Tjänsteutlåtande
Utfärdat 2025-11-0**5**

Handläggare: Cecilia Lööf,
Head of Marketing & Communications

Telefon: 0739-50 32 97
E-post: cecilia.loof@portgot.se

Sekretessbelagda uppgifter i styrelsehandling

Bolaget gör bedömningen att det i styrelsehandlingen finns uppgifter som omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400).

Frågor kring utlämnande av allmänna handlingar kan ställas till info@portgot.se

Sponsring av åkattraktion Stormvåg på Liseberg

I styrelsen för Göteborgs Hamn AB besluta:

- Att Göteborgs Hamn AB sponsrar åkattraktion *Stormvåg* på Liseberg som del av bolagets framtida varumärkesarbete.

Sammanfattning

Göteborgs Hamn AB har erbjudits möjlighet att genom sponsring vara värd för den nya åkattraktionen Stormvåg, som invigs våren 2026 på Liseberg[redacted]

[redacted].

Sponsring av åkattraktion som nu föreslås har godkänts av ledningsgruppen.

Bedömning ur ekonomisk dimension

Sponsringen av Stormvåg ryms inom budgeten för Marketing & Communications för år 2026. Syftet med sponsringen är att stärka varumärket och därigenom förbättra bolagets lönsamhet över tid.

Bolaget har inte identifierat några särskilda ekonomiska aspekter gällande påverkan på stadens driftkostnader, investeringar, effektiviseringar eller personalresurser – vare sig i närområdet eller i omvärlden. Sponsringen bedöms inte heller påverka enskilda invånare eller lokala näringsidkare.

Bedömning ur ekologisk dimension

Sponsringen av *Stormvåg* väntas bidra positivt till stadens och invånarnas ekologiska förhållanden genom att stärka Göteborgs Hamns varumärke. Den skapar möjligheter att kommunicera bolagets klimat- och miljöstrategiska arbete externt. Sponsringen bedöms inte ha någon negativ påverkan på invånarnas eller stadens ekologiska förhållanden.

Bedömning ur social dimension

Genom att Göteborgs Hamn syns i en uppskattad och folklig miljö som Liseberg, ett av stadens mest besökta landmärken, bidrar sponsringen till att öka göteborgarnas kännedom och stolthet över sin hamn. Det stärker stadens identitet och gemensamma berättelse om Göteborg som maritim stad.

Samverkan

Ärendet har inte varit föremål för partssamverkan då det inte bedömts påverka arbets- eller anställningsförhållanden.

Ärendet

Styrelsen för Göteborgs Hamn AB ska ta ställning till sponsring av åkattraktion Stormvågen på Liseberg för [redacted]

Beskrivning av ärendet

Liseberg har idag cirka 40 olika åkattraktioner, varav flera är sponsrade av olika bolag. Exempelvis är Farfars bilar sponsrad av World of Volvo och Skepp O'skoj av Stena Line.

Inför invigningen av den nya åkattraktionen *Stormvåg,* vars grafiska design har en tydlig hamnkaraktär med kranar, båthus och maritimt tema, har Göteborgs Hamn erbjudits värdskapet. Detta innebär möjlighet att kommunicera varumärket på kran och båthus samt att utforma köfållan med inslag som berättar om Göteborgs Hamns historia och framtid.

I nuläget är Göteborgs Hamns varumärke relativt osynligt i stadens offentliga rum och bland göteborgarna. Det finns samtidigt en uttalad ambition att öka synligheten och skapa stolthet över hamnens arv och framtid. Liseberg erbjuder en unik arena, både fysiskt och digitalt, för positiv exponering av hamnen gentemot göteborgare i alla åldrar. Här återfinns även målgrupper som kunder, samarbetspartners och framtida medarbetare.

Ur ett kundperspektiv skapar sponsringen möjligheter att arrangera kundträffar, medarbetardagar och evenemang såsom Future Bunker Fuel Forum, i en attraktiv miljö.

Vid framtagandet av beslutsunderlaget har ägardirektivet beaktats. Där framgår tydligt att Göteborgs Hamn AB har ett ansvar att vårda och utveckla sitt varumärke (Kapitel 2 – Bolagets uppdrag, §3).

Mot denna bakgrund föreslår Göteborgs Hamn AB att sponsra åkattraktionen *Stormvåg* på Liseberg. Sponsringen bedöms inte bara stärka varumärkeskännedomen utan även skapa kundvärde. Uppdraget gavs av VD till Head of Marketing & Communications, som därefter utvärderat kundvärdet av sponsringsförslaget. Ledningsgruppen har enhälligt ställt sig bakom förslaget.

Bolagets bedömning

Göteborgs Hamn AB bedömer att sponsring av åkattraktion *Stormvåg* på Liseberg kommer att öka synligheten av varumärket Göteborgs Hamn bland göteborgare, stärka bolagets varumärkesarbete nationellt och därmed även lönsamheten på sikt. Sponsringen anses av ledningen ha god potential att tillföra kundvärde och skapa ökat intresse hos göteborgarna.

Göteborgs Hamn AB

Göran Eriksson, VD

Handläggare

Cecilia Lööf,
Head of Marketing &
Communications