



## Hemnet lyfter vikten av synlighet i ny kampanj

**Idag den 24 mars lanserar Hemnet en ny reklamkampanj som belyser vikten av att synas för hela marknaden vid en bostadsaffär. Kampanjen lyfter Hemnets roll som Sveriges ledande bostadsplattform och hur en öppen bostadsmarknad skapar bättre affärer för både köpare och säljare.**

För de allra flesta är bostaden den största ekonomiska tillgången. Men hur maximerar man chanserna till en framgångsrik bostadsaffär? Svaret är enkelt – genom att synas där flest köpare och säljare möts. Det är kärnan i Hemnets nya kampanj som illustrerar det ologiska i att begränsa sin exponering.

I kampanjen får vi se människor som på okonventionella sätt försöker marknadsföra eller hitta en bostad, som genom klotter på stan, rektorn som passar på att meddela att han ska sälja sin bostad under sitt examensanförande, eller mamman som ber personalen på museet eftersöka hennes borttappade dotter - och samtidigt ropa ut att hon letar nytt hem. Scenerna blir en påminnelse om att ge sin bostadsaffär en ordentlig chans genom Hemnet.

– För många av oss är en bostad det dyraste vi äger eller kommer att köpa. Med den här kampanjen vill med glimten i ögat och tillspetsade situationer påminna om vikten av att ge din bostadsaffär de bästa förutsättningarna – och att Hemnet är den självklara platsen att göra det på, säger Lisa Farrar, COO på Hemnet.

Att synas på bostadsplattformen som samlar störst publik innebär också större sannolikhet att bostaden säljs till bästa pris.

– Som med all marknadsföring handlar det om att nå en så stor och relevant målgrupp som möjligt. Ju fler spekulanter som ser bostadsannonserna, desto fler potentiella besökare på visningen och fler besökare kan leda till fler budgivare, vilket är avgörande för att maximera slutpriset. Att inte synas på den mest välbesökta marknadsplatsen kan med andra ord bli en dyr affär, fortsätter **Lisa**.

### **Om kampanjen**

Reklamkampanjen är framtagen i samarbete med Nord DDB och producerad av House DDB.

Kampanjen kommer att synas brett under vecka 13–15 i bland annat sociala medier, radio, podcasts, utomhusreklam, printmedia och branschpress samt på Hemnet under våren.

### **Reklamfilmerna i kampanjen**

<https://www.youtube.com/watch?v=xsaClhbcpYo>

<https://www.youtube.com/watch?v=eRFjm3APPF4>

### **Hemnet i siffror**

- 1,9 miljoner besökare per vecka
- 40 miljoner besök per månad
- 1,1 miljarder annonsklick under 2024



# Hemnet

- 554 miljarder kr i totalt utropspris för bostadsannonser under 2024 (vilket motsvarar ca 9 % av Sveriges BNP)
- 183 374 publicerade bostadsannonser under 2024
- **30 dagar** genomsnittlig försäljningstid
- 16 gånger fler visningar för bostadsannonser jämfört med den näst största aktören på marknaden

## För mer information, kontakta:

### Pressförfrågningar

Staffan Tell, Head of PR

M: +46 733 67 66 85

E: [staffan.tell@hemnet.se](mailto:staffan.tell@hemnet.se)

## Om Hemnet

Hemnet driver Sveriges ledande bostadsplattform. Bolaget grundades som ett branschinitiativ 1998 och har sedan dess utvecklats till en värdeskapande marknadsplats för bostadsmarknaden. Genom att erbjuda en unik kombination av produkter, insikter och inspiration har Hemnet byggt varaktiga relationer med köpare, säljare och fastighetsmäklare i över 20 år. Hemnet delar tillsammans med sina målgrupper en gemensam passion för hemmet och drivs av att vara en oberoende och självklar plats för människor att vända sig till vid de olika bostadsbehov som uppstår genom livet. Detta reflekteras i bolagets vision att vara nyckeln till din bostadsresa, där Hemnet med sina produkter och tjänster vill öka effektiviteten, transparensen och rörligheten på bostadsmarknaden. Hemnet är noterat på Nasdaq Stockholm ("HEM").

Följ oss: [hemnetgroup.se](https://hemnetgroup.se) / [Facebook](#) / [LinkedIn](#) / [Instagram](#)

## Bifogade bilder

[Bild Reklamkampanj](#)

[Bild Reklamkampanj 2](#)

[Bild Reklamkampanj 3](#)