

Tjänsteutlåtande

2026-01-22

GBGC-2026-00021

Handläggare

Therese Brusberg

Telefon: 031-368 40 90

E-post: therese.brusberg@goteborg.com

Återrapportering av uppdrag att stötta Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum med utveckling av besöksmålet enligt scenarier

Förslag till beslut

I styrelsen för Göteborg & Co AB;

Återrapportering av uppdrag att stötta Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum med utveckling av besöksmålet enligt scenarier, godkänns och översänds till kommunstyrelsen.

Sammanfattning

I samband med kommunstyrelsens beslut om kompletterande budget för 2025-03-26§264 fick Göteborg & Co AB i uppdrag att stötta Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum med utveckling av besöksmålet enligt scenarier:

- a) Maritiman finns kvar på befintlig plats, men nytt innehåll tillskapas och destinations-utvecklingen förstärks i samverkan med föreningslivet, näringslivet och andra intresserade parter.
- b) Maritiman flyttar till en annan lämplig plats med möjlighet till mer långsiktig platsutveckling.

Utifrån uppdraget formulerade Göteborg & Co ett mål för arbetet: att tillsammans med Maritiman och berörda samverkansaktörer vara överens om en långsiktig utvecklingsplan som beslutsunderlag för stiftelsen och kommunstyrelsen. Uppdraget skulle utföras inom bolagets befintliga budgetram och befintliga kapacitet. Uppdraget avgränsades till att inte omfatta Maritimans finansiering, affärsmodell och ekonomi. Däremot är ett antal kritiska behov av utveckling av finansieringsupplägg och affärsmodeller identifierade. Dessa presenteras i föreliggande tjänsteutlåtande.

I beredningsarbetet har Göteborg & Co involverat berörda samverkansaktörer för att bidra till Maritimans framtida utveckling. I processen har flera av Göteborgs Stads förvaltningar och bolag engagerats. Därtill har bolaget samverkat med aktörer i staden såsom näringsliv, kultur, intresseorganisationer och föreningar samt besöksnäringen.

Maritimans styrelse menar att stiftelsen står inför en brytpunkt där framtiden behöver planeras noggrant för att möta ekonomiska utmaningar och säkerställa en hållbar verksamhet. Medel att möjliggöra en utveckling finns idag inte. I Maritimans underlag framgår att verksamheten, med nuvarande ekonomiska förutsättningar, behöver slutföra

en fullständig avveckling och nedstängning under Q4 2026. Beslut planeras att fattas på Maritimans styrelsemöte i april.

Göteborg & Co anser att scenariot där Maritiman avvecklas med inledning under 2026 bör undvikas. I beredningsarbetet har bolaget utifrån det tagit fram ett förslag för Maritimans utveckling. Detta förslag presenteras i sin helhet under bolagets bedömning.

I korthet föreslås;

- Ett tydligt fokus på inriktning på fartyg, försvarshistoria i utställningar och aktiviteter.
- Att en inomhusverksamhet - Maritimans hus etableras.
- Att staden och Maritiman i samverkan utvecklar en lämplig form och organisation för styrning och ledning av verksamheten.
- Att Packhuskajen fortsatt är en strategisk placering för Maritiman.

Förslaget medför att Göteborgs Stad behöver inleda och slutföra ett antal utredningar, uppdrag, åtgärder och aktiviteter under 2026.

Göteborg & Co föreslår därför att kommunstyrelsen skyndsamt garanterar samma ekonomiska stöd till Maritiman, via Göteborg & Co, för 2027 som för 2026. Det skulle möjliggöra att Maritiman under beredningstiden kan upprätthålla verksamheten under hela 2026 utan att inleda process för avveckling.

Göteborg & Co föreslår att bolaget under 2026 och 2027 fortsatt bistår Maritiman i ett långsiktigt utvecklingsarbete och är sammankallande för det fortsatta beredningsarbetet inom Göteborgs Stad.

Bedömning ur ekonomisk dimension

En omfattande del av Maritimans problematik går att härleda till finansieringssvårigheter och utmaningen i att få en stabil ekonomi i verksamheten, se Maritimans femårsplan i bilaga 2. Medel att möjliggöra en utveckling finns inte idag. En förändring av Maritimans grundläggande finansiering är en förutsättning för utveckling av besöksmålet. Sammansättningen av den framtida ägarstrukturen bör avspeglas i finansieringsmodellen som väljs. I detta sammanhang ingår Göteborgs Stads involvering i, och stöd till, verksamheten. Göteborgs Stad behöver fatta beslut kring stadens engagemang och medverkan i en utvecklad verksamhet vad gäller såväl ansvar och ägarskap som finansiering och organisation.

Bolaget har identifierat ett antal aktiviteter som formulerats till förslag på uppdrag i syfte att klargöra omfattningen av Göteborgs Stads involvering i Maritimans utveckling. Bolaget bedömer att flera av stadens nämnder och styrelser kommer att omfattas av stadens engagemang i ett utvecklat besöksmål och därmed påverkas ekonomiskt. För vissa av dem skulle det sannolikt medföra en stor ekonomisk påverkan. Detta har inte utretts vidare inom ramen för föreliggande tjänsteutlåtande eller uppdrag. Bolaget har identifierat möjligheter i samverkan och samfinansiering med aktörer på regional och nationell nivå. Bolaget bedömer att en bred samverkan och samfinansiering är avgörande för Maritimans framtida hållbara utveckling.

Bolaget ser att ekonomiska synergieffekter finns med koppling till stadens pågående och kommande stadsutvecklingsprojekt i området.

Bedömning ur ekologisk dimension

Bolaget bedömer att hänsyn till miljöaspekterna kring Maritimans utveckling och fartygsflottans framtida förvaltning är nödvändig. Fartygen utgör själva kärnan i verksamheten. Fartygens behov av tekniskt underhåll innebär ekologiska utmaningar.

Föreslagna åtgärder såsom muddring för att bibehålla nödvändigt djupgående, samt flytt av fartyg, medför sannolikt negativa miljökonsekvenser såsom risk för spridning av föroreningar i älven. Vidare kräver det maritima kulturarvet, fartygen, ett omfattande och återkommande underhåll, där hantering av ytskikt, rostskydd och bottenmålning utgör kritiska miljöaspekter. Arbeten i och i direkt anslutning till Göta Älv innebär risker för utsläpp som kan påverka vattenkvaliteten och den akvatiska miljön negativt. Ingrepp i vattennära miljöer kan medföra stor miljöpåverkan. En central del i den ekologiska bedömningen blir därför att säkerställa att utvecklingen sker genom metoder som minimerar skada på Göta Älv och att miljökrav ställs vid renoveringsarbeten av fartygen.

Bedömning ur social dimension

Sjöfart och hamnverksamhet är viktig för stadens identitet. Bolaget bedömer därav att ett utvecklat Maritiman kan stärka och knyta samman stadens närhet till vattnet. Designade upplevelser med ett inkluderande besökarperspektiv och modern teknik kan ge förutsättningar för ett tillgängligt och attraktivt besöksmål. Ett populärt besöksmål skulle tillföra positiva värden genom att koppla ihop gångstråken med upplevelser och mötesplatser som stärker invånarnas och besökarnas tillgång till Göta Älv. Ett ökat besöksflöde och en mer levande miljö bidrar till en ökad upplevd trygghet i området. Genom att koppla samman gångstråk och skapa nya målpunkter fylls platsen med liv under större delar av dygnet. En central utgångspunkt är att destinationen attraherar människor genom sina platser.

Platser med en stark identitet, kultur och tillgång till attraktiva maritima miljöer är avgörande för att Göteborg ska förbli konkurrenskraftig. Maritiman, med dess unika kulturarv och miljö, attraherar människor och skapar minnen, vilket är mentalt och emotionellt betydelsefullt. Packhuskajen med Maritiman som besöksmål kan vara en plats, där människor från olika bakgrunder kan mötas. Detta kan bidra till stärkt social sammanhållning och en levande maritim miljö som främjar en jämlik tillgång till stadens kulturarv. Den framtida utvecklingen kring Maritiman kan ta hänsyn till barnperspektivet med rätt till lek och lärande i stadsmiljön, genom att exempelvis etablera ett Maritimans hus och lekplats.

Bilagor som ingår i beslutsunderlaget

1. RISE Slutrapport; Scenarier för Maritiman 2040
2. Maritimans femårsplan; Kompass 2030
3. Samverkansaktörer; Deltagare
4. KISTONE Rapport; Ett nytt västsvenskt upplevelsecenter i Göteborg

Beskrivning av ärendet

Styrelsen för Göteborg & Co har att godkänna föreliggande återrapportering av uppdrag att stötta Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum med utveckling av besöksmålet enligt scenarier, och översända det till kommunstyrelsen.

Göteborg & Co AB fick 2025-03-26 i uppdrag av kommunstyrelsen att under 2026 ta över stödet till Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum från Kulturnämnden. Göteborg & Co AB ska även utdela ett extra bidrag för 2025. För detta tilldelades Göteborg & Co AB 3 000 tkr för 2025. Göteborg & Co AB fick också i uppdrag att stötta Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum med utveckling av besöksmålet enligt scenarier:

a) Maritiman finns kvar på befintlig plats, men nytt innehåll tillskapas och destinations-utvecklingen förstärks i samverkan med föreningslivet, näringslivet och andra intresserade parter.

b) Maritiman flyttar till en annan lämplig plats med möjlighet till mer långsiktig platsutveckling.

Utifrån uppdraget formulerade Göteborg & Co ett mål för arbetet: att tillsammans med Maritiman och berörda samverkansaktörer vara överens om en långsiktig utvecklingsplan som beslutsunderlag för stiftelsen och kommunstyrelsen. Uppdraget skulle utföras inom bolagets befintliga budgetram och befintliga kapacitet. Organisatoriskt har uppdraget hanterats inom affärsområdet Destinationsutveckling. Uppdraget avgränsades till att inte omfatta förslag på finansieringsupplägg eller affärsmodeller. Däremot är ett antal kritiska behov av utveckling av finansieringsupplägg och affärsmodeller identifierade. Dessa presenteras i föreliggande tjänsteutlåtande.

Arbetsätt

Bolaget valde att ta sig an uppdraget genom att utforska hur Maritiman kan utvecklas till att bli ett ännu mer attraktivt besöksmål till 2040. Bolaget har upphandlat expertis inom Framsyn (RISE), vilka tillämpat metodiken scenarioplanering med målet att vara:

- Framåtblickande och relevanta för Maritimans framtid
- Fantasirika och bortom dagens antaganden

Samverkan

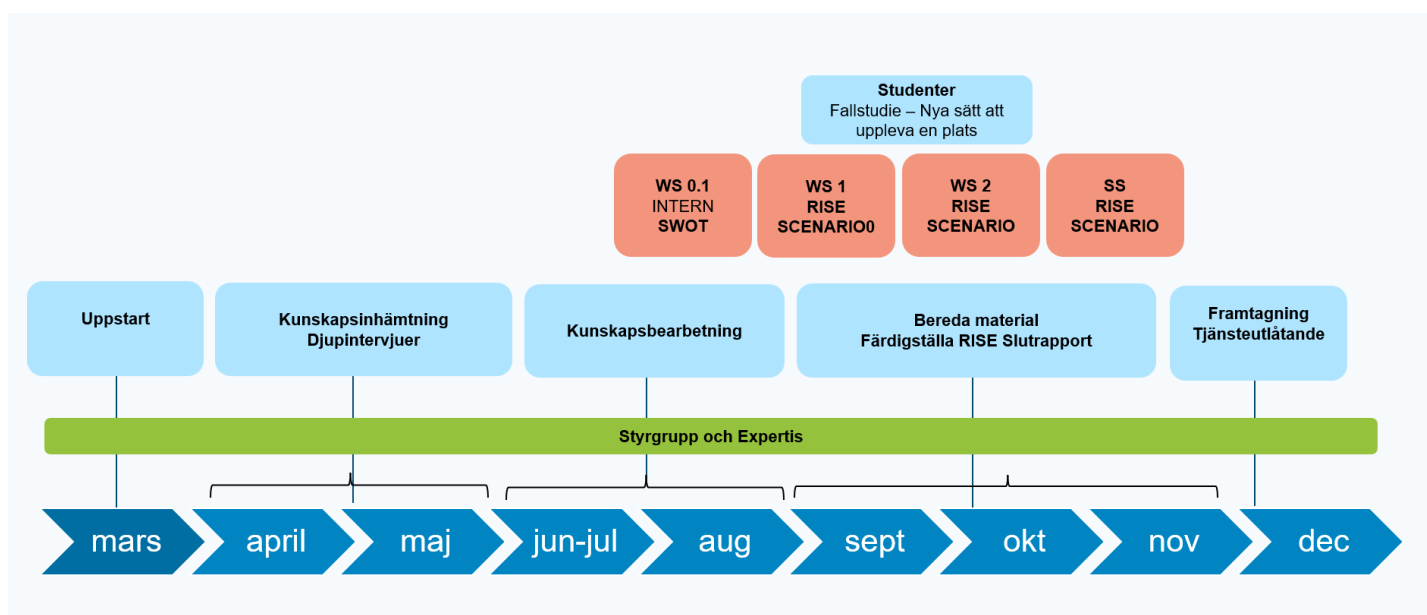
Göteborg & Co har involverat berörda samverkansaktörer för att bidra till Maritimans framtida utveckling. I processen har flera av Göteborgs Stads förvaltningar och bolag engagerats. Därtill har bolaget samverkat med aktörer i staden såsom näringsliv, kultur, intresseorganisationer och föreningar samt besöksnäringen. Det unga perspektivet har inkluderats genom studenter från Centrum för Turism, vid Handelshögskolan. Studenterna bidrog med en fallstudie om Maritimans framtida digitala utveckling. Fallstudiens resultat är inarbetat och återges i RISE Slutrapport.

Genom att samordna många aktörer har bolaget säkerställt den mångfald av perspektiv som krävs för att skapa en helhetsbild. Samtal har arrangerats med aktörer från olika samhällsnivåer; lokalt, regionalt och nationellt. Ett strategiskt samtal hos Länsstyrelsen arrangerades för att förankra Maritimans utveckling i ett större sammanhang samt att finna möjligt engagemang utanför stadens strukturer.

Ambitionen var att tillsammans med samverkansaktörer skapa framtidsscenarier som underlag för en långsiktig utvecklingsplan för Maritiman. Den breda samverkan och scenariometodiken har säkerställt en god helhetsbild om Maritimans framtida utveckling.

Process

Processen har haft en framåtblick till 2040 och tillämpat metodiken scenarioplanering, vilken går att sortera in under den tvärvetenskapliga disciplinen Framsyn. Det är ett sätt att se längre tidshorisonter, utmana tankesätt, utforska osäkerheter och alternativa framtider. Processen har drivits i bred samverkan och samtalstillfällena, se nedan, har varit utformade för att samla in aktörernas kunskaper och erfarenheter. I varje skede i processen breddades samverkan med fler aktörer och perspektiv, se deltagare i bilaga 3.



Samtalstillfällen

1. SWOT-analys

Intern workshop som faciliterades och dokumenterades av Göteborg & Co, för att kartlägga styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Detta bifogades till nästa steg.

2. Scenarioanalys

I samverkan utforskades hur Maritiman kan utvecklas till 2040, genom att förstå vad som kan tänkas hända på lång sikt med Maritiman, i närområdet och i staden.

3. Vidareutveckling scenarier

I breddad samverkan vidareutveckla och få fler perspektiv på de tre scenarierna, vilka visualiserades för att ta med till nästa steg.

4. Strategiska samtal

I samverkan med Länsstyrelsen fördes dialog med nyckelaktörer i staden, regionen och med aktörer på nationell nivå om Maritimans framtid i ett större sammanhang.

RISE har faciliterat möten, hanterat processledning och sammanställt material till en slutrapport; Scenarier för Maritiman 2040, se bilaga 1. Slutrapporten har därefter fungerat som underlag för bolagets bedömning. Resultat från processen har bearbetats i samverkan mellan bolaget och RISE och summerats till tre framtidsscenarier.

Bolaget har beaktat omvärldsanalyser och trender inom besöksnäringen samt relevanta pågående stadsutvecklingsprojekt i området omkring Maritiman. Parallellt har det arrangerats dialoger med intresseorganisationer och föreningar inom industri- och varvshistoria. Tillsammans med den upphandlade konsulten Kistone har bolaget arbetat fram en rapport om ett nytt västsvenskt upplevelsecenter i Göteborg, se bilaga 4.

Nuläge Maritiman

Göteborg är, och har alltid varit, en hamnstad. Sjöfart och hamnverksamhet är grundläggande för stadens identitet. Maritiman har en viktig betydelse som symbol för göteborgarnas anknytning till havet, beläget vid Packhuskajen i hjärtat av Göteborgs hamn. Placeringen är ett strategiskt och synligt läge som gör platsen tillgänglig för besökare. Maritiman är ett unikt besöksmål och en maritim kulturinstitution av nationell betydelse. Institutionen omfattar kulturhistoriskt värdefulla fartyg och ger besökaren kunskap och insikter kring Sveriges maritima arv och historia.

Jagaren Småland och ubåten Nordkaparen är de i särklass största attraktionerna, och de som är populärast att besöka. Sedan flera år har det funnits ett etablerat statligt engagemang riktat till dessa fartyg. Fartygen anses ha riksintresse som bärare av historiska värden kring Sveriges alliansfrihet och berättelser från kalla kriget.

Inom besöksnäringen är efterfrågan på autentiska, äkta och trovärdiga upplevelser stark. Besökaren vill uppleva, känna, lära sig och prova på. Man vill själv få välja och påverka sin upplevelse genom att vara delaktig. Maritiman är ett besöksmål som tillgängliggör historien och berättelser på ett konkret sätt genom att knyta samman närheten till vattnet och stadens historia.

I Göteborgs Översiktsplan ses älvstränderna som ett centralt stråk för stadens utveckling. Översiktsplanen syftar till att omvandla hamnområden till en sammanhållen innerstad med fokus på tillgänglighet, blandstad och stadsliv. Översiktsplanen har ett stråkfokus där ambitionen är att skapa förutsättningar för sammanhängande stråk och kopplingar som binder ihop stadsdelar, vilket underlättar förflyttning mellan platser. Stråken längs älven ska vara levande för att bidra till en aktiv och attraktiv stadsmiljö med mötesplatser och verksamheter. Ett av de primära målen är att göra kajkanter tillgängliga för allmänheten. Områden ska öppnas upp för vistelse, rekreation och stadsliv. I detta sammanhang blir Maritiman, som besöksmål mitt i detta stråk, en viktig plats för att stärka attraktionskraften.

Strategiska platser i staden ska breddas till större, offentliga platser med grönska, aktivitet och rekreation. Maritiman representerar en unik strategisk plats som, genom sin utveckling, kan bidra till rekreation och stadsliv vid vattnet och därmed bli ett centralt besöksmål i det nya älvstråket. Älvstränderna ska omvandlas till levande delar av stadens centrum. Maritiman blir en viktig del i att stärka stadens identitet och attraktivitet.

Verksamhetens utmaningar

Maritimans styrelse menar att stiftelsen står inför en brytpunkt där framtiden behöver planeras noggrant för att möta ekonomiska utmaningar och säkerställa en hållbar verksamhet. En omfattande del av Maritimans problematik går att härleda till finansieringssvårigheter och utmaningen i att få en stabil ekonomi i verksamheten, enligt Maritimans femårsplan, se bilaga 2. Medel att möjliggöra en utveckling finns idag inte.

Stiftelsen har utarbetat en femårsplan; Kompass 2030, se bilaga 2, för att hantera de finansiella osäkerheterna. Femårsplanen syftar till att möjliggöra en utveckling, där Maritiman stärks som en del av Göteborgs kulturarv för invånare och besökare. Planen är ett levande dokument som har tagits fram och utvecklats av Maritimans ledning och organisation. Planen beskriver vilka fartyg som bör behållas, vad som krävs, vilka fartyg som bör avyttras och insatser. Vidare beskrivs förslag på inriktningar, tematisering och utveckling av verksamheten samt ekonomi och affärsmodeller kopplat till förslagen. Göteborg & Co anser att Maritimans arbete utgör ett bra utgångsläge för utveckling av besöksmålet och materialet utgör underlag till bolagets bedömning.

I Maritimans underlag framgår att ovan nämnda brytpunkt innebär att verksamheten, med nuvarande ekonomiska förutsättningar, behöver slutföra en fullständig avveckling och nedstängning under Q4 2026. Maritiman har utarbetat en plan för avveckling och nedstängning, se bilaga 2.

Bolagets bedömning

Inledning

Göteborg & Co anser att scenariot där Maritiman avvecklas med inledning under 2026 bör undvikas. I beredningsarbetet har bolaget utifrån det tagit fram ett förslag för Maritimans utveckling. En förändring av Maritimans grundläggande finansiering är en förutsättning för utveckling av besöksmålet. Finansieringsmodellen bör speglas i en ägar- och organisatorisk struktur. I detta sammanhang ingår Göteborgs Stads involvering i, och stöd till, verksamheten. Göteborgs Stad behöver bereda och fatta ett antal beslut kring stadens engagemang och medverkan i en utvecklad verksamhet vad gäller såväl ansvar och ägarskap som finansiering och organisation.

Göteborg & Co föreslår att kommunstyrelsen skyndsamt garanterar samma ekonomiska stöd till Maritiman, via Göteborg & Co, för 2027 som för 2026. Det skulle möjliggöra att Maritiman under beredningstiden kan upprätthålla verksamheten under hela 2026 utan att inleda process för avveckling.

Bedömning

Maritiman är ett unikt besöksmål där närheten till vattnet och stadens historia knyts samman. Anläggningen tillför älvstranden många positiva värden, unika upplevelser och utgör ett spektakulärt inslag i stadens *skyline*. Bolaget anser att bevara, utveckla och stärka ett befintligt besöksmål som Maritiman ligger i linje med fokus på hållbar utveckling enligt Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030.

Bedömningen utgår från uppdraget om att Maritimans utveckling ska ses ur två perspektiv; kort respektive lång sikt. Första fasen, på kort sikt, sträcker sig mellan 2026-2032, där nästa fas i det längre perspektivet tar vid. Faserna har olika innehåll, förutsättningar, behov och nyckelfrågor. Innehållet har utvecklats löpande under beredningsarbetet, i nära samverkan med Maritiman och genom de många dialoger, arbetsmöten och samtal som förts med alla berörda samverkansaktörer.

I RISE slutrapport ”Scenarier för Maritiman 2040” redogörs det för tre scenarier som kan ses som underlag till utvecklingen främst på lång sikt. För Maritimans långsiktiga

utveckling ser bolaget stora beroenden till vad som beslutas kring Green Carrier och Masthuggskajen.

Processen för att ta fram dessa scenarier har varit att utmana tankesätt och utforska osäkerheter och alternativa framtider. Bolaget anser att slutrapporten, tillsammans med Maritimans femårsplan; ”Kompass 2030”, utgör värdefullt material i Maritimans utveckling, även på kort sikt.

Att etablera och utveckla ett besöksmål innehåller många utmaningar. Det är särskilt viktigt med omvärldsbevakning och analys som grund för marknads- och målgruppsstrategier. Det finns mycket erfarenhet att hämta bland aktörer runt om i destinationen Göteborg. För inspiration kring digitalisering, pedagogik och attraktionskraft kan erfarenheter från framgångsrika koncept hos till exempel Universeum och nya Sjöfartsmuseet inhämtas. Om nytänkande upplevelser utvecklas och designas med ett inkluderande besökarperspektiv, digitalisering och modern teknik stärks förutsättningarna för ett tillgängligt och attraktivt besöksmål, för såväl inhemska som internationella målgrupper. Ett samskapande med sådana aktörer förankrar Maritimans utveckling både inom stad och näringsliv och ger bästa förutsättningar för samarbete.

Ett besöksmåls geografiska placering är också en nyckel till framgång, och ibland kan en ny plats bli mer än bara en adress. Den kan få en egen identitet så stark att den utvecklar hela området runt omkring sig. I beredningsarbetet har det diskuterats många möjliga etableringsplatser för Maritiman, såsom Skeppsbron, Masthuggskajen, Fiskhamnen och Frihamnen, se mer information i RISE Slutrapport, se bilaga 1. Valet av plats är viktigt att göra utifrån potentialen att skapa optimala förutsättningar för Maritimans framgångsrika verksamhet redan från början. Det handlar om:

- **Flöde:** logiskt och lättillgängligt rörelsemönster för besökare.
- **Teknik:** lösningar för digitalisering, energieffektivitet och klimatanpassning.
- **Attraktiv tillgänglighet:** smidig kollektivtrafik, gångstråk, cykelmöjligheter och närhet till andra upplevelser.

Mot denna bakgrund föreslår bolaget att Maritiman ligger kvar på nuvarande plats vid Packhuskajen under tiden som den planerade processen för gång- och cykelbron fortgår. Bolaget rekommenderar att, utifrån vad som sker med bron, vid lämplig tidpunkt flytta Maritiman västerut, till Tullhusets västra ände. Det innebär att Maritiman skulle placeras innanför den nya gång- och cykelbrons ledverk. I samtal med exploateringsförvaltningen har det framkommit att detta är en lämplig ny plats för Maritiman, då ytan är för liten för att kunna användas för trafikerande sjöfart, som kräver ytor för manövrering.

När stadens mer långsiktiga planer för utveckling av de andra möjliga platserna, som exempelvis Frihamnen, tas fram, är det möjligt att då inkludera Maritiman i planeringen och bedöma hur förutsättningarna för verksamhet då ser ut.

Beredningsarbetet har klargjort ett antal övergripande behov som bolaget bedömer är avgörande för en hållbar utveckling av Maritiman som attraktivt besöksmål för nationella och internationella målgrupper.

- **Tydligt fokus och inriktning** Genom att stärka den försvarshistoriska inriktningen med hjälp av fartyg och utställningar blir Maritiman en tematiserad produkt. Berättelser om försvarshistoria och samtidens säkerhetspolitiska utveckling kan göra

Maritiman till en plattform för bildning och dialog om samtid och framtid. En åtgärd som skulle gynna verksamhetens ekonomi och inriktning.

- **Etableringen av en inomhusverksamhet - Maritimans hus.** Lokalen skulle erbjuda spännande upplevelser och nya utställningar. Det skulle möjliggöra att Maritiman kan vara öppet året runt. Maritimans möjligheter att bättre ta hand om målgruppen barn och unga kopplat till skola och pedagogisk verksamhet skulle stärkas avsevärt. Detta skulle även ge helt nya affärsmöjligheter i samverkan med andra aktörer och ge ett stabilare intäktsslöde på helårsbasis.
- **Utveckla en lämplig form och organisation för styrning och ledning av verksamheten.** Den utveckling som föreslås för Maritiman kräver att en framtida ledning och organisation stärks med relevanta kompetenser.

Beroenden andra projekt

Bolaget ser starka beroenden och kopplingar till andra stadsutvecklingsprojekt i området längs södra Älvstranden. Exempel på detta är kajrenoveringsprojektet, gång- och cykelbron, Packhusplatsen, Skeppsbron, Masthugget, renovering av Lilla Bommens hamn och Stenas flytt till Arendal. Bolaget bedömer att en nära och löpande dialog om södra Älvstrandens utveckling, som inkluderar Maritimans utveckling, med stadens ansvariga förvaltningar är nödvändig. Det skulle effektivisera processer och kostnader, samt identifiera synergieffekter och stärkande gemensamma värden. Dialogen skulle vara en plattform för den komplexa och omfattande tidplanen som är kopplad till de olika projekten. Tidplaner förändras löpande och har direkt påverkan på varandra och på planeringen för de angränsande projekten. Maritimans beroenden till den planerade gång- och cykelbron är starkt, så även till kajrenoveringen. Ett annat tidsmässigt starkt beroende är det pågående arbetet med att utreda förutsättningarna för att tillgängliggöra mark vid Masthuggskajen, där Green Carrier önskar bygga nytt huvudkontor och i anslutning vid kaj placera Ostindiefararen Götheborg. I byggnaden skulle det finnas ett upplevelsecentrum kopplat till Ostindiefararen och dess historia. Detta ärende är under utredning hos exploaterings- och stadsbyggnadsförvaltningen sedan november 2025.

En öppen dialog som omfattar hela södra Älvstranden och gärna norra Älvstranden är efterfrågad. Bolaget uppfattar att dialogen idag saknas. Koordineringsansvaret för en dialog kan ligga inom ramen för bolagets föreslagna fortsatta uppdrag att bistå Maritiman i utvecklingsarbetet.

Nyckelaktörer utanför Göteborgs Stad

Svenska Ostindiska Companiet och Green Carrier

Under 2025 påbörjade parterna en nära samverkan med Maritiman. Parterna har en stark gemensam ambition om att etablera någon form av samverkan under de kommande åren. Parterna för dialog kring hur samarbetet skulle kunna se ut och drivas. Ovan nämnda utredning av marken vid Masthuggskajen är helt avgörande för Green Carriers möjligheter till samarbete och för vad som kan komma att ske med Ostindiefararen. Skeppet är i behov av renovering, vilket Green Carrier planerar för. Bolaget uppfattar att samverkan mellan parterna och Maritimans styrelse fungerar väl och att det finns många positiva delar som tillsammans skulle stärka besöksanledningarna till området.

Länsstyrelsen Västra Götaland

I dialogen som bolaget fört med representanter för Länsstyrelsen och Försvarsmakten

framkommer betydelsen av Maritiman som symbol och nav för Sveriges och Göteborgs maritima kulturarv samt försvars- och sjöfartshistoria. Maritiman är en viktig plats där det finns en möjlighet att knyta samman stadens och regionens historia. Länsstyrelsen lyfter behovet av en Framtidsscen - en plats som gör det möjligt att förstå var vi kommer ifrån, var vi befinner oss och vart vi kan vara på väg. Det är en plats som kan knyta samman stadens och regionens historia och samhällsutveckling med dåtid, nutid och framtid.

I rollen som regional kulturarvsmyndighet kan Länsstyrelsen bidra med att samordna olika samhällsintressen och statliga myndigheters möjliga insatser. Länsstyrelsen kan ytterligare undersöka vilken roll berörda statliga aktörer skulle kunna ha i den framtida utvecklingen av Maritiman. Dessa aktörer är bland andra Statens museer för maritim-, transport- och försvarshistoria och Försvarsmakten.

Försvarsmakten

Bolaget har uppfattat att Försvarsmakten ser Maritiman som en möjlig plattform och arena för nationella och internationella möten. Det finns möjligheter att genom utökad samverkan bevara och synliggöra det försvarshistoriska arvet. Försvarsmakten pekar på att Maritiman skulle kunna vara en plattform för att bidra till allmänhetens kunskap om och engagemang i landets tidigare, nuvarande och framtida säkerhetspolitik.

Västra Götalandsregionen (VGR)

VGR är en möjliggörare för att lyfta det maritima kulturarvet från lokal till regional nivå. Enligt VGR saknas det idag en samordnande aktör för det maritima kulturarvet, vilket öppnar upp möjligheten för Maritiman som samordnare. Detta skulle innebära att Maritiman inte bara utvecklas som besöksmål i Göteborg, utan blir nav i ett regionalt nätverk som tillgängliggör det maritima kulturarvet för hela Västsverige.

VGR är även en möjliggörare genom de regionala utvecklingsmedlen, vilket är en finansieringsform som är till för projekt som syftar till innovation, hållbar tillväxt och ökad attraktionskraft. Genom att matcha Maritimans framtida investeringar med regional finansiering skapas hävstångseffekter som möjliggör mer omfattande framtida satsningar.

Intresseorganisationer och föreningar inom varvs- och industrihistoria

Göteborgs unika arv inom industri- och varvshistoria finns idag hos ett antal engagerade intresseorganisationer och föreningar. Göteborg & Co har intervjuat och fört dialog med en rad aktörer som står bakom det så kallade Tullpackhusinitiativet. Initiativet kommer från; Västsvenskt Industrihistoriskt Center, Varvshistoriska föreningen, Maritiman, Emigranternas hus, Göteborgskvinnor i rörelse samt initiativet om ett Humormuseum. Dessa aktörer har samlad kompetens och ett omfattande historiskt material. Göteborg & Co har även involverat fler perspektiv i dialoger och workshops och underlaget har sammanfattats i en rapport, se bilaga 4. Målet är ett gemensamt upplevelsecenter som fångar Göteborgs själ, dess unika arv, samtidigt som det kan aktivera besökare från när och fjärran att skapa framtidens historia på platsen.

Slutsatser

Maritimans utveckling på kort sikt

Vad gäller besöksmålets geografiska placering föreslås att Maritiman ligger kvar på nuvarande plats vid Packhuskajen under tiden som den planerade processen för gång- och cykelbron fortgår. För att tydliggöra produkten och höja kvalitén på upplevelsen minskas flottan enligt Maritimans förslag samtidigt som delar av den kvarvarande flottan

renoveras. Det innebär att fartyg ska avlägsnas från platsen redan under 2026. För detta behövs muddring i området. En förtydligad inriktning kring försvar och försvarshistoria genomförs. Parallellt med detta etableras en ny inomhusverksamhet i Tullhuset. Utställningar, café och mötesplatser skapar en inramning till upplevelsen av besöksmålet. Verksamheten kan vara öppen året runt och tematiseras med inriktningar och upplevelser som stärker attraktionskraften och lockar fler målgrupper och nya besökare.

Maritimans utveckling på lång sikt

Beroende på vad som sker med den planerade gång- och cykelbron är tidpunkten för nästa stora utvecklingssteg inte definierad. Maritiman skulle utgöra en attraktiv inramning för den nya bron med en spektakulär och uppdaterad flotta längs kajen och en populär besöksdrivande åretruntverksamhet i Tullhuset.

Denna placering är dock inte beroende av den planerade gång- och cykelbron. I det fall att bron inte blir av rekommenderar bolaget att ändå på sikt flytta Maritiman till västra delen av kajen utanför Tullhuset. Maritimans nuvarande kajplatser skulle då kunna tillgängliggöras för andra verksamheter.

Åtgärder

För att utveckla besöksmålet Maritiman är en förändring av verksamhetens finansieringsmodell och organisation nödvändig. I detta sammanhang ingår Göteborgs Stads långsiktiga involvering i, och stöd till, verksamheten. Göteborgs Stad behöver fatta beslut kring stadens engagemang och medverkan i en utvecklad verksamhet vad gäller såväl ansvar och ägarskap som finansiering och organisation.

I beredningsarbetet har bolaget identifierat ett antal nyckelfrågor med koppling till dessa beslut. Det är faktorer som är i behov av fortsatt utredning med risk- och kostnadsbedömning, analys och förslag på åtgärder. Flertalet instanser inom Göteborgs Stad berörs och en nära samverkan med externa aktörer krävs.

Göteborg & Co ser följande behov:

- Att Göteborg & Co tilldelas samma ekonomiska stöd till Maritiman för 2027 som för 2026.
- Att Göteborg & Co under 2026 och 2027 fortsatt bistår Maritiman i ett långsiktigt utvecklingsarbete och är sammankallande för det fortsatta beredningsarbetet inom Göteborgs Stad.
- Att Business Region Göteborg i samverkan med Maritiman utarbetar en ny affärsmodell med finansiering, ägarförhållanden och organisation som syftar till att stödja och möjliggöra en långsiktig utveckling i linje med presenterat förslag. Samverkan med näringsliv, Länsstyrelsen, VGR och Försvarsmakten, samt andra aktörer i region och på nationell nivå är viktig.
- Att Göteborgs Hamn utför sjömätning av både Maritimans nuvarande och föreslagna nya placeringar samt beräkning av kostnaden för nödvändig muddring.
- Att stadsbyggnadsförvaltningen och exploateringsförvaltningen koordinerar de av Göteborgs Hamn identifierade behoven av muddring samt kostnader, med andra pågående och kommande stadsutvecklingsprojekt i området. Här bör även en bedömning av miljöaspekter ingå.

- Att stadsmiljöförvaltningen tar fram avtalsförslag och samtliga kostnader för hyra, etablering, tillstånd och andra eventuella kostnader där förvaltningen har rådighet och som speglar behoven i linje med det presenterade förslaget.
- Att Higab utreder och beskriver möjligheterna för att i Tullhuset etablera ett Maritimans hus enligt presenterat förslag.
- Att Higab utreder möjligheterna för att flytta Barken Viking att placeras i direkt anslutning till Maritiman.

Utifrån dessa slutsatser och identifierade behov menar bolaget att kommunstyrelsen behöver fatta beslut om Göteborgs Stads framtida engagemang och ekonomiska stöd till Maritiman i syfte att möjliggöra en utveckling enligt presenterat förslag.

Peter Grönberg
VD



Scenarier För Maritiman 2040 Resultat och beslutsunderlag ifrån uppdrag åt Göteborg & Co

Daniel Bengtsson
25-11-2025

Innehåll

Innehåll.....	2
1.1 Syfte	3
1.2 Process.....	3
1.3 Metod.....	3
1.4 Scenario 1: Den nya maritima destinationen	5
1.5 Scenario 2: Det maritima vardagsrummet.....	9
1.6 Scenario 3: Göteborgs maritima stadsnav	13
1.7 Omröstning.....	17
1.8 Scenario 1: Beslut och behov	17
1.9 Scenario 2: Beslut och behov.....	20
1.10 Scenario 3: Beslut och behov.....	22
1.11 Analys och jämförelse – gemensamma behov och skillnader.....	24
1.12 Resultat ifrån dialog 7 november	28

1.1 Syfte

I dialog med beställaren (Göteborg & Co) utformades specifika syftet att utforska hur Maritiman kan utvecklas till att bli ett ännu mer attraktivt och lyckat besöksmål mot 2040. Detta syfte uppfyllde genom skapande av 3 användbara scenarier för 2040, vilka hade uttalade målet att vara:

- Framåtblickande och relevanta för museets framtid
- Fantasierika och bortom dagens antaganden

För att uppnå syftet detaljutformades processen beskriven nedan, utefter de möten som Göteborg & Co hade identifierat och sammankallat till (se nedslag nedan under process).

1.2 Process

Scenarierna för Maritimans framtida utveckling har tagits fram under perioden augusti-november 2025. RISE har stått för processledning och sammanställning av resultat, på uppdrag av och i samverkan med Göteborg & Co som stått värd för mötena (förutom nedslag 4 nedan). Processen hade fyra särskilt viktiga nedslag:

1. **SWOT-analys** 25/8 (workshop genomfördes av Göteborg & Co), för att kartlägga styrkor och svagheter, respektive möjligheter och hot, i närtid.
2. **Scenarioanalys** 27/8 för att utforska hur Maritiman kan utvecklas mot 2040, genom att förstå vad som kan tänkas hända på lång sikt med Maritiman, i närområdet, och i staden
3. **Vidareutveckling scenarier** 16/9. Större arbetsgrupp vidareutvecklade och gav fler perspektiv på de 3 scenarierna.
4. **Dialog och förankring** 7/11. En bredare dialog med nyckelaktörer och intressenter hölls vid studiebesök på Maritima och samtal hos Länsstyrelsen.

Processen var i hög grad deltagardriven, det vill säga att mötestillfällena var utformade för att extrahera deltagarnas kunskaper och erfarenheter under kreativa format, och i varje skede av processen så breddades deltagandet. Dessutom har omvärlds- och stadsutveckling i form av exempelvis trender inom besöksnäring, relevanta pågående och kommande utvecklingsprojekt och initiativ tagits hänsyn till och integrerats i processen.

1.3 Metod

Processen utformats ifrån samt applicerat metodik ifrån scenarioplanering. Scenarioplanering går att sortera in under den tvärvetenskapliga disciplinen framsyn, som hjälper att se till längre tidshorisonter, att utmana tankesätt och utforska osäkerheter och alternativa framtider. Framsyn har robusta förmåga att förstå framtida möjligheter och hot för att bättre kunna förbereda och planera på medel och lång sikt.

Den metoden som specifikt använts kallas induktiv scenariometod, vilket är en metod som rör sig från det lilla (i detta fall Maritiman och området runt Packhuskajen), till det stora (närområdena, Göteborg, och Sverige). I denna metod växer innehållet fram genom gemensam kreativitet och utforskande under särskilt utformade format (gruppövningar), skapade för att ge varandra utrymme att tänka fritt.

Metoden genomfördes i två huvudfaser:

- **Nedslag 2** (se ovan under process) behandlade divergens & emergens, genom att skapa miniberättelser (orsak-verkan) runt plats och tillgänglighet, publik och målgrupper, kulturarv och berättelser, digitalisering och teknik samt klimat, närmiljö och säkerhet. Det gjordes även klustring till kandidatscenarier, förtydligande & tematisering, samt utveckling av narrativ
- **Nedslag 3** (se ovan under process) behandlade konvergens, genom vidareutveckling av scenarierna i form av signaturdrag, risker och möjligheter vad avser besökare, plats, samverkan, innehåll, digitalisering och artefakter (t.ex. båtar), samt vad för beslut som vore nödvändiga, och vad som krävs (i form av partners, resurser, policy.)

Resultat ifrån processen har i flera omgångar sedan bearbetats av RISE expertis till det material som härfter presenteras i denna rapport.

1.4 Scenario 1: Den nya maritima destinationen

Metafor

“Vågor av historia möter strömmar av framtid.”

Kärnord: Genuint, dynamiskt, bredd, tillgänglighet, Göteborgs maritima historia, framtid, plattform för möten.

Essens: “En investering i internationell attraktionskraft.”



En ny symbol för Göteborg

Under slutet av 2020-talet fattas beslut om att Göteborg ska ha ett nytt landmärke av internationell attraktionskraft. Förberedelser för en ny plats, nybyggnation, och flytt av befintlig verksamhet inleds.

År 2040 flytten av Maritiman till en ny plats genomförd, och Maritiman etableras snart som en av stadens mest igenkännbara och uppskattade destinationer. Nya Maritiman blir **en symbol för Göteborg**, som ett fyrtorn attraherar platsen genom att förenar stadens maritima arv med framtidens berättelser och upplevelser i ett modernt museum av världsklass. Här uppstår en **"Göteborgssjäl"**, ett uttryck för stolthet och identitet som både invånare och besökare känner igen sig i.

Alltifrån göteborgare till internationella turister besöker och Maritiman är ett besöksmål som vid sidan av Liseberg bidrar till att avgöra om nära och långväga turister till Norden och Sverige ska göra ett stopp i Göteborg.

Besökarens upplevelse – portal, variation och identitet

Det första som möter besökaren är en inbjudande upplevelse som sätter stämning och signalerar att man nu stiger in i något unikt. För en del blir det just detta som ger platsen sitt värde – att den är en nyhet, något att upptäcka. För alla är det samtidigt mer än en attraktion: det är en ingång till Göteborgs maritima själ där man kan komma nära föremål och fartyg på ett sätt som för vissa för tankarna till Vasamuseet. Upplevelsen är både planerad och flexibel, och det går att följa tidslinjer men också delta i pop-up-händelser. Upplevelsen präglas av:

- **Variation och flexibilitet:** basutställningar blandas med pop-up-installationer, tillfälliga fartygsbesök och konstnärliga uttryck. Sensoriska detaljer som lukt, ljud och känslan av skepp och varvsarbete .tex. nitad plåt och dofta av tjära gör upplevelsen taktill och engagerande.
- **Digitalisering som stärker berättelserna:** historien blir mer tillgänglig och dynamisk, och nya tekniker gör det möjligt att variera och förnya innehållet över tid.
- **Tidsresor genom maritima epoker:** från stadens grundande 1621, genom varvshistoria och militära epoker, till dagens och framtidens sjöfart.

För besökaren blir destinationen en **helhetsupplevelse**, med stark lokal identitet men också en bredd som lockar olika målgrupper: familjer, turister, skolor, forskare och internationella gäster.

Platsen – optimerad från start

Flera möjliga etableringsplatser finns: Tullhuset, Skeppsbron, Masthuggskajen, Fiskhamnen, Packhuskajen/Lundby, Frihamnen, Gullbergskajen eller på Barken Vikings nuvarande plats. Oavsett vilken plats som väljs blir det avgörande att skapa optimala förutsättningar redan från början:

- **Flöde:** ett logiskt och lättillgängligt rörelsemönster för både stora och små besökargrupper.
- **Teknik:** lösningar för digitalisering, energieffektivitet och klimatanpassning.
- **Attraktiv tillgänglighet:** smidig kollektivtrafik, gångstråk, cykelmöjligheter och närhet till andra upplevelser.

Den nya platsen blir mer än en adress, den får en **egen identitet så stark att den utvecklar hela området runt omkring sig**. Genom att välja en tydlig inriktning mot exempelvis varvshistoria eller det militära arvet har platsen kunnat särskiljas och få en tydlig profil.

Samverkan – bästa grannen och starkare tillsammans

Etableringen av en ny maritim destination öppnar för stora möjligheter till samverkan. Genom att aktivt arbeta med att vara en ”bästa granne” stärks relationerna till andra aktörer i området. Synergierna skapar:

- **Ökad attraktionskraft** för hela staden.
- **Ekonomisk styrka** genom delade resurser och nya intäktsmöjligheter.
- **Ökad kännedom** om Göteborg som maritim stad både nationellt och internationellt.

Här möts Göteborgs Stad, näringslivet, akademien och medborgarna i ett gemensamt projekt. Resultatet blir en plattform som inte bara berättar om historien utan också **skapar framtid tillsammans**.

Innehåll och berättelser – kluster som förstärker varandra

Innehållet bygger på både det unika maritima kulturarvet och på det som växer fram i omgivningen. Tillsammans skapas en dynamisk helhet där olika kluster förstärker varandra:

- **Historien om hamnstaden Göteborg** – från stadens grundande 1621 och framåt.
- **Sjöfartens utveckling** – en flexibel tidslinje som rör sig mellan århundradena.
- **Varvshistorien och det militära arvet** – två möjliga riktningar som kan fördjupa identiteten.
- **Nutid och framtid** – nya innovationer, forskning och gröna omställningar inom maritima näringar.

Kombinationen av basutställningar, tillfälliga inslag och digitala lager gör att **berättelserna aldrig stannar av**. Kombination av permanenta och temporära inslag skapar variation, återbesök och dynamik.

Artefakter och atmosfär – ikoner i miljön

Platsen präglas av starka visuella och fysiska inslag som gör att den känns genuin och förankrad i Göteborg:

- Kranar och fyror som symboler för hamnens historia.
- Varvsmiljöer som påminner om en epok som format staden.
- Skepp, vatten och maritima artefakter som skapar igenkänning och autenticitet.
- Tillfälliga utställningar och konstverk som förnyar intrycket.

Detta ger en **levande atmosfär** där tradition och innovation möts.

Digitalisering

Stärker berättelser genom visuella och interaktiva lager som fördjupar platsens historia.

- Möjliggör nya och föränderliga upplevelser som förnyas över tid, vilket gör att destinationen känns aktuell och dynamisk.

Passande inslag ifrån case study (omvandlat för att passa i scenariot):

- **Café och restaurang som dragplåster:** Restaurangen på fartygen utvecklas till en arkitektoniskt stark och maritimt profilerad destination, gärna kopplad till vattnet och stadens skyline.
- **Tematiska middagar och event:** "Kaptenens supé", historiska menyer, eller samarbete med stjärnkockar som gör havet och skärgården till en kulinarisk upplevelse.
- **Platsmarkör:** Restaurangen blir ett symboliskt "fyrtn" som signalerar den nya platsens attraktionskraft.
- **Riskbalans:** I detta scenario är de höga initiala kostnaderna mer legitima, eftersom hela idén bygger på att skapa en kraftfull ny destination.

Motivering: Restaurangen förstärker scenariets identitet som *en ny destination*, skapar vardagsliv och ger en anledning för folk att återvända även utanför museibesök.

Framgångsfaktorer

- Nya samarbeten som breddar utbudet och ökar attraktionskraften.
- Ökat besöksflöde, fler intäktsdagar och därmed en stabil ekonomi.
- En långsiktig hållbar verksamhet som kombinerar kultur, turism och stadsutveckling.
- En genuin och dynamisk identitet med bredd och hög tillgänglighet.

1.5 Scenario 2: Det maritima vardagsrummet

Metafor

“Som ett periskop – kika bakåt och framåt.”

“Ett vardagsrum vid älven – där historia möter vardagsliv”

Kärnord: Maritim park, mötesplats, tryggt, inkluderande, vardagsnära, sensoriskt.

Essens: “En plats att leva i Göteborgs maritima arv.”



En inkluderande mötesplats vid älven

Från 2030-talet utvecklas Maritiman utvecklas på sin nuvarande plats till ett tryggt, inkluderande och vardagsnära maritimt vardagsrum för göteborgarna, katalyserat av byggande av en ny maritim park med lekplats och möjliggörande av tillfälliga och permanenta serveringar.

I takt med att allt fler finner att Maritiman utgör en plats för att enkelt, centralt och nära älven få uppleva Göteborgs rika maritima kulturarv som så länge varit svårt att nå, bygger Maritiman vidare på sina styrkor genom stegvis modernisering.

År 2040 utgör Maritiman en korsväg i vardagsflödet från Nordstan – Kronhusbodarna och Operan – Stenpiren. Maritiman är den vardagsplats för människor att i staden möta vattnet, där nutida vardagsliv och historia flyter samman och där människor i olika åldrar och från olika bakgrunder möts för att tillsammans njuta av maritim känsla och miljö. Genom att vara **intressant för göteborgaren** blir platsen också attraktiv för besökare utifrån som flanerar runt i innerstan.

Teman efter kalla kriget och nutida samhällsfrågor stärker relevans och djup: t.ex. **hållbarhetsberättelser om havet, klimat och resurser.**

- **tvärvetenskapliga workshops och interaktiva stationer** där barn och vuxna kan experimentera med maritim teknik, resurshantering eller små “science corner”-inslag.
- tydlig **koppling mellan älven, stråken och Nordstan**, som stärker platsens roll som ett vardagsrum och integrerar den maritima upplevelsen i stadens flöde.

Det maritima vardagsrummet blir **en mötesplats och korsväg där människor spontant samlas** och tar del av spetsiga, genomtänkta upplevelser inom utvalda riktningar. Det är **ett vardagsrum för staden med låg tröskel att börja uppleva, öppet och inkluderande** (inte en styrande centralpunkt).

Besökarens upplevelse – tillgängligt och multisensoriskt

Platsen präglas av lättillgänglighet – både genom sitt läge vid Stenpiren och genom gång- och cykelbron som ger ett konstant flöde av människor och binder samman stadskärnorna. Hit kommer barnfamiljer, skolklasser, cyklister på väg genom stan, äldre som söker en plats att slå sig ned, kulturintresserade och turister.

Upplevelsen är:

- **Multisensorisk** – ljud, dofter och bilder från havet och hamnen vävs in i miljön. Alla sinnen aktiveras i inomhus- och utomhusmiljö (lukter, ljud, texturer).
- **Åldersöverskridande** – barn leker på den maritima lekplatsen, medan vuxna tar del av historiska berättelser eller samtalar över en måltid.
- **Flexibel, både planerad och spontan** – en plats att vistas på en kort stund eller återkomma till ofta, som paus, mötespunkt, lek, samtal och utflykt.
- **Matupplevelser och vardagsliv** är en integrerad del av besökarupplevelsen, inte bara i utställningar utan som fysisk aktivitet i form av smakprov och workshops.

Platsen – central, kulturhistorisk och omstridd

Stenpiren och dess närhet till Tullhuset, Operan och Kajskjul 8 gör platsen unik vilket utnyttjas. Den är både kulturhistoriskt central och strategiskt belägen. Genom bron som knyter samman älvstränderna blir vardagsrummet en naturlig knutpunkt i rörelsen genom staden.

Samtidigt är platsen **eftertraktad** och föremål för konkurrens om framtida användning, och man arbetar medvetet för att förebygga riskerna att större fartyg får företräde till användning av kajerna, vilket riskerar att minska tillgängligheten. Detta gör att **tydlig profilering och hållbar förankring** är avgörande.

Samverkan – nya och etablerade aktörer tillsammans

Det maritima vardagsrummet blir en plattform där nya aktörer kan etablera sig i en central miljö, sida vid sida med etablerade partners. Samarbete med Göteborgsoperan, Kajskjul 8 och Tullhuset är naturliga och unika, och öppnar för tvärdisciplinära program, evenemang och gemensamma satsningar. I bredare perspektiv blir platsen också en arena där kulturförvaltningen, Göteborg & Co och andra långsiktiga aktörer som kan bidra med resurser och innehåll.

Innehåll och berättelser – vardag, kulturarv och framtid

Innehållet bygger på att göra det maritima vardagligt och nära. Här möts kulturarv, samtid och framtid i en form som lockar olika målgrupper:

- **Stadsutveckling och stråk:** kopplingar till Nordstan och västra delen av stadsdelen förvandlar området till en "destination i destinationen", som bygger på kulturarvet.
- **Emigration:** berättelser om fartygen som lämnade Göteborg och människorna som reste iväg.
- **Maritim matkultur:** vardagens smaker från havet, i form av restauranger eller matupplevelser i Tullhuset eller Kajskjul 8.
- **Lek och lärande:** en maritim lekplats och parkmiljö som gör området levande året runt.
- **Havet som resurs:** gestaltningar av havet som infrastruktur, matleverantör och framtida energikälla.
- **Tvärvetenskapliga teman:** kultur, miljö och samhälle vävs samman, exempelvis genom att kalla krigets berättelser möter nutida frågor om klimat och säkerhet.

Genom detta blir vardagsrummet både **igenkännbart och lärorikt**, en plats att återvända till.

Digitalisering – personliga berättelser och nya perspektiv

Digitala verktyg används för att fördjupa och förnya upplevelsen används för att koppla nutid och framtid med historien, t.ex. AR/VR som visar emigrationen, varvslivet eller nutida havsfrågor. Här lyfts särskilt berättelser från de som själva varit på havet, erfarenheter som fångas upp och förs vidare för framtiden.

Passande inslag ifrån case study (omvandlat för att passa i scenariot):

- **Café som vardagsrum:** Ett kafé med lokal förankring, gärna i samarbete med lokala småföretagare eller föreningar. Billigare, inkluderande, lågtröskligt. Fokus på gemenskap snarare än exklusivitet.
- **Temakvällar:** Historieberättande kvällar med sjömän, små konserter eller quizkvällar.
- **Digitalt stöd för gemenskap:** Enkel app eller webbportal för att boka plats, följa småprogram, dela berättelser.
- **Låg kostnadsnivå:** Allt utvecklas stegvis, med fokus på engagemang snarare än stora investeringar.

Motivering: Här fungerar caféet som *ett vardagsrum* snarare än en prestigeattraktion, och digitaliseringen används mer som en brygga till lokala nätverk än som high-tech-satsning.

- Dokumentera och dela **lokala berättelser från göteborgare**, vilket stärker känslan av tillhörighet och engagemang.

Digitaliseringen kompletterar den analoga upplevelsen, gör historien mer personlig och öppnar för nya berättarformer.

Artefakter och miljö – maritimt hus och sortering

Ett "Maritimans hus" fungerar som lokal för att samla, visa och levandegöra maritima artefakter och har öppet året runt. Samtidigt har man senaste åren genomfört inventering och sortering bland befintliga båtar och föremål för att lyfta fram det som verkligen är relevant och intressant. Platsen förstärks av fysiska inslag som ger karaktär och förankring i Göteborgs maritima identitet.

Framgångsfaktorer

- Att vara **först och främst intressant för göteborgaren**.
Lokal förankring → **nationell relevans**, dvs. att "om göteborgaren älskar det, så gör resten av Sverige och världen det också".
- Att bygga **lokal stolthet och trygghet**. **Vardagsrummets låga tröskel** gör platsen inkluderande och spontan, inte styrande.
- Att skapa en **öppen och inkluderande mötesplats** med bredd i innehållet. **Social hållbarhet och trygghet** är en explicit faktor: fler besökare → tryggare område → mer återbesök.
- Att etablera **samarbeten med starka aktörer** och långsiktiga partnerskap.

1.6 Scenario 3: Göteborgs maritima stadsnav

Metafor

”Möten vid vattenlinjen, berättelsernas kaj.”

”Göteborg är den maritima huvudstaden”

Kärnord: båda sidor av vattnet, alla sinnen, tidens kaj, ”Se här och känn!”,
”Hit vill du komma igen!”

Essens: ”Sveriges maritima huvudstad i praktiken.”



Innovation möter kulturarv

Under slutet på 2020-talet börjar **Maritiman inrikta sig alltmer på ömsesidigt berikande partnerskap med nyckelaktörer såsom näringsliv runt Göteborgs och Göta älvs maritima kulturarv**. Steg för steg knyts allt fler viktiga aktörer närmare verksamheten, lockade av en önskan att äntligen kunna få visa och berätta om, alla de där viktiga skeendena i maritim historia och att göra det som en del av en större upplevelse och berättelse. **Maritiman utvecklar digitala format och sätt att knyta samman upplevelser på olika platser runt älven och hamnarna**, och börjar med tiden likna ett maritimt stadsnav där kulturarv, innovation och framtidsfrågor möts.

År 2040 utgör Maritiman en portal till älven som digitalt länkar samman stadens maritima upplevelser genom informativ försmak och planering, samt fysiskt sammanbinder olika platser genom turer och rutter. Besökare från hela Sverige blandas med göteborgare, och turister från utlandet med maritimt intresse.

Maritiman utgör en öppen och inbjudande plats för utforskande av maritima besöksmål där staden möter älven och där dåtid, nutid och framtid korsas i ett levande flöde av människor och berättelser. Många av fartygen som fanns under 2020-talet finns kvar som inledning på de olika berättelserna och turerna, där Maritiman utgör ett nav längs älven som binder samman stadens utveckling, digitalisering och berättelser. Här förenas historien om Göteborg som hamn- och varvsstad med framtidens havsproduktion, energi och transportlösningar.

Besökarens upplevelse – sinnliga och framåtblickande resor

En resa för alla sinnen: känna kall plåt, dofta tjära, och höra ljuden från varvet samtidigt som digitala lager av AR/VR öppnar upp framtidens maritima världar. Upplevelsen är både historisk och framåtblickande, från vikingatid till framtidens havsfrågor. Varje besök blir unikt, präglad av temporära utställningar, gästfartyg och nya samarbeten. En planerad aktivitet leder ofta till fler spontana upptäckter i området, där verandan mot vattnet fungerar som en social parkmiljö för både göteborgare och besökare.

Utställningar & berättelser – historia, nutid och framtid i dialog

- Gästhamn med tillfälliga fartyg och tematiska utställningar skapar återbesök.
- Historiska berättelser om försvar, handel, migration, varvsepoken och kunskapsstaden gestaltas genom många röster och sinnliga upplevelser.
- Framtidens havsproduktion – energi, transporter, kustbevakning, cirkularitet – får en framträdande plats.
- Testimonials från de som arbetat och levt med havet vävs in, vilket stärker autenticiteten.

Plats – omfång, historiskt och för alla

Ett centralt och historiskt förankrat läge vid älven gör stadsnavet lättillgängligt och synligt. Parkmiljöer på kajen fungerar som en ”veranda” där generationer möts. Ikoniska element som Kran 50 och närheten till gång- och cykelbron knyter samman stadsdelar och stärker kopplingen till varvsverksamheterna på andra sidan älven. Platsen blir en naturlig ingång till staden för turister och en självklar mötespunkt för göteborgare.

Samverkan – bredd och legitimitet genom partnerskap

- Partnerskap med föreningar, andra museer och maritima aktörer.
- Lån av fartyg och utställningar från andra marina museer.
- Samarbete med företag och forskningsaktörer för att förena kulturarv och innovation.
- Strategiska samarbeten med Tullhuset, Sjöfartsmuseet och regionala partners skapar bredd och förankring.

Digitalisering – lager på lager av upplevelser

Digitala plattformar som möjliggör fördjupning, tillgänglighet och långsiktiga relationer med besökare.

- Digitalisering av egna och andras samlingar.
- AR/VR förstärker de fysiska upplevelserna och gör historiska händelser levande

Passande inslag ifrån case study ((omvandlat för att passa i scenariot):

- **Full digital strategi:** Multilingual webb, AR/VR ombord, virtuella turer, internationella samarbeten.
- **Partnerskap med universitet och teknologiföretag:** Skapa ett labb för digital storytelling, koppla till innovationsekosystemet.
- **Nordiskt maritimt nätverk:** Digitala events och cross-ticketing stärker Göteborgs internationella position.
- **Restaurangen i biroll:** Restaurangen kan finnas som funktion, men inte i centrum – här är digital innovation och internationell profilering huvudnumret.

Motivering: Digital transformation förstärker identiteten som *ett nav för framtidens maritima kultur och innovation*, och öppnar internationella och virtuella kanaler som är nödvändiga för detta scenario.

Artefakter – permanenta dragplåster och tillfälliga gäster

- Nyare fartyg och äldre replikor.
- Permanenta dragplåster kombineras med tillfälliga gästande fartyg.
- Ett maritimt hus fungerar som bas för både artefakter och upplevelser.

Framgångsfaktorer – förankring och förnyelse

- En stark integration i stadens utvecklingsstråk, parkmiljöer och älvförbindelser.
- Partnerskap med både lokala, nationella och internationella aktörer.
- Kombinationen av kulturarv och innovation skapar unika upplevelser som inte finns någon annanstans.
- Digitala förstärkningar lockar nya målgrupper och bygger långsiktig relevans.
- Återkommande temporära inslag gör att ingen dag blir den andra lik.

1.7 Omröstning

Attraktivitet för besökare

Scenario 1: Den nya maritima destinationen: 14

Scenario 2: Det maritima vardagsrummet: 1

Scenario 3: Göteborgs maritima stadsnav: 10

Realistiskt att genomföra

Scenario 1: Den nya maritima destinationen: 0

Scenario 2: Det maritima vardagsrummet: 16

Scenario 3: Göteborgs maritima stadsnav: 5

Ekonomiskt hållbar verksamhetsmodell

Scenario 1: Den nya maritima destinationen: 1 (kommentar: deltagarna delade ovisshet kring hur modellen kommer se ut)

Scenario 2: Det maritima vardagsrummet: 15 (kommentar: relativt större visshet kring hur modellen kommer se ut då den troligen kommer att likna dagens som har en viss hållbarhet)

Scenario 3: Göteborgs maritima stadsnav: 3 (kommentar: deltagarna delade ovisshet kring hur modellen kommer se ut)

1.8 Scenario 1: Beslut och behov

Risker och möjligheter

- **Besökare – risker**
 - Sämre marknadsmässigt skulle kunna begränsa antalet besökare.
 - Försenad stadsutveckling kan försena etablering och försvaga publikflöden.
- **Plats – risker**
 - Sämre läge kan minska synlighet och tillgänglighet.
 - Svårigheter med markanvisning kan fördröja eller försvåra etablering.
 - Sjösäkerhetsutmaningar kan begränsa verksamheten.
- **Samverkan – risker**
 - Politiska beslut kan fördröja eller stoppa projektet.
 - Samverkansavtal kan falla eller förändras över tid.
 - Starkt beroende av andra aktörer skapar sårbarhet.
 - Otydlighet om vem som äger helheten kan skapa konflikter.

- **Innehåll – möjligheter**
 - Chans att börja om och ”ta bort färgen” – skapa något nytt från grunden.
 - Centralt och tillgängligt läge ger möjlighet att nå en bred publik.
 - Vitaliserar området och tillför ny energi till stadsrummet.
- **Digitalisering – möjligheter**
 - Möjlighet att testköra nya digitala lösningar och plattformar.
- **Artefakter – möjligheter**
 - Nya båtar och fartyg kan skapa en föränderlig och attraktiv upplevelse.
- **Artefakter – risker**
 - Kräver omfattande resurser att förvärva, underhålla och visa.
 - Risk för försämrade ekonomi om investeringar inte balanseras.

Åtgärder

Besökare

- Aktiv lobbying och förankring för att säkra stöd.
- Skapa en politiskt neutral position.
- Säkerställa resurser, vilja och finansiering.

Plats

- Genomföra omfattande infrastrukturinsatser, inklusive muddring.
- Hantera stora investeringar i förflyttning och etablering.

Samverkan

- Utveckla långsiktiga hyres- och affärsmodeller.
- Fördjupad samverkan med stad och näringsliv.
- Engagera starka aktörer som kan bidra till långsiktig stabilitet.

Innehåll

- Utveckla utifrån andra intressenters behovsanalys.
- Säkerställa tillräckliga resurser och tid.

Digitalisering

- Utveckla visualiseringar och digitala produkter längs älven.

Artefakter

- Utredda förutsättningar för flytt av fartyg (kostnad, infrastruktur).
- Utveckla nya koncept som vattenburen hop-on-hop-off.
- Test av båtar som en del av attraktionen.

Beslutspunkter

- Ny plats i ett större stadsutvecklingssammanhang.
- Investeringar i infrastruktur.
- Framtidsvision och ägardirektiv.
- Finansiering av etablering och långsiktig drift.
- Politiska beslut i kommunstyrelse, nämnder m.fl.
- Samarbetsavtal med Statens maritima museer, SOIC, Sjöfartsmuseet, Stadsmuseet, Gbg & Co, Higab m.fl.
- Klargörande av nationella intressen (t.ex. VGR, Aerozeum).

Vad krävs?

- Beslut i kommunstyrelse och berörda nämnder.
- Hållbar finansiering med statligt och regionalt ansvar.
- Ramverk och ägardirektiv som förankrar verksamheten nationellt.
- Tydliga samarbetsavtal och starka partners.
- Integrering i befintliga hållbarhets- och utvecklingsmål.

1.9 Scenario 2: Beslut och behov

Risker och möjligheter

- **Plats:** hög konkurrens och risk för att stora fartyg prioriteras.
- **Besökare:** inga tydliga risker, men ett behov av att kontinuerligt erbjuda attraktiva upplevelser.
- **Samverkan:** stor möjlighet att locka nya aktörer som i sin tur skapar återbesök.
- **Innehåll:** styrkan ligger i bredden och förankringen i vardagen.
- **Digitalisering:** kan komplettera analoga upplevelser och förstärka långsiktigheten.

Åtgärder

Plats

- Bygga infrastruktur för flexibilitet och mångsidig användning.

Digitalisering & berättelser

- Samarbeta med kulturliv, universitet och civilsamhälle.
- Skapa hybrida format och engelskspråkiga upplevelser.
- Samla och digitalisera berättelser från dagens göteborgare.

Artefakter

- Utveckla koncept kring deltagarnas båtar.
- Levandegöra berättelser och utställningar kopplade till fartygen.

Besluts punkter

- Detaljplan för långsiktig utveckling och stärkt maritimt kulturarv.
- Driftansvar för kajytan: stadsmiljö eller Maritiman?
- Beslut om muddring.
- Stora Tullhusets utveckling som publikt nav.
- Långsiktig placering av Barken Viking och Ostindiefararen i samverkan.
- Kajskjul 8 som del av helhetsupplevelsen.
- Projektägarskap och långsiktig samverkan i Västra Nordstan.
- Beslut om vattenverksamhet.
- Klargörande kring fri entré.

Vad krävs?

- Partners och aktörer som stärker utvecklingen.
- Långsiktigt stöd från stad och politik.
- Ekonomiska resurser och finansiering.
- Samverkan med civilsamhälle och föreningsliv.
- Öppna och tillgängliga mötesplatser.
- Kommunikation för att locka fler besökare.

1.10 Scenario 3: Beslut och behov

Risker och möjligheter – balans mellan vision och verklighet

Besökare

- **Risker:** För höga priser eller intern konkurrens kan minska tillgängligheten.
- **Möjligheter:** En stark affärsmodell kan skapa långsiktig hållbarhet och stabil ekonomi (inom ramarna för vad som kan förväntas av ett maritimt museum), ifall verksamheten har buy-in från andra resursstarka aktörer.

Plats

- **Risker:** Risk för bristande synlighet trots centralt läge.
- **Möjligheter:** Platsen har potential att bli stadens bästa vy i solnedgång och en naturlig ingång till Göteborg.

Samverkan

- **Risker:** Höga investeringskostnader och oklar finansiering. Risk för beroende av andra aktörer.
- **Möjligheter:** Partnerskap med forskning, företag och andra museer skapar både innehåll och legitimitet.

Innehåll

- **Risker:** Svårigheter att skapa ekonomisk bärighet i det innovativa. Risk för överlapp med Sjöfartsmuseet. Ett museum behöver kunna bestämma innehåll, så inte blir basun för något, vilket är viktigt att värna ibland partnerskap och samverkan i detta scenario.
- **Möjligheter:** Tydlig profil som förenar historia och framtid ger unika upplevelser.

Digitalisering

- **Möjligheter:** Kompletterar den fysiska upplevelsen och kan sprida platsens innehåll globalt.

Artefakter

- **Risker:** Kotsamma investeringar i fartyg och replikor.
- **Möjligheter:** Kombinationen av permanenta dragplåster och tillfälliga gäster driver återbesök.

Åtgärder

Innehåll

- Samarbeta med fartygsföreningar och innovativa aktörer.
- Ge Innerhamnen och Packhuskajen ett lyft.

Digitalisering

- Utveckla digitala plattformar och förstärkta AR/VR-upplevelser.

Artefakter

- Skapa en dynamisk kombination av permanenta och tillfälliga fartyg.

Funktioner

- Plattform för samverkan mellan universitet, företag och stad.
- Arena för internationella konferenser och innovationsevent.
- Utställningar och aktiviteter kopplade till havets framtid (hållbarhet, energi, mat, mobilitet).

Besluts punkter

- Beslut om lokalhyror och ny organisation.
- Detaljplan för området som stödjer besöksverksamheten.
- Klargörande om ägarskap av stadsnavet.
- Beslut om gång- och cykelbron.
- Beslut om detaljplan för Skeppsbron.
- Långsiktig affärsmodell med tydlig finansiering.
- Ny organisatorisk struktur med flera involverade aktörer.
- En övergripande kajstrategi och lokaliseringsutredning.

Vad krävs?

- Finansiering och resurser på ny nivå.
- Helt ny samverkansmodell med långsiktiga partnerskap.
- Delaktighet från universitet, näringsliv, staden, regionen och staten.
- Involvering av Försvarsmakten, MSB och maritima nätverk.
- Byggnation med återvunnet material och tydlig cirkulär profil.
- Hög innovationsgrad och krav på kvalitativa upplevelser.
- Synkronisering med andra stadsutvecklingsprojekt.
- Tydliggörande av Maritimans värde för staden och regionen.

1.11 Analys och jämförelse – gemensamma behov och skillnader

1. Vem tar helhetsgrepp och vad passar bäst i stadens utveckling?

Det gäller att bestämma vad som passar bäst i stadens utveckling – det som gäller att bestämma.

- **Scenario 1 (Den nya maritima destinationen):** Här är "vem" ganska top-down – beslut i kommunstyrelse, staten, regionen och starka privata aktörer. Helhetsgreppet är starkt institutionellt, vilket ger stabilitet men också risk för tungroddhet.
- **Scenario 2 (Det maritima vardagsrummet):** "Vem" är snarare många aktörer i nätverk – civilsamhälle, kulturaktörer, föreningsliv. Helhetsgreppet blir inkluderande, men fragmenterat om ingen tar projektägarrollen.
- **Scenario 3 (Den maritima huvudstaden / stadsnavet):** "Vem" är både staden, näringslivet, universitetet och nationella/internationella partners. Helhetsgreppet här är bredast och mest visionärt – men också det som kräver mest koordinering.

Relevans: Vem som tar ansvar och driver är helt avgörande – utan ett tydligt helhetsgrepp riskerar scenarierna att fastna i "parallella initiativ". Det är kanske den mest kritiska frågan av alla.

Som stiftelse har Maritiman idag stor frihet. Om t.ex. staden eller staten bestämmer, så följer att museet i sig har ett mindre oberoende.

Det är också viktigt att se till att undvika konkurrens med verksamheter som t.ex. Sjöfartsmuseet.

2. Ekonomiskt

- **Scenario 1:** Kräver stora initiala investeringar (muddring, flytt, infrastruktur). Risk: långsamma beslut, hög kapitalkostnad, beroende av politiska prioriteringar.
- **Scenario 2:** Ekonomiskt lättare att realisera, men med lägre intäktpotential om inte attraktionerna utvecklas. Kräver stabil grundfinansiering från staden → risk att stå på för svaga ben.
- **Scenario 3:** Har hög potential att generera intäkter (konferenser, internationella events, partnerskap). Men också risk att bli resurskrävande och inte få ihop affärsmodell i tid. Kan vara sårbart eftersom beroende av andra aktörer.

Relevans: Ekonomin styr genomförbarheten – både kortsiktigt (etablering) och långsiktigt (drift). Om modellen inte är hållbar riskerar satsningen att falla även om visionen är stark.

3. Beslut

- **Scenario 1:** Starka politiska beslut krävs (kommunstyrelse, statliga nivåer). Tydlig men tung beslutsväg.
- **Scenario 2:** Besluten handlar om detaljplan, drift av kaj, projektägarskap. Mer lokala beslut – men spridda på flera händer → risk för låsningar.
- **Scenario 3:** Beslut både på lokal, regional och nationell nivå (paket av detaljplaner, nya organisationer, avtal med universitet/försvar/näringsliv). Beslutsbilden är komplex, men i gengäld blir det mer kraft om den väl realiseras.

Relevans: Utan rätt beslut, på rätt nivå och i rätt ordning, blir inget scenario verklighet. Beslutsdimensionen avgör också tempot.

4. Resurser

- **Scenario 1:** Resurser = kapital + starka institutioner. Hög tröskel, men stor hävstång om det lyckas.
- **Scenario 2:** Resurser = kulturaktörer, civilsamhälle, publik. Mer mjuka resurser än hårda pengar. Risk att inte kunna växa om inte extern finansiering säkras.
- **Scenario 3:** Resurser = forskning, företag, internationella partners, innovation. Hög potential men kräver samordning på en ny nivå.

Relevans: Resurser handlar om både pengar och att mobilisera rätt slags kompetens och nätverk. Det avgör vilket scenario som kan skala och leva på sikt.

5. USP / Unikt

- **Scenario 1:** USP = fysisk förflyttning, nya destinationen, kraftfull symbol för stadens maritima historia.
- **Scenario 2:** USP = lågtrösklig mötesplats, vardagsrum för göteborgare, folkligt, tillgängligt.
- **Scenario 3:** USP = internationell hubb, innovation, kulturarv, maritimt nav med partners.

Relevans: Unikt behövs för att stå ut i konkurrens med andra attraktioner och stadsutvecklingsprojekt. Om USP:en inte är tillräckligt tydlig riskerar projektet att bli "ännu en arena".

6. Symbol / dragplåster

- **Scenario 1:** Dragplåster = flytten, nya platsen, stora skepp och installationer. Internationell symbol för Sverige, Göteborg och stadens historia.
- **Scenario 2:** Dragplåster = människor, berättelser, tillgänglighet, vardaglig relevans. Lokal symbol för folklighet och inkludering.
- **Scenario 3:** Dragplåster = kombination av internationella event, innovation och historiska fartyg. Nationell symbol för framtidens maritima Göteborg.

Relevans: Symbolvärdet avgör kommunikationen. En stark symbol kan dra resurser, partners och publik.

7. Trygghet och tillgänglighet

- **Scenario 1:** Trygghet kopplas till stora investeringar i infrastruktur och stadsutveckling. Risk: om platsen blir för mycket "öde kaj" mellan events → brist på vardagsliv.
- **Scenario 2:** Starkast koppling till trygghet/tillgänglighet genom vardaglig närvaro. Risk: utan tillräckligt innehåll blir platsen bara "en park" och då inte trygg kvällstid.
- **Scenario 3:** Trygghet byggs genom att vara en *blandad miljö* (forskning, företag, kultur, publik). Hög potential att vara levande året runt, men också risk för att bli för institutionell och tappa folklighet.

Relevans: Trygghet/tillgänglighet är ofta underskattad, men i praktiken avgör den hur människor rör sig, stannar och återvänder. En attraktion kan inte leva på evenemang ensam – vardagsliv och mixade funktioner behövs.

Gemensamma behov

- **Politisk förankring:** Alla scenarier kräver beslut i kommunstyrelse/nämnder och långsiktigt stöd från stad och region.
- **Finansiering:** Stabil finansiering och hållbar affärsmodell är kritiskt i alla tre.
- **Samverkan:** Starka partnerskap mellan stad, näringsliv, civilsamhälle och museer återkommer i alla.
- **Platsutveckling:** Alla scenarier bygger på en attraktiv, tillgänglig och integrerad kajmiljö.
- **Digitalisering:** Samtliga vill använda digitala berättelser och teknologier för att förstärka upplevelserna.
- **Artefakter:** Fartyg, både permanenta och tillfälliga, är centrala i samtliga scenarier.

Skillnader

- **Scenario 1:** Tyngst fokus på stora infrastrukturella investeringar och politiskt beslutsfattande. Mer nationell nivå.
- **Scenario 2:** Betonar civilsamhällets och föreningslivets roll samt frågan om fri entré och tillgänglighet. Betonar lågrösklighet, vardagsnära mötesplatser och civilsamhälle.
- **Scenario 3:** Mest framåtblickande – innovation, konferenser, cirkulär profil och internationella samarbeten. Nav-idén tydligast här, med framtidshav och navfunktion

Mest uppenbara överlapp

1. Tillgänglighet & integration med staden

- Alla tre scenarier kräver platser som är lättillgängliga, både fysiskt och symboliskt, och som knyter an till stadens stråk och flöden.

2. Samverkan är kritisk

- Politiska, ekonomiska, civilsamhälleliga och akademiska aktörer är avgörande för genomförande. Samtliga scenarier bygger på samverkan, även om fokus varierar (1: stad/näringsliv, 2: civilsamhälle, 3: innovation & nationellt).

3. Digitalisering som förstärkning

- Alla scenarier använder digitala lager för att förstärka upplevelsen, men i olika syften: berättande, hybridupplevelser eller innovation.

4. Historiskt och maritimt innehåll som grund

- Historiska fartyg, varvshistoria och Göteborgs maritima identitet återkommer i alla scenarier.

5. Försvar och information

- Maritiman en plattform som bättre kan nyttjas ur informationsperspektiv om försvar kring då, nu, och framåt i alla scenarier.

6. Återbesök och variation

- Flera temporära inslag (utställningar, fartyg, aktiviteter) är centralt för att skapa återbesök och dynamik.

7. Ekonomi och långsiktig hållbarhet

- Alla scenarier är i någon grad beroende av finansiering, tydlig affärsmodell och strategiska partnerskap. Att ta hand om maritimt arv i form av t.ex. underhåll av båtar kostar mer pengar än vad enbart biljettintäkter kan förväntas generera.

1.12 Resultat ifrån dialog 7 november

Upplägg

Dagen inleddes med besök på Maritiman då efter välkomnande samt inledande ord, projektkontexten och de 3 scenarierna presenterades för deltagarna. Under påföljande promenad till Chalmerska huset uppmuntrades deltagarna att fundera över frågan "Vad gillar ni inom respektive scenario?", vilket sedan diskuterades vid samtal runt bord fram till lunch.

Under samtalet efter lunch diskuterade deltagarna vidare runt punkten "Stadens, regionens och nationens vilja och ambitioner kring det maritima kulturarvet, Packhuskajen som plats i destinationen Göteborg" utifrån följande frågor och värdet för Stad - Region - Nation:

1. Vad värnar Maritima kulturarvet i respektive scenario?
2. Vad talar för placeringen i respektive scenario?
3. Vad behöver Maritiman vara för att bli långsiktigt framgångsrikt?
4. Vad skapas för identitet och attraktivitet av besöksmålet Maritiman?

Sammanfattade resultat ifrån samtal

Scenario 1. Den nya maritima destinationen

I deltagarnas ögon: Storskalig destination med spets. Stor satsning, identitetsbyggande.

Kärnidé/styrka som deltagarna såg: Skapa en tydlig, kraftfull destination som kombinerar maritimt och industriellt arv, med restauranger, lekplats och kvällsliv.

- **Styrkor:**

- Ger en stark dragningskraft och tydlig profil.
- Allt samlat på en plats - kraftsamling.
- Möjlighet att involvera Stena och andra företag - skapa synergier.
- Exponering av platsen och Göteborgs hamn som en viktig nod.

- **Krav:**

- Privat finansiering är nödvändig.
- Placering måste vara central (nära hotell, restauranger, kommunikationer).

- **Svagheter:**

- Orealistiskt p.g.a. enorm investering.
- Risk att bli för renodlat besöksnäringensfokus.

- **Spets att bevara:**
 - Näringslivskoppling, industri- och sjöfartshistoriskt stråk.
 - Kalla kriget-spåret som en unik del av innehållet.
- **Maritimt kulturarv:**
 - Kan stärka identiteten, men kräver helhetsperspektiv.
 - Risk att isoleras från staden vid för stor satsning.
- **Placering:**
 - Måste vara centralt för att dra folk.
 - Närhet till hotell, restauranger, kommunikationer och konsumtion.
 - Svårare att placera på Hisingen.
 - Kan det byggas på nuvarande plats?
- **Identitet och attraktivitet:**
 - Stark identitetsbyggare och förstärkare av Göteborgs maritima arv.
 - Kan bli en manifestation av stadens stolthet.

Scenario 2. Det maritima vardagsrummet

I deltagarnas ögon: Levande park och älvnära miljö, med lokal förankring och älvnära miljö.

Kärnidé/styrka som deltagarna såg: Utveckla en enklare, mer realistisk lösning som bygger på befintliga strukturer och lokalbefolkningens behov.

- **Styrkor:**
 - En park ger närhet till älven och stärker lokal identitet.
 - Inspiration från Köpenhamns Nyhavn → levande miljö.
 - Mer realistiskt och kostnadseffektivt.
- **Utvecklingsmöjligheter:**
 - Gör det vassare genom båtturer och hamnrörelse.
 - Möjliggör fler båtar och aktivitet.
- **Maritimt kulturarv:**
 - Utgår från det lokala och värnar lokal historia.
 - Risk att bli för ytligt och missa identitetsbyggande.

- **Placering:**
 - Drömmarnas kaj, Masthuggskajen, Tysklandsterminalen är centrala alternativ.
 - Möjliggör fler båtar och rörelse.
 - Fiskehamnens kaj behöver restaurering.
- **Identitet och attraktivitet:**
 - Fokuserar på det lokala – mindre utåtriktat.
 - Risk att inte skapa stark identitet.

Scenario 3. Det maritima stadsnavet

I deltagarnas ögon: Navet för maritim kultur och samverkan, Navet för helheten

Kärnidé/styrka som deltagarna såg: Skapa en knutpunkt som binder samman aktörer, attraktioner och framtidsfrågor.

- **Styrkor:**
 - Möjlighet att bli Göteborgs/Västkustens maritima centrum.
 - Maritiman kan ta rollen som samordnare för maritimt kulturarv.
 - Koppling till större infrastruktur (t.ex. Bohusläns museum).
- **Risker:**
 - Kan bli anonym om flöden och ägande inte är tydligt.
 - Risk för konkurrens om resurser.
- **Potential:**
 - Samverkan med Chalmers maritima fakulteter, GU:s havsforskning.
 - Framtidens havsfrågor, miljö och ny teknik får en plats.
 - Möjlighet att knyta ihop handel, ostindiska historien och framtiden.
- **Maritimt kulturarv:**
 - Om det går att genomföra → inkluderar hela Göteborg/Västkusten.
 - Flera aktörer involverade (t.ex. Bohusläns museum).
 - Möjlighet att skapa maritimt centrum eller flera samverkande centra.
- **Placering:**
 - Koppla till industrihistoria och södra älvstranden som helhet.
 - Tullpackhuset och nya bron – bygg inget nytt, nyttja befintliga strukturer.
 - Skapa öppna ytor utan entrébiljett, inspireras av Oslo/Köpenhamn.
 - Risk för blåsig och kallt → skapa "piazza"-känsla.
 - Hur gör vi platsen attraktiv året om?

- **Identitet och attraktivitet:**

- Kan bli ett nav för helheten – stark identitet.
- Möjlighet att manifestera Göteborgs maritima stolthet.

Allmänna tankar

Göteborg behöver en framtids scen – en plats som gör det möjligt att förstå var vi kommer ifrån, var vi befinner oss och vart vi kan vara på väg. En sådan plats kan knyta samman stadens och regionens historia och samhällsutveckling med nutid och framtid. Göteborg har redan fantastiska museer som visar upp dess historia, men saknar en levande och framtidsytande arena som, med historien integrerat som grund, kan stå värd för samtal om hur vi bygger framtidens Göteborg och Västsverige.

Stora Tullhuset vore en utmärkt plats för denna scen för den framåtblickande storstaden, där historien aktivt medverkar i att forma framtiden, och det finns möjlighet att knyta verksamheter som Maritiman dit.

Generella inspel (övergripande slutsatser och strategiska tankar)

Historien som resurs: Inte bara bevara, utan koppla till nutida näring och framtidsperspektiv.

Autenticitet: Besökarperspektivet kräver äkta innehåll och spets – inte bara ompaketering. Det maritima arvet kan i mycket högre grad prägla Göteborg och upplevelsen i centrum.

Maritiman som forum: Inte enbart museum, utan mötesplats med caféer, barer, aktiviteter och lärande.

Kopplingar: Akademi (Chalmers, GU), näringsliv, försvar, sjöfartskluster.

Finansiering: Privat-offentlig samverkan, statliga medel, EU Bauhaus-initiativ.

Attraktivitet: Skapa spontana besöksanledningar, fler intäktsströmmar, kommersiell hållbarhet.

Framtidsperspektiv: Elektrifiering, metallsegel, STEAM-koncept, gamification.

Samverkan: Sjöfartsmuseet, Varvshistoriska föreningen, Emigranternas hus, Marieholm.

Trender: Besökare vill ”göra” saker, inte bara titta → levande hamn, autentiska miljöer.

Exempel: Turbåtar till Vinga/Nya Älvsborg, flytande båtmässa, försvarsteknik från SAAB.

Tullhuset: Historiskt värde, Higa ser över idéer för publika verksamheter.

Navet-idén möjliggör att samla flera attraktioner under ett tak och skapa en dynamisk plattform för framtida utveckling.

Finansiering: Affärsmodeller måste tas fram. Exempel: SOIC Green Carrier. Statliga och EU-medel (Bauhaus-initiativet) är möjliga vägar.

Maritiman: Prime location – ska agera självsäkert, inte ”gå med mössan i hand”.

Tullhuset: Möjlig återställning med statliga medel, koppla till bred verksamhet.

Stadsutveckling vs besöksnäring: Scenario 3 lutar mot stadsutveckling, Scenario 1 mot renodlad besöksnäring.

Slutsats: Många diskuterade att det finns störst långsiktig potential i Scenario 3, men med spets från Scenario 1, vilket talade för en kombination av Scenario 1:s spets och Scenario 3:s navfunktion, med placering vid nuvarande läge eller nära Tullhuset (beroende på GC-bron).

Through our international collaboration programmes with academia, industry, and the public sector, we ensure the competitiveness of the Swedish business community on an international level and contribute to a sustainable society. Our 2,800 employees support and promote all manner of innovative processes, and our roughly 100 testbeds and demonstration facilities are instrumental in developing the future-proofing of products, technologies, and services. RISE Research Institutes of Sweden is fully owned by the Swedish state.

I internationell samverkan med akademi, näringsliv och offentlig sektor bidrar vi till ett konkurrenskraftigt näringsliv och ett hållbart samhälle. RISE 2 800 medarbetare driver och stöder alla typer av innovationsprocesser. Vi erbjuder ett 100-tal test- och demonstrationsmiljöer för framtidssäkra produkter, tekniker och tjänster. RISE Research Institutes of Sweden ägs av svenska staten.



RISE Research Institutes of Sweden AB
Box 857, 501 15 BORÅS
Telefon: 010-516 50 00
E-post: info@ri.se, Internet: www.ri.se

Framsyn och Strategi

Förord till Maritimans femårsplan Kompass 2030 2.0

Kompass 2030 2.0 är en vidareutveckling av Maritimans femårsplan Kompass 2030.

Det senaste årets händelser och den uppmärksamhet som Maritiman erhållit inte minst från politiken under 2025 gör att vi nu tar ett steg till och prissätter våra visioner.

Uppdateringen består i huvudsak av att

- underhållsplanen för såväl fartyg som anläggning förstärks ytterligare
- en ny basutställning av världsklass i ett Maritimans Hus produceras under 2027
- driftkostnader för basutställningen bl a personal budgeteras

Basutställningen syftar till att inte bara lyfta Maritiman utan även bidra till att stärka Göteborg och regionen som destination, och kan förhoppningsvis delfinansieras med donationer.

Femårsplanen presenteras med en modell som syftar till att peka på storleken av de satsningar vi vill göra, samt påvisa det behov av ytterligare ekonomiskt stöd som krävs inledningsvis för att sedan minska i takt med Maritimans utveckling.

Dessa ytterligare stöd redovisas på allra sista raden i Resultatanalysen och på raden *Ytterligare stöd & bidrag enligt resultatanalys* i likviditeten.

Den kanske enskilt viktigaste frågan för Maritiman såväl på kort som lång sikt är behovet av underhållsmuddring i området mellan Packhuskajen och farleden. En förutsättning för att vi skall kunna gå på varv med ubåten Nordkaparen och Jagaren Småland. Dessutom en förutsättning för att exempelvis Ostindiefararen Götheborg och Barken Viking skulle kunna ansluta till den framtida destination som Maritiman kan stå som värd för, ett scenario som kittlar och lockar fler än oss.

Göteborg den 5 januari 2026

Per Kärnman

Maritiman

Kompass 2030 2.0 - Resultatanalys

tkr

Fast penningvärde

År	P4-2025	B-2026	2027	2028	2029	2030
Entréintäkter	4 648	5 109	8 859	12 273	16 253	16 545
<i>Antal besökare</i>	<i>36</i>	<i>42</i>	<i>60</i>	<i>93</i>	<i>110</i>	<i>112</i>
<i>Varav betalande</i>	<i>33</i>	<i>36</i>	<i>45</i>	<i>71</i>	<i>84</i>	<i>85</i>
Hysesintäkter	375	0	0	0	0	0
Stöd & Bidrag	9 372	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000
Stöd Göteborgs kommun	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000
Verksamhetsbidrag- SFHM	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Rörelsebidrag-regionen	0	0	0	0	0	0
Projektbidrag	372	0	0	0	0	0
Basutställning	0	0	24 000	0	0	0
Övriga intäkter	130	80	70	70	70	70
<i>S:a intäkter</i>	<i>14 525</i>	<i>14 189</i>	<i>41 929</i>	<i>21 343</i>	<i>25 323</i>	<i>25 615</i>
Hyreskostnader	-271	-536	-1 157	-1 108	-1 108	-1 108
Reparation och underhåll	-627	-1 300	-3 640	-3 640	-3 640	-2 730
Periodiskt underhåll	-1 314	-2 700	-1 950	-3 250	-3 250	-6 500
	DB & övr	Ubåten NK	Hugin	Tuss & Kalmarsund	Sölve & Flodsprutan	Småland
Basutställning	0	0	-24 000	-2 300	-2 300	-2 300
Personalkostnader	-6 335	-6 912	-8 449	-8 718	-8 718	-8 718
Övriga driftskostnader	-6 024	-5 417	-6 177	-6 339	-6 348	-6 357
	Fsg fryken-900 tkr					
<i>S:a kostnader</i>	<i>-14 571</i>	<i>-16 865</i>	<i>-45 373</i>	<i>-25 355</i>	<i>-25 364</i>	<i>-27 713</i>
Avskrivningar	-519	-598	-858	-858	-858	-858
Finansiella poster	0	0	-135	-122	-108	-95
<i>Resultat före bokslutsdisp</i>	<i>-565</i>	<i>-3 274</i>	<i>-4 437</i>	<i>-4 992</i>	<i>-1 007</i>	<i>-3 051</i>
Avsättning framtida underhåll	-1 045	-1 045	-2 000	-2 000	-2 000	-2 000
Återföring överavskrivningar	1 314	2 700	1 950	3 250	3 250	6 500
Resultat	-296	-1 619	-4 487	-3 742	243	1 449
Kassa UB	6 154	2 482	-2 169	-92	5 513	5 583
<i>Varav reserverat för framtida underhåll</i>	<i>8 605</i>	<i>6 950</i>	<i>7 000</i>	<i>5 750</i>	<i>4 500</i>	<i>0</i>
Investeringar	-576	-1 355	-6 500			
P4-2025	Infrastruktur anläggning					
B-2026	Maritimans Hus (1 200 tkr) m m					
2027	Ny flytbrygga (6 500 tkr, varav 2 000 tkr i egen insats)					
Önskad vinst 10% av omsättning			1 793	2 134	2 532	2 562
Resultat efter bokslutsdisp enl ovan			-4 487	-3 742	243	1 449
Behov av ytterligare stöd & bidrag			6 280	5 876	2 289	1 113

Kompass 2030 2.0 - Underhållsplan 2025 - 2034

[illegible]

Stormprincess

Varvsbesök (2021) (Periodiskt underhåll)

250

Tuss

Varvsbesök (2015) (Periodiskt underhåll)

250

Kalmarsund

Varvsbesök (2016) (Periodiskt underhåll)

250

Summa periodiskt underhåll

1 000

2 700

1 500

2 500

2 500

5 000

250

0

0

0

Generell ökn 30% (Periodiskt underhåll)

1 000

2 700

1 950

3 250

3 250

6 500

325

0

0

0

Löpande underhåll övriga fartyg

200

200

200

200

200

200

200

200

200

200

Övrigt kopplat till löpande underhåll

100

100

100

100

100

100

100

100

100

100

Förtöjningar

Inspektion förtöjningar

Landgång, underhåll

Förtöjning och dyktalber

Elarbeten

Besöks-/verksamhets-/anläggningsutveckling

500

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

Summa löpande underhåll

800

1300

2800

2800

2800

2100

2800

2800

2800

2800

Generell ökn 30% (Löpande underhåll)

800

1 300

3 640

3 640

3 640

2 730

3 640

3 640

3 640

3 640

Investering

Flytbrygga

6 500

Kompass 2030 2.0 - behov likviditet periodiskt underhåll

Maritiman	2025	2026	2027	2028	2029
periodiskt UH	-1 000	-2 700	-1 950	-3 250	-3 250
UH-konto IB	8 560	8 605	6 950	7 000	5 750
UH-konto insättning	1 045	1 045	2 000	2 000	2 000
UH-konto UB	8 605	6 950	7 000	5 750	4 500

2030	2031	2032	2033	2034
-6 500	-325	0	0	0
4 500	0	1 675	3 675	5 675
2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
0	1 675	3 675	5 675	7 675

Kompass 2030 2.0 - likviditet
(belopp i tkr)

2025-01-05

Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum 855101-7075

År

Maritiman
2025-2030

Period

helår

	P4 2025	B-2026	2 027	2 028	2 029	2 030	Summa
Verksamhet-besökare	26	3 877	6 180	9 065	12 086	12 328	43 562
Verksamhet-övrigt	82	1 561	3 291	3 896	5 028	5 085	18 943
Basutbetalning	0	0	24 000	0	0	0	24 000
Stöd & bidrag	0	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	45 000
Övriga inbetalningar	630	0	0	0	0	0	630
Summa inbetalningar	738	14 438	42 471	21 961	26 114	26 419	132 135
Driftkostnader	-1 195	-6 806	-35 695	-12 785	-12 794	-11 836	-81 111
Hyreskostnader	-64	-717	-1 231	-1 179	-1 179	-1 179	-5 549
Förskräningar	-30	-250	-260	-260	-260	-260	-1 320
Periodiskt underhåll	-1 191	-2 842	-2 074	-3 457	-3 457	-6 914	-19 935
Lönkostnader	-1 151	-6 911	-8 449	-8 718	-8 718	-8 718	-42 665
Preliminär F-skatt	-26	-156	-156	-156	-156	-156	-808
Skattekontobetalningar	0	999	3 455	983	737	976	7 130
Övriga utbetalningar	0	0	0	0	0	0	0
Summa utbetalningar	-3 667	-16 683	-44 410	-26 692	-25 827	-28 087	-144 256
LIKVIDITET FRÅN DRIFT	-2 919	-2 245	-1 939	-3 631	267	-1 674	-12 121
Finansiella inbetalningar	10	10	10	10	10	10	60
Finansiella utbetalningar	-4	-10	-595	-582	-568	-555	-2 514
Summa finansiella poster	6	0	-585	-672	-558	-545	-2 254
CASH FLOW	-2 913	-2 245	-2 524	-4 203	-271	-2 219	-14 975
Investering	-585	-1 427	-2 127	0	0	0	-4 139
Summa	-585	-1 427	-2 127	0	0	0	-4 139
LIKVIDITETSFÖRÄNDRING	-3 498	-3 672	-4 651	-4 203	-271	-2 219	-18 614
Kassaöverskott	9 652	6 154	2 482	4 111	5 784	7 802	9 652
Likviditetsförändring	-3 498	-3 672	-4 651	-4 203	-271	-2 219	-18 614
Kassaöverskott UB	6 154	2 482	-2 169	-92	5 513	5 583	-8 862
Ytterligare stöd & bidrag enligt Resultatanalys			6 280	5 876	2 289	1 113	15 558
Kassaöverskott UB		2 482	4 111	5 784	7 802	6 996	6 996
Ej utnyttjade kreditlöften (limit)	500	500	500	500	500	500	500
Total likviditet	6 654	2 932	4 611	6 284	8 302	7 196	7 196

Januari 2026 – längst ner i dokument har vi kompletterat med information kopplat till ekonomimaterialet Kompass 2030 2.0.

Maritiman 2025-2030

Denna plan är framtagen hösten 2024, uppdaterad hösten 2025. Den behandlar i huvudsak fartygen, anläggningen och övergripande ekonomi. Skall kompletteras med bl a info om målgrupper, översyn av vissa delar i driften av verksamheten.

Inledning, syfte och vision är taget från den nuvarande verksamhetsplanen.

Inledning

Maritiman är inte bara geografiskt placerat i hjärtat av Göteborg utan har förutsättningarna att vara just det som faktiskt utgör Göteborgs hjärta; en plats där man kan känna, se och uppleva Göteborgs identitet som hamnstad – ur både ett kulturellt och historiskt perspektiv men också som den plats som uppfyller göteborgarnas önskan om att komma nära vattenlinjen.

Vår affärsidé är att på ett effektivt och lönsamt sätt vårda det maritima kulturarvet samt att bedriva ett maritimt upplevelsecentrum för både regionens invånare och turister. Med Kalla kriget som motor bygger vi kunskap om historien, både besöksdrivet och digitalt. Våra fartyg, tillsammans med utställningsverksamheten berättar om dåtiden men ger också kunskaper om hur vi stärkta av historien kan hantera framtiden.

Maritiman står nu inför en brytpunkt där framtiden behöver planeras noggrant för att möta ekonomiska utmaningar och säkerställa en hållbar verksamhet. Denna strategiplan skall syfta till att hantera de finansiella osäkerheterna och stärka Maritiman som en del av Göteborgs kulturella arv, både för regionens invånare och dess besökare.

Vårt syfte och vision

Högre syfte: Historiska konflikter lär framtiden

Vision: En förstående värld för kommande generationer.

Genom att levandegöra berättelserna från förr och översätta dem till nuet så kan vi inspirera våra besökare att se framåt. Genom att låta dem navigera bland maritima händelser så kan vi hjälpa dem att skapa upplevelser som klibbar fast. Precis som tjära.

Ekonomisk utmaning på kort sikt

Maritiman står inför flera ekonomiska utmaningar:

Förlust av cirka 2 miljoner kronor per år på grund av förlorade intäkter från andrahandsuthyrningen av Kajskjul 8 när Älvstranden infört marknadshyra på vårt hyresavtal för Kajskjul8 från och med januari 2025.

Dialog förs med Staden för att försöka få kompensation för den förlorade intäkten. En överenskommelse med Staden är avgörande för att säkerställa Maritimans fortsatta verksamhet. Om detta inte uppnås är nedläggning ett alternativ som måste övervägas.

Övrig extern påverkan på kort sikt

Under säsongen 2025 hade vi fortfarande Skanskas etableringsområde för kajrenoveringen framför oss med utmaningen med synlighet och tillgänglighet.

Inför säsongen 2026 kommer etableringsområdet ha flyttat ett steg närmare Göteborgs Operan och vi kommer förhoppningsvis få en bättre synlighet för förbipasserande och lättare att hitta för gästen som har Maritiman som mål.

Vi har arrendeavtal som löper till 2026-12-31.

Fartygsflottan

Ledningen på Maritiman, tillsammans med Per Kärnman har utarbetat ett förslag på vilka fartyg som är centrala att bevara långsiktigt.

Detta utkast på vilka fartyg som bör vara kvar i flottan är mycket översiktligt gjord och behöver fördjupas innan ytterligare steg tas.

Följande förslag har vi kommit fram till:

Fartyg att behålla:

- Jagaren Småland
- Ubåten Nordkaparen
- Färjan Dan Broström
- Patrullbåten Hugin
- Monitoren Sölve

Fartyg att behålla men med ny affärsmodell:

- Herkules. Föreningsägd. De bör stå för kajhyra samt elkostnad för fartyget
- ESAB IV. Föreningsägd. De bör stå för kajhyra samt elkostnad för fartyget

Utbyte:

- Ny entrébrygga – vi ser över möjligheten att ersätta pråmen med en ny flytbrygga inför säsongen 2027.

Eventuellt:

- Flodsprutan. Tveksam på lång sikt. (Ägs av Göteborgs Stad)

Inte behålla:

- Fryken – I december 2025 bogserades Fryken till Fredrikshamn för återvinning.
- Kalmarsund - Får inte plats inom det arrendeavtal vi har idag
- Tuss
- Stormprincess

Nästa steg:

- Undersöka möjligheten till försäljning av Kalmarsund, Tuss, Stormprincess.
- Sammanställa kostnader och handlingsplan inför en dialog med Herkules och ESABs föreningar.

Prioritering av varvsbesök

- Dan Broström – varvsbesök december 2025/jan 2026
- Nordkaparen 2026
- Hugin efter säsongen 2027
- Småland efter säsongen 2030

Historiskt har det i organisationen och Maritmans styrelse diskuterats möjligheten till externa parter som kan delfinansiera varvsgående, söka bidrag samt gåvor.

Anskaffning av flytbrygga eller nya pråmar

Vi behöver anskaffa ersättningslösningar för pråmarna Ada 1 och Ada 2. De är i mycket stort behov av att behöva bytas ut.

Säsongen 2026

Till säsongen 2026 skall kajrenoveringen i vårt område vara klar och byggarbetsplatsen är borta. Innebär bättre synbarhet och ett fint kajstråk.

Ett arbete pågår med att ta fram förslag på hur vi på bästa sätt förtöjer fartygen och får en besöksvänlig anläggning. Den nya kajen har ett högre läge och våra landgångar behöver ha en attraktiv lösning som inte är för brant för gästen att ta sig ombord. Vi behöver också långsiktigt utveckla stråket på kajen tillsammans med andra aktörer i området. Föreningen Södra Älvstrandens Näringsliv, dess medlemmar och staden är naturliga parter.

Säsongen 2027-

Från och med säsongen 2027 inriktas Maritmans utveckling på etableringen av Maritmans Hus – en landbaserad byggnad som möjliggör året runt verksamhet. Maritmans Hus skapar förutsättningar för interaktiva utställningar, förbättrad gästservice, utökad skolverksamhet samt nya intäktsmöjligheter som stärker verksamhetens egenfinansiering och långsiktiga ekonomiska hållbarhet.

Stora Tullhuset bedöms vara det mest ändamålsenliga alternativet för etableringen. Maritiman är samtidigt öppen för samverkan med organisationerna SOIC och VIC i utvecklingen av Maritimans Hus, i syfte att skapa innehållsliga och operativa synergier. Parallellt förs dialog om möjligheten att Green Carrier placerar Ostindiefararen i direkt anslutning till Maritiman, vilket ytterligare skulle stärka områdets maritima profil och attraktionskraft.

Ett utökat engagemang från Statens Maritima Museer samt Västra Götalandsregionen är också långsiktiga mål för att stärka museets finansiella och kulturella bas.

Risikanalys

Några av de största riskerna för Maritiman:

Finansiella risker: Bristande kompensation från staden kommer leda till likviditetsproblem

Underhåll av fartyg: Omfattande underhållskostnader kan påverka ekonomin.

Arrende: Ettåriga arrendeavtal med staden.

/Maritiman 2024-10-23. Uppdaterad 2025-11-27 samt 2025-12-22.

Kommentarer till femårsplanen Kompass 2030, Maritiman

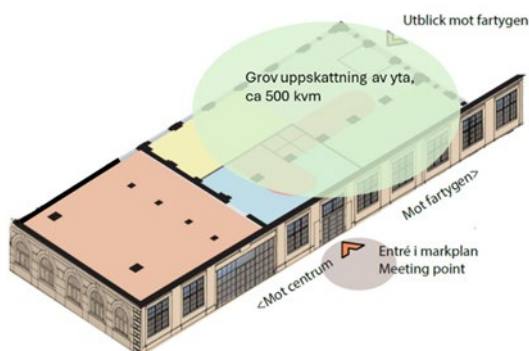
Historiskt har Maritiman erhållit ekonomiskt bidrag från Staden via Kulturnämnden. Sedan 2026 tilldelas det via Göteborg & Co. Det har utöver det ekonomiska bidraget bl a inneburit att vi under året fått en stöttning av Göteborg & Co i form av bra dialog, kunskapsinhämtande workshops om framtida möjligheter för Maritiman.

Kompass 2030 uppdaterad till Kompass 2030 2.0

Som en del i arbetet har vi gjort en uppdatering av vår femårsplan - Kompass 2030 där vi har prissatt våra visioner (benämns Kompass 2030 2.0). De kan delas upp i två delar, en del som är en etablering i del av Stora Tullhuset som möjliggör året runt verksamhet samt en uppgradering av anläggningen och fartygsflottan. Justeringarna beskrivs i korthet nedan:

Året runt verksamhet med basutställning i Stora Tullhuset

I workshopsarbetet med Göteborg & Co, under ledning av RISE, är ett av scenarierna som man starkast tror på att utveckla en basutställning i Stora Tullhuset med fartygen någonstans längs kajen där flera möjligheter finns. Det är ett scenario som Maritiman också arbetat med under flera år. Det ger oss bl a en möjlighet till året runt verksamhet och att bredda vår målgrupp.



- Basutställning av världsklass i Stora Tullhuset. Produktion sker under 2027 och invigning april 2028.
- Finansiering sker delvis genom donationer.
- Besökssiffrorna ökar från 2026 och vid 2028 beräknas de vara ca 90.000 besök för att senare passera 100.000 besök. (2026 budget 42.000 besök)
- Driftskostnaderna justeras för denna nya verksamhet.
- Utställningen behöver uppdateras vart fjärde år för att hållas attraktiv, skapa såväl nya besök som anledning att återkomma.

Attraktiv anläggning och fartyg

- För att ge besökare en ännu bättre upplevelse på sikt fortsätter anläggningen att utvecklas och uppgraderas. Utvecklingen omfattar både fysiska och digitala inslag som sammantaget förstärker upplevelsen av anläggningen och fartygen. Exempel på fysiska förbättring är nya flytbryggor/pråmar mellan fartygen.
- Parallellt vidareutvecklas och förstärks underhållsplanen för fartygen för att säkerställa en hög och långsiktigt hållbar standard samt en starkt upplevelsemässig kvalitet för besökarna.

- Särskilt fokus på ubåten Nordkaparen och jagaren Småland, som redan i dag utgör anläggningens två starkaste publikmagneter. De bedöms ha en tydlig potential för vidare utveckling, där riktade insatser kan höja besöksupplevelsen ytterligare och därmed stärka anläggningens attraktivitet.

Ekonomiskt resultat över tid

För att upprätthålla en god och balanserad ekonomi i verksamheten över tid har vi som målsättning att uppnå ett årligt resultat på 10% av årsomsättningen.

/Maritiman 5 januari 2026

Samverkansaktörer

Styrgrupp

Maritiman
Maritiman
Maritiman
Maritiman
Göteborg & Co
Göteborg & Co
Göteborg & Co
Göteborg & Co

Samtalstillfälle (250825)

Syfte att tillvara ta Maritimans framarbetade material och verksamhetsplan samt att ta fram en SWOT-analys inför kommande samtalstillfällen. Samtal arrangerades internt på Göteborg & Co med kollegor och expertis från bolaget.

Deltagare

Chef Näringslivsgruppen
Enhetschef PR och Media
Team PR & Inhouse
Press & PR
Evenemangsutveckling
Enhetschef Besöksservice
IT-ansvarig
Projektledare Näringslivsgruppen
Enhetschef Evenemangsutveckling
Projektledare Näringslivsgruppen
Kommunikationsstrateg
Enhetschef Marknad & Kommunikation
Chef Marknad & Kommunikation
Besöksservice
Hållbarhetsstrateg
Analytiker
Analytiker
Miljöspecialist
Processledare
Strategisk Utvecklingsledare
Chef Destinationsutveckling

samt Följeforskare via Centrum för Turism, Handelshögskolan, Göteborgs universitet

Samtalstillfälle (250827)

I samverkan med berörda samverkansaktörer utforskades hur Maritiman kan utvecklas till 2040, genom att förstå vad som kan tänkas hända på lång sikt med Maritiman, i närområdet och i staden. Experter från RISE faciliterade mötet, framarbetade scenarion och sammanställde material som blev underlag till nästa steg.

Deltagare

Maritiman, Marknadschef
Maritiman, Verksamhetsansvarig
Maritiman, Konsult och adjungerad styrelseledamot
Maritiman, Pedagogiskt program & guideverksamhet
Maritiman, Styrelseledamot
Länsstyrelsen, Regional utvecklingsstrateg
Higab, Utvecklare kulturmiljöer
Green Carrier, Chef för projektledning
Kajskjul 8, VD
SOIC, Chef Affärsutveckling
SOIC, Driftchef
Strawberry, VD
Business Region Göteborg, Företagslots
Enhetschef Besöksservice
Enhetschef Marknad & Kommunikation
Chef Marknad & Kommunikation
Processledare
Strategisk Utvecklingsledare
Chef Destinationsutveckling

Samt experter via RISE

Samtalstillfälle (250916)

I breddad samverkan med berörda samverkansaktörer vidareutvecklades scenarion för hur Maritiman kan utvecklas till 2040, genom att förstå vad som kan tänkas hända på lång sikt med Maritiman, i närområdet och i staden. Experter från RISE faciliterade mötet och sammanställde material som blev underlag till strategiska samtal mellan stad, region och nation.

Deltagare

Maritiman, Marknadschef
Maritiman, Verksamhetsansvarig
Maritiman, Konsult och adjungerad styrelseledamot
Maritiman, Pedagogiskt program & guideverksamhet
Maritiman, Ledamot
Maritiman, Styrelseordförande
Maritiman, Valberedning, Ordförande huvudmannaråd
Länsstyrelsen, Länsledningens kansli
Älvstranden utveckling
Älvstranden utveckling
Higab, Utvecklare kulturmiljöer
Green Carrier, Chef för projektledning
SOIC, Chef Affärsutveckling
SOIC, Driftchef
Kajskjul 8, VD
Strömman, Affärsområdeschef Göteborg & Göta Kanal
Strawberry, VD
Exploateringsförvaltningen
Stadsbyggnadsförvaltningen
Stadsbyggnadsförvaltningen
Stadsbyggnadsförvaltningen
Kulturförvaltningen
Business Region Göteborg, Företagslots
Enhetschef Besöksservice
Xperience Next
Enhetschef Marknad & Kommunikation, Göteborg & Co
Processledare, Göteborg & Co
Strategisk Utvecklingsledare, Göteborg & Co
Chef Destinationsutveckling, Göteborg & Co
Samt experter via RISE

Strategiska samtal (251107)

I samverkan med Länsstyrelsen samlades nyckelaktörer i staden, regionen och på nationell nivå för dialog om Maritimans framtid i ett större sammanhang.

Deltagare

Göteborgs Stad

Higab	Direktör
Business Region Göteborg	Direktör
Kulturförvaltningen	Direktör
Göteborg & Co	Direktör
Kommunstyrelsen	Kommunalråd

Västra Götalandsregionen

Kulturförvaltningen	Regionutvecklare kultur
---------------------	-------------------------

Försvarsmakten

Göteborgs garnison, Amf 4	Överstelöjtnant, Chef Amf 4
---------------------------	-----------------------------

Statliga museer

Statens försvarshistoriska museer	Chef för Marinmuseum
-----------------------------------	----------------------

Näringsliv

Green Carrier	Styrelseordförande
Sena AB	Chef, Samhällsrelationer och hållbarhet
Västsvenska Handelskammaren	Biträdande näringspolitisk chef
Volvo Car Group	Vice President

Akademi

Göteborgs universitet	Universitetslektor
Centrum för tursim	

Maritiman

Styrelsen	Styrelseledamot
Valberedningen	Ordförande huvudmannaråd

Länsstyrelsen Västra Götaland

Länsledningen	Landshövding
Kulturmiljöenheten	Länsantikvarie
Länskansli	Protokollansvarig

RISE – Moderatorer

Framsyn och strategi	Expert
Framsyn och strategi	Expert

Göteborg & Co

Destinationsutveckling	Processledare
Destinationsutveckling	Strategisk utvecklingsledare
Destinationsutveckling	Chef Destinationsutveckling

Övriga berörda samverkansaktörer

Intervjuer och samtal (oktober-december)

Ordförande Västsvenskt Industrihistoriskt Center
Västsvenskt Industrihistoriskt Center
Emigranternas Hus
Varvshistoriska Föreningen
Göteborgs Maritima Centrum
Humormuseum
Göteborgskvinnor i rörelse
Industrihistoria väst
Turistrådet Västsverige
Hamnkaptén Göteborgs Hamn
vice hamnkaptén Göteborg Hamn
Kulturförvaltningen
Higab
Higab
Business Region Göteborg
Strömma
Västra Götalandsregionen
Maritiman
Stadsmiljöförvaltningen
Exploateringsförvaltningen
Stadsbyggnadsförvaltningen
Stadsbyggnadsförvaltningen

Samtalstillfälle (251017)

Workshop om Upplevelsecenter kring Göteborgs DNA (Tullpackhusinitiativet):

Deltagare

Ordförande Västsvenskt Industrihistoriskt Center
Västsvenskt Industrihistoriskt Center
Emigranternas Hus
Varvshistoriska Föreningen
Göteborgs Maritima Centrum
Humormuseum
Göteborgskvinnor i rörelse
forskare, västsvensk industrihistoria
Älvstranden utveckling
Business Region Göteborg
Turistrådet Västsverige
Lindholmen Innovation District (Science Park)
Svenska Humorföreningen
Göteborg & Co, Marknad och kommunikation
Göteborg & Co, Besöksservice
Innerstaden Göteborg
Xperience Next
Higab
Göteborg & Co, chef Destinationsutveckling
Samt experter från Kistone



ETT NYTT VÄSTSVENSKT UPPLEVELSECENTER I GÖTEBORG

EN RAPPORT 2025-11-17

INGRESS

Göteborg har en särpräglad historia som i mångt och mycket inbegriper hela Västsverige, inte minst tack vare regionens helt unika industriarv. Denna historia är väl värd att berätta för alla göteborgare, västsvenskar och övriga som besöker vår stad. Det är detta som denna rapport tar fasta på.

Bakgrunden till rapporten är ett initiativ från det så kallade Tullpackhusinitiativet. Vi har därför gjort djupintervjuer med följande medlemmar från detta initiativs styrgrupp: Hans Nilsson (Varvshistoriska föreningen); Monica Pålsson (Göteborgskvinnor i rörelse); Per Kärnman (Maritiman); Roger Bodin (Emigranternas hus); Sten-Åke Lyngstam (Västsvenskt Industrihistoriskt Center/VIC); Stig Hakner (VIC); Sture Hegerfors (Humormuseet). Därtill har även Therese Brusberg, chef för Destinationsutveckling på Göteborg & Co, och Mats Sjölin, ordf. Industrihistoria i Väst, intervjuats.

Därefter har Therese Brusberg bjudit in till en workshop på Göteborg & Co den 17 oktober 2025. Förutom den nämnda styrgruppen ovan, deltog följande personer på denna workshop: Christer Ahlberger (prof. emeritus i historia); Martin Nilbo (Älvstranden utveckling); Rasmus Heyman (BRG), Gunilla Davidsson (Turistrådet Västsverige); Anna Hagström (Lindholmen Innovation District, Science Park); Thomas Johnsson (Svenska Humorföreningen); Elvira Sandell (Göteborg & Co, Marknad och kommunikation); Maria Lindblom (Göteborg & Co, Besöksservice); Erika Kern (Innerstaden Göteborg); Katrin Amberntsson (Xperience Next); Cina Casparini (Higab) samt Sofia Goussi Johansson (Göteborg & Co).

Denna rapport är en sammanfattning av våra intervjuer och vår workshop, samtidigt som den kan ses som en fortsättning på den förstudie som vi har genomfört tidigare (se bakgrunden nedan). Syftet med rapporten är att den ska utgöra ett underlag för en fortsatt dialog, med intressenter och beslutsfattare, kring ett nytt upplevelsecenter i Göteborg. Fokus i rapporten ligger på innehåll och koncept – den exakta platsen och specifika byggnaden har vi den här gången lämnat därhän.

Det är vår stora förhoppning att vi i en framtid ska få uppleva ett center som fångar Göteborgs själva själ, dess unika arv, samtidigt som det kan aktivera besökare från när och fjärran att skapa framtidens historia på platsen.

Göteborg 2025.11.17

David Anthin & Katarina Tideström



BAKGRUND

”Det finns en helt unik industriell jordmån i Västsverige,
med ett alldeles speciellt ’mycel’ som vi behöver utforska.”

(Christer Ahlberger, professor i historia)

År 2018 blev vi på Kistone kontaktade av en intressegrupp för ett Varvs- och industrihistoriskt center i Göteborg. Christer Ahlberger, professor i historia vid Göteborgs universitet och ledande expert på västsvensk industrihistoria, var också inkopplad. Med medel från VGR:s kulturnämnd samt ett mindre privat bidrag, tog vi gemensamt fram en förstudie med ett koncept. Detta koncept har sedan intressegruppen, nu omvandlad till föreningen Västsvenskt Industrihistoriskt Center (VIC), använt sig av för att få gehör både hos de stora industriföretagen och hos politiken i Göteborg och VGR (se bilaga 1).

Responser inom industrin var mycket positiv och även politiken var initialt välvilligt inställd. Dock strandade projektet efter ett antal turer i de göteborgska maktkorridorerna. Men VIC gav inte upp, utan hittade fler vänner i staden och genom detta vidgades samtidigt perspektiven. Tillsammans med Roger Bodin, Emigranternas Hus; Hans Nilsson, Varvshistoriska Föreningen; Per Kärnman och Frida Svensson, Göteborgs Maritima Centrum; Sture Hegerfors, initiativtagare till ett Humormuseum och Monica Pålsson, Göteborgskvinnor i rörelse, bildades det så kallade Tullpackhusinitiativet med syftet att skapa ett unikt Evenemangscenter i Göteborg.

Under 400-årsjubileet hade VIC haft en levande dialog med Therese Brusberg på Göteborg & Co. Nu tog den nya grupperingen kontakt på nytt med Therese och bjöd in både henne och bolagets Vd, Peter Grönberg, till ett möte. Efter detta möte blev vi på Kistone kontaktade av Therese, som initierade det arbete och den rapport som du nu håller i din hand.



LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT

Se bilderna 27-35

VARFÖR ETT UPPLEVELSECENTER I GÖTEBORG

Utifrån våra djupintervjuer med nyckelpersonerna för projektet kan vi formulera två huvudsyften med ett nytt upplevelsecenter:

- Stärka identiteten för alla göteborgare och västsvenskar, inte minst bland yngre och invånare med utländsk bakgrund.
- Öka besökssiffrorna till staden och regionen.

Under intervjuerna frågade vi också vilka hinder och farhågor nyckelpersonerna kunde identifiera kring detta projekt. Under workshopen presenterade vi sedan denna lista, men kopplade då också möjligheter till varje hinder och farhåga. Sammantaget ger detta en helhetsbild över varför ett nytt upplevelsecenter behövs i Göteborg.

- **Hinder/farhåga:** Svårt att övertyga politiken.

Möjlighet: Här kan vi skapa ett historiskt besöksmål som saknas i dag (för företag, turister, göteborgare, västsvenskar, skolor m.fl.) När besöksantal för de kulturhistoriska museerna i landet listas varje år dominerar Stockholm fullständigt, medan Västsverige helt saknar museer på tio-i-topp-listan. Vi vet också att museer är väldigt populära besöksmål – en Sifo-undersökning från 2018 visar att 82 % av svenskarna planerade ett museibesök under semestern.

- **Hinder/farhåga:** Finansiering.

Möjlighet: Här finns en möjlighet till en bred samfinansiering: staden, regionen och kanske även staten skulle kunna vara intresserade. 16 stora industriföretag har också redan visat intresse för medfinansiering.

- **Hinder/farhåga:** Kunskapen om det historiska industrisamhället börjar försvinna.

Möjlighet: Det är med andra ord hög tid att skrida till verket. Arkiven finns dessutom kvar – vi behöver bara kunnigt folk som kan hitta i dem.

- **Hinder/farhåga:** Staden behöver inte ytterligare ett museum.

Möjlighet: Det nya upplevelsecentret ska inte bli ett museum (t.ex. varken samlingar eller forskning). Däremot kan det med fördel samarbeta med befintliga museer. Här finns en unik möjlighet att berätta om Göteborgs och Västsveriges DNA, en berättelse som i dag inte berättas i stadens och regionens museer.

VARFÖR ETT UPPLEVELSECENTER I GÖTEBORG

- **Hinder/farhåga:** Det blir ett center om och för hälften av befolkningen.

Möjlighet: Att lyfta fram även kvinnornas berättelser i centret – kompetensen finns kopplad till projektgruppen.

Utöver dessa hinder och farhågor kopplade direkt till upplevelsecentret kan även nämnas ett par samhälleliga farhågor: att staden blir alltmer polariserad och stängd samt att industrin har svårt att rekrytera nya förmågor på grund av bristande intresse bland unga. Även här finns det möjligheter med centret att motverka dessa tendenser.

Slutligen finns det också en farhåga att upplevelsecentret skulle kunna uppfattas som spretigt. Svaret på detta är en story med en röd tråd – något som vi ägnade en god stund åt under workshopen (se nedan).



STORY

Utifrån intervjuerna med nyckelpersonerna och tidigare arbete finns ett antal tematiska kapitel framtagna från varje enskilt perspektiv. Här ska dessa endast redovisas helt kortfattat.

Industri- och varvshistoria (VIC samt Varvshistoriska Föreningen)

Följande tematiska kapitel följer även en kronologi som beskrivs mer ingående i bilaga 1:

- Textil
- Varv
- Sjöfart och Handel
- Kraft/Energi
- Verkstadsindustrin
- Fordon/Järnväg – Transporter
- Industrin i dag och i framtiden

Till detta kan läggas två ytterligare, parallella teman:

- Den regionala utvecklingen (NAV med 150 arbetslivsmuseer)
- Utbildning (Chalmers, Handelshögskolan, Lindholmen med Science Park m.fl.)

Migrationshistoria (Emigranternas Hus)

Dessa tematiska kapitel kan relativt enkelt kopplas till de redovisade kapitlen ovan:

- Migration i ett större perspektiv
- Kopplingar till arbetsmarknad och kriser

STORY

- Lärdomar av historien
- Integration – berättelserna

Försvarshistoria (Göteborgs Maritima Center)

- Befästningsstaden (Göteborgs tidigaste historia)
- Försvarshistoria genom de båda fartygen Jagaren HMS Småland samt HMS Nordkaparen (ubåt)

Om Ostindiefararen Götheborg kopplas till Maritiman får vi ytterligare ett kapitel:

- Tidig handel

Kvinnohistoria (Göteborgskvinnor i rörelse)

Även dessa kapitel har tydliga kopplingar till de ovan redovisade kapitlen:

- Kvinnor i industrin
- ”Osynligt” arbete på hemmaplan
- Sjömanshustrun
- Kvinnorörelser – kvinnosamverkan
- Rösträttskampen
- Fru lojal (under kriget)
- Fredsarbete

Se vidare i *Att ge upp har inte övervägts. Göteborgskvinnor i rörelse/r* (2021).

STORY

Humor – en naturlig del av Göteborgs historia, nutid och framtid

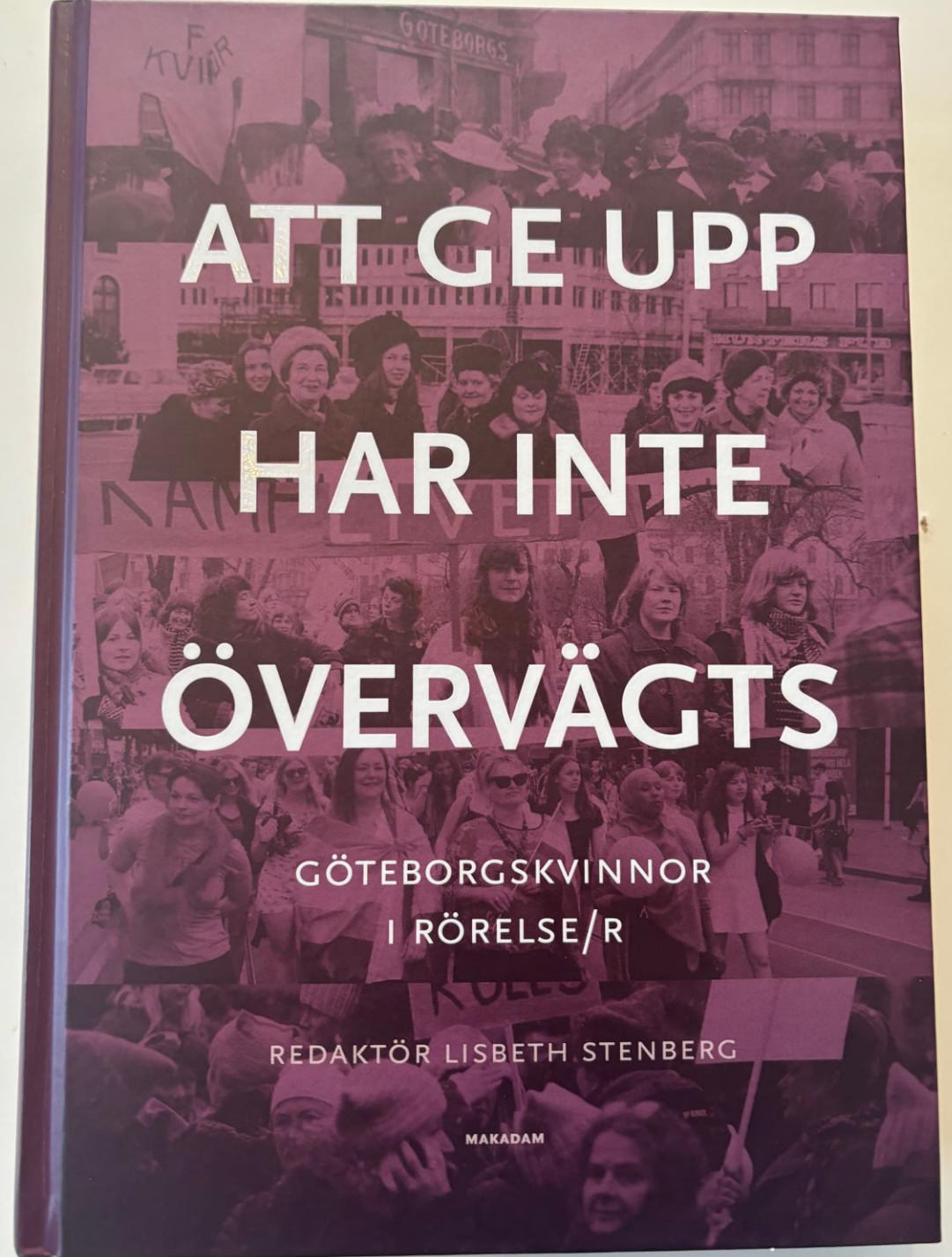
Följande tematiska kapitel har exempelvis varit framträdande om göteborgshumorn

- Vitsandet
- Skämtteckningen
- Roliga historier
- Revytraditionen

Utöver alla dessa tematiska kapitel kopplade till de olika perspektiven har ytterligare två perspektiv för att fånga ”Göteborgs DNA” lyfts under intervjuerna och workshopen:

- Idrottshistoria (även kvinnoidrotten så klart!)
- Musikhistoria (framför allt populärmusiken: Evert Taube, Lasse Dahlquist, Håkan Hellström, Laleh m fl)

Utvecklade tankar om humorns betydelse och attraktionskraft, se vidare under Koncept.



ATT GE UPP

HAR INTE

ÖVERVÄGTS

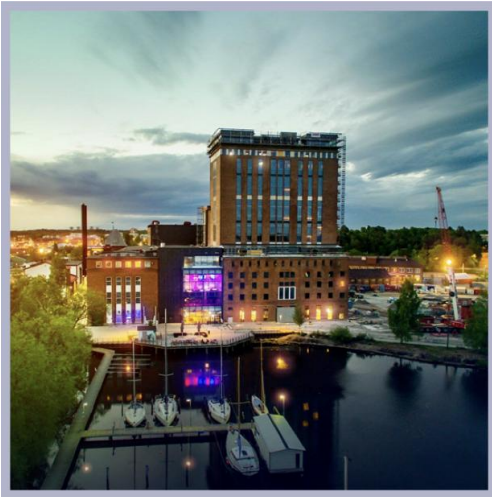
GÖTEBORGSKVINNOR
I RÖRELSE/R

REDAKTÖR LISBETH STENBERG

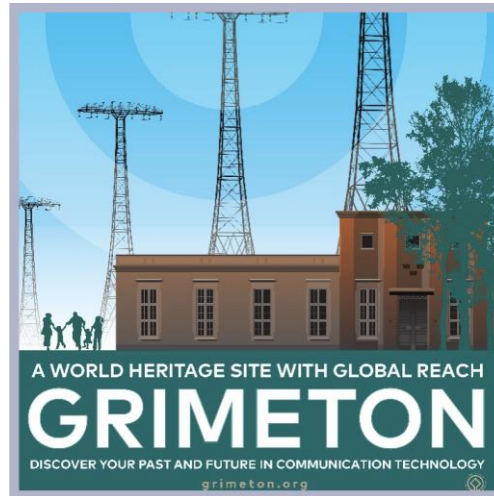
MAKADAM

DEN RÖDA TRÅDEN

När vi på Kistone skapar en story för en upplevelse är den röda tråden mycket viktig. Den kan sägas vara den minsta gemensamma nämnaren och fungerar som ett kitt i berättelsen. Låt oss ge några exempel från tidigare uppdrag.



På Kokpunkten i Västerås var *Energi* den röda tråden, eller mer precist: *Hållbar energi* var den gröna tråden.



På Världsarvet Grimeton var *Kommunikation på gott och ont* den röda tråden. Att kommunikation kopplar samman människor tillhör det goda, medan destruktiva budskap tillhör kommunikationens baksida (jfr dagens näthat).



På Tändsticksmuseet i Jönköping valde vi *Elden* som röd tråd – det handlade dels om det mänskliga behovet av eld, där tändstickan blivit central, dels i metaforisk betydelse om de eldsjälarna som har byggt upp tändsticksindustrin.



DEN RÖDA TRÅDEN

Den röda tråden för ett nytt upplevelsecenter i Göteborg ska knyta samman det vi skulle kunna kalla för Göteborgs DNA, där också Västsverige spelar en historiskt avgörande roll.

I samband med djupintervjuerna nämndes sådant som *möten och avsked, öppen för världen, entreprenörskap, samverkan, anpassning* samt *krishantering* som möjliga röda trådar för den aktuella storyn.

Under workshopen fördjupades dessa resonemang kring fyra olika förslag på röd tråd: *Öppen för världen, Människorna, Humor* samt *Rörelse*.

Öppen för (eller mot) världen handlar om internationella relationer, migration och i grunden ett kynne, som har präglat Göteborg. Tidigt smittades till exempel göteborgarna av britternas "sense of humor" och inom industrin och varven skapades ett socialt sammanhang med många olika nationaliteter. Idrotten, inte minst korpfbollen, blev också ett viktigt kitt. Influenser har kommit från många håll och Göteborg med omland har blivit en innovativ stad och region – en nyfikenhet som har lett till framgång. Som nummer två i landet har Göteborg fått "köra sitt eget race" många gånger och en särskild Göteborgsanda har skapats – på gott och ont. Det goda handlar om en samarbetsanda där öppenheten för världen också har varit central.

Ett annat sätt att se på historien och Göteborgs DNA är att utgå ifrån *människorna*. Att lyfta deras berättelser – deras samarbeten och öppenhet mot världen. Det är dessa människor som har skapat innovationer och har hanterat kriser och motgångar. För långsiktiga relationer har det underlättat med en välkomnande, vänlig och humoristisk attityd. Just långa relationer har varit en styrka, både nationellt och internationellt.

Ett tredje perspektiv på en röd tråd för storyn är att använda *humorn* som kitt för berättandet. Genom humorn skulle även svåra ämnen kunna behandlas, men med en viss distans – en humor med yta och djup. Det är också en berättarstrategi som kan tilltala många olika slags målgrupper, både inhemska och utländska. Samtidigt blir det en tydlig signal att centret inte rör sig om ett museum. Det skulle minst sagt vara modigt att våga satsa allt på ett kort, humorn, vilket också skulle kunna bli ett vinnande koncept. Samtidigt finns det en viss fara i att satsa 100 procent på humorn. Det kan upplevas som en självgod attityd och lika inkluderande som humorn kan upplevas av vissa, lika exkluderande kan den upplevas av andra. Humorn ska definitivt användas i centret, men förmodligen används den bäst som just kitt och inte som röd tråd.

Det fjärde förslaget, *Rörelse*, kan sägas sammanfatta allt det ovan sagda (även humorn, som kräver ett rörligt intellekt), vilket gör att vi föreslår detta som röd tråd åt storyn. Göteborg har alltid varit en stad i rörelse, hit har kommit många människor genom åren, och härifrån har man rest vidare ut i världen. Industrin har ständigt varit i rörelse, och den viktiga hamnen har varit själva sinnebild för detta. Till detta kan nämnas en rad olika centrala folkrörelser – idrottsrörelsen, kvinnorörelsen, arbetarrörelsen m.fl. Göteborg är inte bara öppen för världen – det är en stad i ständig rörelse, även in i framtiden.





VÄRDEORD

Dessa ord handlar om den känsla man vill att besökaren ska känna efter ett besök i det framtida upplevelsecentret. Under djupintervjuerna noterade vi ett antal sådana ord: Överraskande, Fantastiskt, Häftigt – Wow!, Äkta, Tillgängligt, Stolthet, Framtidstro, Glädje samt Lärorikt.

Under workshopen fick de olika grupperna fördjupa sig i värdeord och här är de fem värdeord som vi har fastnat för:

- Inspirerande
- Öppenhet
- Nyskapande
- Lärorikt
- Stolthet

Nu är det egentligen inte dessa ord i sig som är intressanta, utan vad man lägger in i dem. Här följer därför en kort sammanfattning av vad de fem orden betydde för workshopens deltagare:

Inspirerande:

Besöket ska leva kvar hos besökaren; vara en story som man bär med sig länge. Relaterade ord till detta värdeord är Aha-upplevelse (nu förstår jag ...), liksom känslorden Berörd, Överraskad (positivt), Livgivande (energiboost), Endorfinsutsöndrande (beroendeframkallande, dvs. vill komma tillbaka) samt Glädje (humor).

Öppenhet:

Centret ska upplevas som vänligt, trevligt och välkomnande för alla besökare, både göteborgare och turister, i likhet med stadens slogan: "Öppen för världen". Relaterat till detta värdeord är också orden Inkluderande och Gränsöverskridande.

Nyskapande:

Centret ska upplevas som innovativt och överraska besökaren med en bred variation av upplevelser, men även med interaktiva inslag.

VÄRDEORD

Lärorikt:

Besökaren ska lära sig saker under ett besök, oavsett förkunskaper. För de fåkunniga ska det finnas en bredd, medan det för de få kunniga ska finnas ett djup. Genom den stora variationen (se Nyskapande) ökar chansen att fler kan ta till sig den kunskap som centret erbjuder.

Stolthet:

Detta värdeord gäller i första hand för göteborgaren och västsvensken, som ska känna stolthet över sin historia. För långväga gäster handlar det mer om att bli imponerade ("Det var som faan ..."). Relaterat till detta värdeord är också Tacksamhet – "Vi står på axlarna på dom som har gått före ...".

Om vi lägger ihop de fem värdeorden får vi det som skulle kunna kallas för upplevelsecentrets värdegrund, som det sedan kan byggas vidare på:

Göteborgs nya upplevelsecenter ska vara inspirerande, präglas av öppenhet för alla besökare, bjuda på nyskapande och lärrika upplevelser, som resulterar i att göteborgaren och västsvensken känner stolthet för sin historia, medan övriga besökare blir mäktat imponerade.



KONCEPT

Avslutningsvis under workshopen tog vi upp några tankar som skulle kunna gå under rubriken ”Koncept”, dvs. de grundidéer som centret bör byggas kring. Här kom det många intressanta inspel från deltagarna, som vi här har valt att redovisa i punktform. Dessa tankar måste naturligtvis knådas ytterligare i framtagandet av ett enhetligt koncept kring form och innehåll (ett visuellt innehållskoncept), men de kan ses som en god start på detta arbete.

- **Upplevelsecentret som en hubb**

Centret ska peka ut på historiskt intressanta platser i staden och regionen, men även på övriga museer. Centret skulle även kunna bestå av flera platser, särskilt under en uppbyggnadsfas. (Jfr. ”naturums-ideologin”.)

- **Ett levande center**

Centret får inte bli statiskt. Här behövs både tillfälliga utställningar och scen/er med en spännande programverksamhet. Till scenerna bör naturligtvis även café- och restaurangverksamhet knytas (”smaka på Göteborg och Västsverige”). Angående tillfälliga utställningar bör fokus även vara på nu- och framtid (moderna framgångssagor), med alltifrån start-ups, ai-företag och andra techbolag.

- **Balans mellan teknik och föremål**

Allt får inte digitaliseras och upplevelsen bör konsekvent prioriteras framför mobilen. Äkta föremål ger känsla av autenticitet och det är kombinationen av ny teknik och föremål som kan skapa spännande upplevelser. Alla sinnen bör involveras, även känseln (det taktila) och lukten (tänk dig att följa ett historiskt spår från 1820-talet där du leds av dofter/näsan). Dessutom behövs det interaktivitet för att besökaren ska känna sig som en del av upplevelsen.

- **Använda storyns teman även som modus och perspektiv**

Detta gäller t.ex. för idrottshistorien och kvinnohistorien, som kan användas som perspektiv på industrihistorien, medan musiken och humorn kan fungera som modus för berättandet. Humorn var som sagt nära att bli röd tråd för hela storyn under workshopen, och även om vi inte förespråkar detta bör humorn kunna användas på en rad sätt i centret och på så sätt få detta att verkligen sticka ut och kännas göteborgskt. Så här skrev t.ex. en av workshopgrupperna om humorn (och musiken) i centret:

”Göteborgs Vilda Western – svärta och industri, där musik och humor gör platsen levande. En mylla med utmaningar som ger styrka och entreprenörskap. Vi har så trevligt i kronisk kris som gör att vi lutar oss framåt med en utblick med nyfikenhet till världen. Möten och avsked – Living on the edge.”

KONCEPT

Även svåra saker kan behandlas med humor och vi tror att ”glimten i ögat” blir en viktig framgångsfaktor för detta center.

Sture Hegerfors har också arbetat med idén kring ett humormuseum i många år och har en rad idéer som verkligen bör tas vara på i detta sammanhang, bl.a. att etablera Göteborg som Humorns huvudstad – The Humour Capital, med Alingsås – The Capital of Fika, som inspirerande modell. Här gäller det att lägga beslag på detta varumärke på direkten.

Fler idéer från Sture är:

- en årlig humorfestival i samarbete med Göteborg Film Festival;
- humortema på Bokmässan 2027;
- humor i Konsten i samarbete med Göteborgs Konstmuseum; även utställning med världens främsta satir- och humortecknare (inklusive serietecknare);
- ståuppscen; svenska och internationella artister i en strid ström;
- vad kan Göteborgs Stadsteater bidra med? Konserthuset? Operan? Göteborgs universitet? HDK-Valand?
- slagnummer: The Göteborg Humour Award, ett stort internationellt pris; här är det viktigt med en stor prissumma, minst 500 000kr, så att man kan locka även Hollywoodskådespelare att i föreliggande fall komma till staden och hämta priset (som förslagsvis även innefattar en ståtlig Poseidonstatyett)

- **Namnfrågan**

Det är viktigt att relativt snart sätta ett namn på centret för att lättare kunna kommunicera centeridén.

Vi diskuterade detta under workshopen och några förslag som kom fram var:

- Göteborgspalatset
- Nygamla Göteborgspalatset
- Move Göteborg
- City DNA

Vi tycker att det första förslaget, Göteborgspalatset, fungerar utmärkt som arbetsnamn tills något bättre kommer fram.



SÅ KAN NI GÅ VIDARE ...

Utifrån vår erfarenhet av konceptutveckling, men framför allt av att ha varit med i fasen när konceptet ska gå in i nästa fas och förverkligas, vill vi skicka med några rekommendationer. När man väljer att arbeta utifrån storytelling och en övergripande story finns det några särskilt betydande framgångsfaktorer som är viktiga att ha med sig i den fortsatta processen:

- Att konsekvent hålla sig till storyn och den röda tråden. Över tid.
- Att ha uthållighet över tid, ta små steg i rätt riktning och att hålla processen igång.
- Att göra rätt saker i rätt ordning – skapa struktur.
- Att gå från ord till handling!

Men att gå från ord till handling, från beslut till genomförande, kräver finansiering. Med ett visuellt innehållskoncept som underlag blir nästa steg att säkra en långsiktig och stabil finansiering av det kommande utvecklingsarbetet. Önskelistan kan göras lång över insatser som skulle kunna utveckla detta projekt till ett framgångsrikt besöksmål. Oavsett hur många insatser, eller i vilken omfattning det beslutas om att genomföra olika insatser, är det viktigt att upprätta en detaljerad tidsplan med delprojektens start, slut, avstämningar och ansvar.

Men det finns också några andra delar som inte får glömmas bort

Huvudman

Vi kan inte nog understryka vikten av att ha klart en huvudman för projektet när processen med finansiering ska inledas. Det är alldeles för många bra initiativ, idéer och projekt som har gått om intet för att ”alla har väntat på alla”. Här finns uppenbarligen ett stort antal finansiärer, då gäller det att förse dessa med en genomarbetad affärsplan, som i sin tur innehåller ett grundligt koncept men också relevant ekonomisk information. Viktigast av allt är dock: vem tar på sig det övergripande ansvaret? Vi anser att tanken kring att skapa en stiftelse ger många fördelar, då man kan driva projektet under betydligt större frihet och vara mer snabbfotad än om Göteborgs kommun skulle bli huvudman. Genom att vi själva varit med och skapat ”Stiftelsen Taubes Värld” är vi också medvetna om det stora arbetet och komplexiteten i att skapa en stiftelse, men i det här fallet tror vi definitivt att det är värt det. Det skulle också tyda på en stor seriositet att ha en stiftelse med klara direktiv och uppdrag, för att säkerställa en stabil ekonomi på lång sikt.

SÅ KAN NI GÅ VIDARE ...

Partners

Det bör tas fram en tydlig strategi för partnerskap och en plan för bearbetning. Man kan se på partnerskap ur flera perspektiv: som en ren ekonomisk partner, som en partner för kompetens till innehållet, som en materialpartner, men också som partners som lyfter projektet och kan ge ”cred”. Det finns också alternativa möjligheter, som kan komplettera partnerskap samt kommunala och statliga bidrag. Crowdfunding är ett sätt att finansiera delar av en kulturell satsning genom många små bidrag från ett stort antal människor.

Personal, bemanning, funktioner och öppettider

Vi vet nog alla vikten av rekrytering av rätt kompetens. Liksom i alla andra publika verksamheter dimensioneras personalbehovet av efterfrågan och det finns ett minimikrav för att det ska bli en bra upplevelse för besökaren. Det vi vill peka på som ofta missas är att redan i konceptstadiet också göra en driftkalkyl parallellt med produktionskalkylen. Detta brukar ofta komma alldeles för sent i processen och det finns då inte ekonomiska möjligheter att ha generösa öppettider och en hög personalnärvaro. Detta är en viktig framgångsfaktor för detta projekt anser vi.

Programaktiviteter

En viktig del av framgången för ett besöksmål är att det finns en plan för utveckling och förändring över tid. En historisk utställningen i sig, med sina miljöer och sitt innehåll, har en längre hållbarhet, medan teknik och digitala lösningar behöva följa med i utvecklingen. Men vi ser även en rik programverksamhet som en viktig del av utvecklingen. Temaveckor, vetenskapsfestivaler, seminarieserier, LAN-party, föredrag... ja, listan kan göras lång. Här borde finnas stora möjligheter till ett rikt utbud av aktiviteter med de företag och organisationer som kan knytas till projektet. Vi tror att ett levande center bör bygga på att målgrupperna görs delaktiga genom engagemang och möjligheten att skapa det som ska ta Göteborgsandan in i framtiden.

Uthållighet

Vi förstår att den vision som finns för projektet kommer att ta lång tid att genomföra, därför kommer det också bli viktigt med uthållighet och att tidigt kunna visa på en möjlig, stegvis utveckling av centret genom en utvecklingsplan för de kommande 5–8 åren. De olika stegen bör kompletteras med en mycket grov uppskattning av kostnaderna för respektive åtgärd samt en fingervisning om marknadsföringsbudget per år. Siffrorna har endast till syfte att ge en uppfattning om vilket ekonomiskt härad som är aktuellt för att göra förflyttningen från en idé till ett helt nytt besöksmål.

SÅ KAN NI GÅ VIDARE ...

Relevant projektgrupp

Vi upplevde i arbetet med Göteborgs Födelse att deras kontinuerliga kontakt med målgruppen avspeglade sig i de beslut man tog för produktionen av både innehåll och utförande i utställning. Det kommer att vara en stor framgångsfaktor om man så snart som möjligt involverar kreatörer, idémakare, tryckare m.fl. från gruppen unga vuxna och ungdomar med invandrarbakgrund i processen. Detta ser vi tyvärr alltför sällan, med påföljd att det som skapas har skapats utifrån vad en helt annan målgrupp vill berätta och samtidigt tror att den utpekade målgruppen vill ha ... Resultatet blir inte sällan helt ointressant för den målgrupp man verkligen vänder sig till.

LYCKA TILL!

Se lärdomar från tidigare projekt sid 27-35

LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT

På Kistone har vi i närmare 20 år gjort förstudier och skapat koncept för kulturhistoriska upplevelser samt producerat en rad olika utställningar runtom i Sverige. Vi vill här lyfta ett antal uppdrag som har bäring på ett västsvenskt upplevelsecenter i Göteborg. Det handlar om två större koncept, två historiska utställningar samt två naturum.

Men låt oss börja med det projekt som lade grunden till dagens Kistone: Evert Taubes Värld på Liseberg. Det var här som vi hittade vårt arbetssätt för att skapa upplevelseutställningar. Det var också här som vi hittade vår metod: **storytelling**.

I alla våra uppdrag börjar vi med att ta fram en story och en röd tråd, dvs. VAD som ska berättas. Därefter kommer själva telling-delen, dvs. HUR vi ska berätta den framtagna storyn. För oss handlar storytelling främst om att skapa upplevelser där besökaren blir en del av själva upplevelsen, och själv kan interagera i storyn. På så sätt kan besökaren ta till sig storyn både på ett intellektuellt och ett känslomässigt plan – både hjärna och hjärta alltså.

Besökarupplevelsen var i fokus redan när vi gjorde Evert Taubes Värld och vi bjöd här på en variationsrik upplevelseanrättning, fylld med humor, dramatik, romantik och – framför allt – musik!

Att vi var inne på rätt spår fick vi bevis för när Evert Taubes Värld 2009 fick utmärkelsen ”Årets utställning” av föreningen Forum för utställare.

EVERT & TAUBE'S

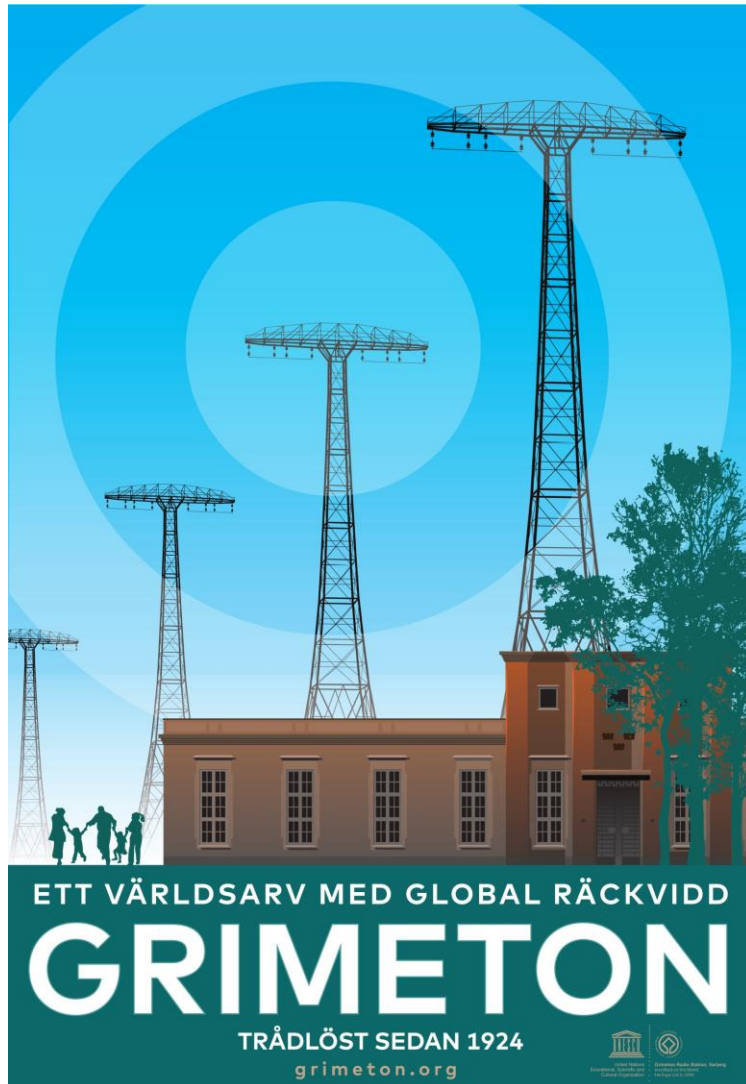
Värld



VÅR METOD
STORY TELLING



LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT – KONCEPT



I december 1924 gick den första sändningen ut från Grimeton och radiostationen är i dag ett levande kulturarv som fortfarande är i kommersiellt bruk, med radioverksamhet för kunder inom bland annat flyg- och sjöfart. Radiostationen är i dag den enda bevarade anläggningen i detta en gång globala nätverk, vilket betyder att Varberg, Halland och Sverige kan visa upp ett teknikarv som inte liknar något annat i världen, och som ännu fungerar.

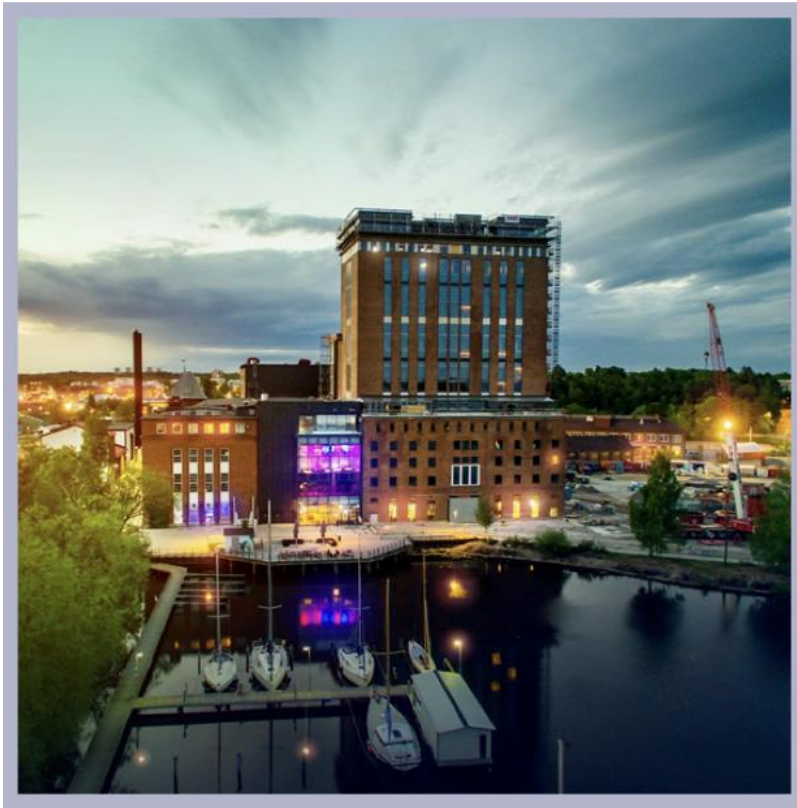
Målsättningen var att:

- bli ett kommersiellt besöksmål.
- tillgängliggöra de unika värdena för Världsarvet Grimeton.
- skapa förståelse för vad man har besökt.

Vårt koncept samt sex-åriga utvecklingsplan blev en ”road map”, som man har följt från 2018 och fram till i dag, och har resulterat i en fantastisk utställning, ett helt nytt escape room, en prisbelönt lekplats, en höghöjdsupplevelse, en audioguidning utomhus och en upprustad radiostation. Som kronan på verket kunde man i år 2025 inviga det nya besökscentret med ”Matsalen” – en restaurang med konferensmöjligheter, vilket var den sista pusselbiten för att bli ett kommersiellt besöksmål.

Den stora lärdomen från detta projekt är vikten av att ta fram en detaljerad och långsiktig plan och sedan ha uthålligheten att följa denna.

LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT – KONCEPT



KOKPUNKTEN I VÄSTERÅS

Runt det 100 år gamla ångkraftverket i Västerås planerades Destination Kokpunkten. Målet var att förstärka positionen som Sveriges energihuvudstad och sätta Västerås på den svenska upplevelsekartan. Energy Action Center blev den sista pusselbiten: en hybrid av ett museum, ett science center, ett utflyktsmål, en attraktion och inte minst en spektakulär upplevelse. Energy Action Center skulle vända sig till en bred publik, alltifrån barnfamiljer till företag och intressenter inom energibranschen, i syfte att skapa ett intresse för energifrågor och locka till sig arbetskraft, att bli en del i den kompetensförsörjning som företagen i Västerås behövde.

Projektet:

- hade alla förutsättningar att bli ett upplevelsecentrum kring energi.
- hade ett perfekt läge för ett besöksmål, stort upptagningsområde, närhet till Stockholm, bra infrastruktur.
- hade en tung uppslutning bakom projektet: PEAB, Västerås stad, ABB, Mälarenergi, KTH m.fl.
- hade ett stort lokalt engagemang och intresse.
- hade ett detaljerat innehållskoncept med visuellt presentationsmaterial samt affärsplan med kalkyler, besöksmålsanalyser, produktionsplan, genomförandeplan m.m.

Under 1 års arbete med finansiering möttes projektet av enbart positivt gensvar och ett stort intresse såväl lokalt, regionalt som nationellt. Trots det lades projektet ned på grund av bristande finansiering då ingen ville ta på sig huvudmannaskapet. Det är just det sistnämnda, bristen på huvudmannaskap, som blev den stora lärdomen från detta konceptuppdrag.

LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT – UTSTÄLLNINGAR

De två utställningar som vi vill lyfta fram här och som har bäring på ett nytt västsvenskt upplevelsecenter i Göteborg är "Göteborgs Födelse" på Göteborgs stadsmuseum (2017) och "Made in Jönköping" på Tändsticksmuseet i Jönköping (2023), båda två basutställningar på respektive museum. Intressant i sammanhanget är naturligtvis att den förstnämnda utställning behandlar födelsen av den stad som ett nytt upplevelsecenter är tänkt att behandla, medan den andra utställningen har beröringspunkter genom att den tar upp ett stycke unik industrihistoria.

Utställningen i Göteborg ersatte en tidigare utställning som behandlade medeltid och fram till och med 1600-tal, placerad i två stora salar. Här vill vi främst lyfta fram följande "trick" som vi använde för att lyfta besökarens upplevelse:

- en dramaturgisk tydlighet genom att dela in storyn i tre kronologiska akter och ett tjugotal avgränsade scener.
- användande av scenografiska lösningar, med specialdesignade montrar i scenografin, så att besökaren skulle bli en del av upplevelsen.
- ett aktivt lyssnade till referensgrupper, i det här fallet Funktek (för tillgänglighet) och skolelever från ett socialt utsatt område i staden (för att nå nya målgrupper).

Utställningen i Jönköping utgör i själva verket hela det två våningar höga museet, från reception och garderob till utställningsdelar och samlingslokaler. Här ersatte vi det gamla museet från grunden, även om vi också återanvände en hel del, inte minst på föremålsnivå. Här vill vi främst lyfta följande lärdomar, eller kanske rättare sagt framgångsfaktorer:

- placeringen av museet – det ligger i den första tändsticksfabriken, i hjärtat av det unika och bevarade Tändsticksområdet.
- anpassandet av utställningen till byggnaden, skapandet av miljöer som lyfter storyn.
- adderandet av produktioner (ljud, bildspel, projektioner, film) som sätter både storyn och föremålen i ett känslomässigt sammanhang, t.ex. en inledande konstnärlig film kring eldens betydelse.
- skapandet av interaktivitet, t.ex. en rolig, barnanpassad provanställning i fem stationer utspridda i museet, vilket gör att de yngre besökarna på riktigt får känna på historien.
- användandet av ett tekniskt styrsystem som medför stor utvecklingspotential, bland annat specialkomponerade guidningar med hjälp av den befintliga tekniken.



LÄRDOMAR FRÅN TIDIGARE PROJEKT – NATURUM

Vi har producerat två basutställningar, från ax till limpa, för naturum: Fjärås Bräcka (2021) och Store Mosse (2023). Alla naturum bygger i grunden på tre innehållsliga delar: geologi, biologi samt kulturhistoria. Syftet med ett naturum är också främst att locka ut besökaren i den omgivande naturen. Och det är just detta sistnämnda som vi vill lyfta med anledning av ett nytt upplevelsecenter i Göteborg. Oavsett var det hamnar finns ju även historien närvarande runtomkring centret. Precis som ett naturum ska peka ut det sevärda (och upplevelsevärda!) i naturen utanför vore det definitivt en styrka om upplevelsecentret pekar ut platser i staden, men också regionen, som har bäring för storyn. Även stadens museer och regionens 150 arbetslivsmuseer blir naturligtvis centrala i detta utpekande.

På naturum Fjärås Bräcka valde vi att utgå ifrån en skapelseberättelse i tre akter, kronologiskt ordnade i den ordning som landskapet skapats och förändrats: först kom isen som skapade själva bräckan (geologi), därefter kom djur och växter (biologi) och sist kom människan (kulturhistoria). Att man kan se den säregna bräckan från ett stort panoramafönster i utställningen förstärker naturligtvis också upplevelsen avsevärt, vilket vi kan bära med oss även i arbetet med ett nytt upplevelsecenter i Göteborg. Oavsett vilken plats som väljs vore det en styrka om historien så att säga syns från centret.

På naturum Store Mosse arbetade vi också målmedvetet med det tydliga uppdraget att locka ut besökaren i naturen. Utställningen ger en mängd tips på spännande platser på mossen och vi skapade även upplevelser i själva utställningen med syftet att inspirera ytterligare. Så byggde vi till exempel en hiss där besökaren får färdas sju meter ner i mossen – eller 14 000 år ... Vi lät också Carl-Einar Häckner trola med vitmossa och renlav samt utföra en trekamp mot vitmossan – som han naturligtvis förlorade ... Humor är en viktig ingrediens i alla utställningar och i det kommande upplevelsecentret är den ju helt avgörande. 😊



Foton i rapporten: Anders Nicander (Kistone), Klara Hammerth samt House of Vision (Göteborg & Co)