

Anteckningar frukostmöte: Uppföljning av Bohusdagen Fars Hatt 28/1 2010

Oppositionsrådet Miguel Odhner inledde dagen och hälsade alla deltagare välkomna.

Lägesrapport Utvecklingsplanen Bohus Fästning & Fästningsholmen

Krister Andersson / Ulla Linton

I utvecklingsplanen för Bohus fästning och Fästningsholmen som nu arbetas fram har man i dagsläget tre utgångspunkter som underlag för diskussionen:

Nordens mäktigaste ruin

Upplevelse- kulturturism skapar tillväxt och kunskap

Ni – kunniga aktörer

Syfte

Statens Fastighetsverk och Kungälv's kommuns gemensamma syfte:

Utvecklingsplanen för Bohus Fästning och Fästningsholmen 2010-2020 syftar till att göra vårt gemensamma kulturarv levande och tillgängligt, stärka Kungälv's attraktionskraft samt bidra till en hållbar och stark tillväxt i regionen.

Vision

År 2020 är Bohus Fästning och Fästningsholmen ett av Skandinavien's mest lockande resmål med unika upplevelser i dramatisk miljö, attraktiva evenemang och gränslös kunskap om nordiskt kulturarv

UTKAST MÅLPUNKTER (under utveckling)

Långsiktiga mål

ÅR 2020 SKALL BOHUS FÄSTNING & FÄSTNINGSHOLMEN...

1. Vara ett levande, vida känt historiskt besöksmål
2. Vara ett ledande skandinaviskt centrum för kulturturism
3. Vara en mycket attraktiv evenemangsbarena för både publik och arrangörer
4. Attrahera över 200 000 (?) intäktsskapande besökare per år till Fästningsholmen

Grundläggande mål

STATENS FASTIGHETSVERK OCH KUNGÄLV'S KOMMUN SKALL...

5. Säkerställa att en långsiktig stark huvudaktör med offentlig förankring samordnar och kvalitetssäkrar verksamheten
6. Tillgodose den publika verksamheten med en fungerande infrastruktur
7. Tillvarata befintliga resurser och attrahera nya på ett effektivt sätt
8. Öka antalet intäktsskapande ytor och verksamheter på Bohus Fästning och Fästningsholmen

Strategier

Mål 1. Vara ett levande, vida känt historiskt besöksmål

- Ta tillvara på fästningens historiska unicitet i all verksamhet
- Eftersträva service och aktiviteter som ger besökarna en positiv helhetsupplevelse
- Levandegör besöksmålets historia på ett nytänkande sätt och genom ny teknik
- Utveckla digitala kanaler för att skapa attraktivitet kring besöksmålet
- Se barn som en strategisk viktig målgrupp

Mål 2. Vara ett ledande skandinaviskt centrum för kulturturism

- Skapa ett besökscentrum som speglar skandinavisk historia på ett attraktivt sätt
- Använd IKON - projektet för att bygga centret och en innovativ verksamhet
- Knyt skandinavisk spetskompetens, utbildning och forskning till verksamheten
- Utveckla besöksmålet till en experimentplats för ny teknik inom kulturturismen
- Samverka kring nödvändiga resurser (kunskap, kompetens, nätverk, pengar)

Mål 3. Vara en mycket attraktiv evenemangsarena för både publik och arrangörer

- Säkerställa en väl fungerande infrastruktur/platsorganisation
- Utveckla evenemangsmiljöer och platser med stark "feeling"
- Knyt strategiskt viktiga arrangörer/partners/finansiärer/nätverk till besöksmålet
- Kommunicera besöksmålet mångfald av miljöer och potential med omvärlden
- Eftersträva ett utbud som förlänger besökarnas stannid på fästningen

Mål 4. Attrahera över 200 000 (?) intäktsskapande besökare per år till Fästningsholmen

- Stärka besöksmålet unika profil
- Stimulera besökarna till återbesök genom ständig utveckling och förändring
- Stimulera säsongsoberoende och säsongsanpassad verksamhet
- Utveckla en modell som möjliggör generöst öppethållande
- Inspirera besökarna att även gästa centrala Kungälv

Utvecklande insatser

FÖR ATT UTVECKLING SKALL KUNNA SKE

- | | |
|---|------------------------|
| 1. Bolag för drift, publik verksamhet och skötsel | ORGANISATION |
| 2. Kunskapsinsamling och analyser | POSITION/KOMMUNIKATION |
| 3. Ramverk och kriterier för entreprenörer | ORGANISATION |
| 4. Varumärkesplattform | POSITION/KOMMUNIKATION |

FÖR ATT KUNNA TA EMOT FLER BESÖKARE

- | | |
|---------------------------------|----------------|
| 5. Besökscentrum / entrébyggnad | BASFUNKTION |
| 6. Hiss och toaletter | BASFUNKTIONER |
| 7. Inomhusutrymmen i fästningen | TILLGÄNGLIGHET |

FÖR ATT KUNNA BLI ATTRAKTIV & KONKURRENSKRAFTIG

- | | |
|--|------------------------|
| 8. Internetbaserad verksamhet | POSITION/KOMMUNIKATION |
| 9. Målgruppsanpassade evenemangsarenor | TILLGÄNGLIGHET |
| 10. Fler ytor för verksamhet | BASFUNKTIONER |
| 11. Ny upplevelseskapande teknik | PRODUKTUTVECKLING |
| 12. Välkomnande exteriör | PRODUKTUTVECKLING |

Kort om IKON

Gerda Elfverson

IKON Internationell Kultur Oplevelse Nätverk 2009-2012

Ett treårigt projekt inom EU:s Interregprogram KASK (Kattegatt-Skagerack samarbete) med syftet hållbar ekonomisk tillväxt. I projektet som till stor del handlar om kunskapsuppbyggnad och erfarenhetsutbyte deltar 47 organisationer i Norge, Danmark, Sverige. Kungälv's delprojekt är inriktat på Bohus fästning och Fästningsholmen och ingår därför i delprojektet *Borgar, slott och herresäten*. I projektet

Hur ska visionen betalas? Maria Abrahamson: Svår balansgång i svåra tider, eftersom vi behöver tänka både långsiktigt och kortsiktigt. De offentliga resurserna minskar, men ett viktigt steg är att skapa ett kommunalt bolag som kan förenkla beslutsprocesserna.

Miguel Marstrand är fortfarande vårt främsta besöksmål/turistmagnet, men på 5-15 års sikt kan Fästningsholmen vara ett bra komplement.

Synpunkter (axplock)

- Underskatta inte er publik! Jämförelse med Birka – tv-serie om utgrävningarna skapade intresse som drog stor publik fast inga fysiska förutsättningar fanns på plats.
- I Danmark finns goda exempel där man aldrig kompromissar med kvalitet. Kvalitet i berättandet är mycket viktigt!
- Ett inspirerande exempel: vikingacentret i York värt ett studiebesök!
- Återskapa Kungälv som sjöstad. De flesta båtar går nu förbi – bered möjlighet för angöring!
- Hur når vi den internationella publiken? Formuleras in i visionen?
- Glöm inte Marstrand!
- Tidsperspektiven för utvecklingsplanen kan vara svårhanterbara för entreprenörer. Vad görs inför sommaren? Inte minst i marknadsföringen, både av projektet och av besöksmålen i Kungälv-Marstrand.
- Bohus Elfsborgs Caroliner föreningen med Stormaktstiden i fokus (1648-1721), deltar gärna vid evenemang av olika slag och kan erbjuda både uniformsklädda soldater och kanoner.
- Cykelprojekt mellan Kungälv och Marstrand! Ett anknyttande projekt kring utveckling av cykelturism och kulturturism som det arbetas med parallellt.
- Parkeringsfrågan och toaletter är en viktig fråga att lösa liksom utrymmen inne på Bohus som kan användas. I Fars hatt arbetas för en utrymningslösning som kan godkännas. Nytt scentak planeras inför sommarsäsongen. Just nu pågår översyn av marknaden för att hitta möjliga leverantörer.
- Alla satsningar som görs ger spinoff-effekter både inom näringen och ger en stolthet hos medborgarna. Dessutom bidrar det till etableringskraft för nya företag!
- Förslag: Kan det vara en möjlighet att bygga s.k. fredstak över vissa sektioner för att skapa utrymmen och skydda murarna?

Maria Abrahamson avslutade morgonens möte med att poängtera att det är en otroligt spännande process som är viktig för hela Kungälvs samhälle även om vi själva kanske inte ser vidden av det i dagsläget. Ambitionen är att besluten ska leda i rätt riktning och vi jobbar hårt för att hitta bra dialog med verksamheterna på och kring Fästningsholmen och att flera av problemen blir lösta med tiden. Ett fantastiskt bra samarbete med SFV har vuxit fram. Beslut har tagits om att starta upp en donationsfond för att skapa förutsättningar för ytterligare utveckling.

Information läggs kontinuerligt ut på kommunens hemsida under rubriken Fästningsholmen.