och Instagram @visitkungsbacka.se och @kungsbackakommun Organiska inlägg @visitkungsbacka Guide på visitkungsbacka.se

Organiska inlägg på sociala medier är inlägg som skapas och delas utan att betala för att öka deras synlighet, de sprids naturligt genom att användare gillar, kommenterar och delar dem. D.v.s. ingen kostnad är involverad för att främja dessa inlägg.

Digitala inspirationsguider

Våra inspirationsguider på visitkungsbacka.se anpassas löpande efter tema, säsong och relevans. De samlar upplevelser som gör det enkelt att upptäcka mer av Kungsbacka – från lokala pärlor till säsongens höjdpunkter – och bidrar till att väcka nyfikenhet och stolthet för platsen.

Guiderna uppdateras säsongvis. Under året produceras nya inspirationsguider som successivt publiceras.



Säsong:	Tema:	Målgrupp:	Kommunikationskanaler:
Vinter	Vinter i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare "Aktiva naturälskaren" "Medvetna familjen"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.  visitkungsbacka.se
Vår	Vår i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.  visitkungsbacka.se
Vår/sommar	Cykla i Kungsbacka	Målgrupp: Besökare "Aktiva naturälskaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @kungsbackakommun och @visitkungsbacka.  visitkungsbacka.se
Vår/sommar	Ett dygn på två hjul	Målgrupp: Invånare "Medvetna familjen"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Sommar	Gothia-veckan i Kungsbacka	Målgrupp: Besökare "Medvetna familjen"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Vår/sommar/höst	Familjens guide till Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Vår/sommar/höst	Åk på roadtrip	Målgrupp: Invånare och besökare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Vår/höst	Husbil	Målgrupp: Invånare och besökare "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka,  visitkungsbacka.se
Höst	Höst i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Aktiva naturälskaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Höst	Skördetid i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen"	 Organiska inlägg @visitkungsbacka,  visitkungsbacka.se
Vinter/Jul	Upplev julen i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare "Medvetna familjen" "Vardagssmitande livsnjutaren"	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se

Organiska inlägg på sociala medier är inlägg som skapas och delas utan att betala för att öka deras synlighet, de sprids naturligt genom att användare gillar, kommenterar och delar dem. D.v.s. ingen kostnad är involverad för att främja dessa inlägg.

Säsong	Tema	Målgrupp	Kommunikationskanaler:
Hela året	Personligt/locals	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Gratisupplevelser	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Medvetna familjen"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Caféguiden	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Roliga inomhusaktiviteter	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Medvetna familjen"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Hunderbara Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	En guide för stadskärnan	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Kungsbackas big 5	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i> <i>"Medvetna familjen"</i> <i>"Aktiva naturälskaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Historiska besöksmål	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren,"</i> <i>"Medvetna familjen"</i> <i>"Aktiva naturälskaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Guide till Kungsbacka sportcenter	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i> <i>"Medvetna familjen"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se
Hela året	Vardagslyx i Kungsbacka	Målgrupp: Invånare och besökare <i>"Vardagssmitande livsnjutaren"</i>	 Digital kampanj Facebook och Instagram @visitkungsbacka  Organiska inlägg @visitkungsbacka  visitkungsbacka.se

Organiska inlägg på sociala medier är inlägg som skapas och delas utan att betala för att öka deras synlighet, de sprids naturligt genom att användare gillar, kommenterar och delar dem. D.v.s. ingen kostnad är involverad för att främja dessa inlägg.

Always on-kampanjer

Vår betalda marknadsföring pågår löpande under hela året och syftar till att öka kännedomen om Kungsbacka som plats och om Visit Kungsbacka.

Genom kontinuerlig närvaro i digitala kanaler som Google (google ads) samt Facebook och Instagram når vi både invånare och besökare med inspiration, information och aktuella upplevelser.

”

Du behöver inte skapa nytt
- *det du redan gör kan inspirera fler.*



Vi gör det tillsammans

Tillsammans berättar vi om Kungsbäck som plats där framtiden växer – varje inlägg, evenemang och bild bidrar till helheten.

info@visitkungsbacka.se | [@visitkungsbacka](https://www.instagram.com/visitkungsbacka) | [visitkungsbacka.se](https://www.visitkungsbacka.se)



KUNGSBACKA