

# UTVECKLINGSPLAN FÖR BOHUS FÄSTNING OCH FÄSTNINGSHOLMEN

ÅR 2010-2020



STATENS FASTIGHETSVERK  
OCH KUNGÄLVS KOMMUN

ORIGINAL 19.0 100504  
GODKÄNT AV STYRGRUPPEN 100503

## VERKSAMHETSMÅL

### **ÅR 2020 SKALL BOHUS FÄSTNING OCH FÄSTNINGSHOLMEN ...**

- ... VARA ETT AV SKANDINAVIENS MEST VÄLKÄNDA HISTORISKA BESÖKSMÅL
- ... VARA ETT LEDANDE SKANDINAVISKT CENTRUM FÖR KULTURTURISM
- ... VARA EN MYCKET ATTRAKTIV EVENEMANGSARENA FÖR PUBLIK OCH ARRANGÖRER
- ... ATTRAHERA ÖVER 170 000 INTÄKTSSKAPANDE BESÖKARE PER ÅR TILL FÄSTNINGSHOLMEN
- ... GE ETT STARKT BIDRAG TILL SAMHÄLLSUTVECKLINGEN I REGIONEN OCH KOMMUNEN

## GRUNDLÄGGANDE MÅL

### **STATENS FASTIGHETSVERK OCH KUNGÄLVS KOMMUN SKALL...**

- ... SE TILL ATT EN STARK HUVUDAKTÖR MED OFFENTLIG FÖRANKRING SKAPAR MÖJLIGHETER FÖR BEFINTLIGA OCH NYA AKTÖRER ATT BEDRIVA EN KVALITETSSÄKRAD PUBLIK VERKSAMHET
- ... FÖRSE DEN PUBLIKA VERKSAMHETEN MED EN FUNGERANDE INFRASTRUKTUR
- ... TILLVARATA BEFINTLIGA RESURSER OCH ATTRAHERA NYA
- ... ÖKA ANTALET INTÄKTSSKAPANDE YTOR OCH VERKSAMHETER PÅ BOHUS FÄSTNING OCH FÄSTNINGSHOLMEN

*Utdrag från Statens fastighetsverks och Kungälvskommuns gemensamma mål för Bohus Fästning och Fästningsholmen år 2010 -2020*



*Omslagsbild Bohus fästning: Ivar Ivarsson*

**B**ohus fästning är en av Sveriges mest kända historiska ruiner och en värdefull del av vårt skandinaviska kulturarv. Här i den historiska skärningspunkten mellan Sverige, Norge och Danmark har dramatiska slag utkämpats mellan de tre rikena. Här har länderna formats, här har svenskar, norrmän och danskar fantasieggande delat av sin historia

Som Nordens mäktigaste ruin är Bohus fästning sedan länge ett populärt besöksmål. Fästningen tillför idag en mängd olika positiva samhällseffekter och intäkter för invånare, näringsliv, föreningsliv och offentlighet i Kungälv och Västra Götalandsregionen.

I takt med samhällets och turismens utveckling växer även fästningens potential. Bohus fästning och Fästningsholmen står nu därför inför nästa steg i utvecklingen: Att stärka sin position som lokal och regional tillväxtmotor!

Statens fastighetsverk och Kungälvs kommun delar intentionen att satsa långsiktigt för att utveckla den publika verksamheten i Bohus fästning och på Fästningsholmen.

Parterna har i denna utvecklingsplan enats kring en vision, lämpliga områden, långsiktiga mål, strategier och tretton centrala insatser för att den publika verksamheten skall kunna utvecklas på ett hållbart och konkurrenskraftigt sätt.

Vi ser fram emot ett framgångsrikt samarbete!

Kungälv / 2010

**STATENS FASTIGHETSVERK KUNGÄLVS KOMMUN**

*Namn*

*Namn*

*Fastighetschef, SFV Syd-Väst*

*Kommunstyrelsens ordf.*



# INNEHÅLL

---

<b>FÖRORD</b>	<b>3</b>
<b>INNEHÅLL</b>	<b>4</b>
<b>1. SAMMANFATTNING</b>	<b>5-6</b>
<b>2. BAKGRUND</b>	<b>7-8</b>
2.1 BOHUS FÄSTNING	
2.2 PUBLIK VERKSAMHET	
2.3 IKON – PROJEKTET	
2.4 SAMHÄLLSEFFEKTER	
<b>3. FÖRUTSÄTTNINGAR 2010-2020</b>	<b>9-13</b>
3.1 SYFTE	
3.2 VISION	
3.3 LÅNGSIKTIGA MÅL	
3.4 HYRESAVTAL	
3.5 UTVECKLINGSPLAN	
3.6 UTVECKLINGSOMRÅDEN	
3.7 STRATEGIER	
<b>4. UTVECKLANDE INSATSER</b>	<b>14-20</b>
4.1 BOLAG FÖR PUBLIK VERKSAMHET, DRIFT OCH SKÖTSEL	
4.2 KUNSKAPSINSAMLING/ANALYSER/MÅLGRUPPER	
4.3 RAMVERK OCH KRITERIER FÖR ENTREPRENÖRER	
4.4 VARUMÄRKESPLATTFORM	
4.5 INTERNETSTRATEGI	
4.6 BESÖKSCENTRUM / ENTRÉBYGGNAD	
4.7 HISS OCH TOALETTER PÅ FÄSTNINGSHOLMEN	
4.8 INOMHUSUTRYMMEN PÅ FÄSTNINGSHOLMEN	
4.9 VERKSAMHETSANPASSADE EVENEMANGSARENOR	
4.10 FLER YTOR FÖR VERKSAMHET	
4.11 NY PROFILERANDE, UPPLIVELSESKAPANDE TEKNIK	
4.12 VÄLKOMNANDE OCH TYDLIGT ENTRÉOMRÅDE	
4.13 FÄSTNINGSHOLMEN SOM REKREATIONSOMRÅDE	
<b>5. ORIENTERINGSPLAN</b>	<b>22</b>
<b>6. FINANSIERING</b>	<b>23</b>
<b>7. TIDPLAN</b>	<b>24</b>
<b>8. AVSTÄMNING / UTVÄRDERING</b>	<b>24</b>
<b>9. UTVECKLINGSPLANENS TILLKOMST</b>	<b>24</b>
9.1 MEDVERKANDE AKTÖRER	
9.2 DOKUMENT	
9.3 KÄLLFÖRTECKNING	

# 1. SAMMANFATTNING (SE I ÖVRIGT EFTERFÖLJANDE UTVECKLINGSPLAN)

## Bohus fästning och Fästningsholmen

Bohus fästning grundlades på 1300-talet och har spelat en avgörande roll i nordisk historia. För Kungälv är fästningen med sin attraktionskraft, en enande symbol, ett värdefullt varumärke, en intäktskälla och en omtyckt rekreativmiljö.

I dag ägs och förvaltas Bohus fästning och den kringliggande Fästningsholmen av Statens fastighetsverk. Kungälv kommun driver sedan länge en publik verksamhet här i samverkan med olika arrangörer. Fästningen är öppen för besök under sommarhalvåret och vid särskilda evenemang under resten av året. En liten entrékiosk finns. Fästningen saknar serviceinrättning och publika utrymmen inomhus. Ruinen är inte anpassad för funktionshindrade besökare. På Fästningsholmen bedrivs också konsertverksamhet, både inne på fästningen och utanför. Här finns ett vandrarhem med café, camping och stuguthyrning. Sommartid erbjuds även enkla uppställningsplatser för husbilar och en liten gästhamnsverksamhet. På Fästningsholmen finns dessutom en kiosk och ett café i ett privatägt hus.

## Hög målsättning

Statens fastighetsverk och Kungälv kommun är ense om att Bohus fästning och Fästningsholmen har en stor potential som besöksmål och tillväxtkraft i regionens utveckling. Parterna har för avsikt att upprätta ett tioårigt hyresavtal och en gemensam utvecklingsplan för åren 2010 till 2020. Syftet är att göra besöksmålet levande och tillgängligt, stärka Kungälv attraktionskraft samt bidra till en hållbar och stark tillväxt i regionen. En vision utgör basen för utvecklingsarbetet:

*” År 2020 är Bohus fästning och Fästningsholmen ett av Skandinaviens mest lockande Resmål, med unika upplevelser i dramatisk miljö, attraktiva evenemang och gränslös kunskap om nordiskt kulturarv ”*

Ett antal långsiktiga mål har satts. År 2020 skall Bohus fästning och Fästningsholmen:

- *Vara ett av Skandinaviens mest välkända historiska besöksmål*
- *Vara ett ledande skandinaviskt centrum för kulturturism*
- *Vara en mycket attraktiv evenemangsarena för publik och arrangörer*
- *Attrahera över 170 000 intäktsskapande besökare per år till Fästningsholmen*
- *Ge ett starkt bidrag till samhällsutvecklingen i regionen och kommunen*

Parterna har även enats kring ett antal grundläggande mål. Vi skall:

- *Se till att en stark huvudaktör med offentlig förankring skapar möjligheter för befintliga och nya aktörer att bedriva en kvalitetssäkrad publik verksamhet*
- *Tillgodose den publika verksamheten med en fungerande infrastruktur*
- *Tillvarata befintliga resurser och attrahera nya*
- *Öka antalet intäktsskapande ytor och verksamheter på Bohus fästning & Fästningsholmen*

## Vägen dit

För att utvecklingsarbetet skall bli så effektivt som möjligt sätts fokus på sex förberedande områden (*organisation, basfunktioner, fysisk tillgänglighet, resurser, samverkan och positionering / kommunikation*) och ett förädlade (*produktutveckling*).

För att nå varje specifikt mål föreslås också ett antal strategier

En utvecklingsgrupp tillsätts med tre representanter från vardera Statens fastighetsverk och Kungälv kommun med uppgift att tillsammans med verksamhetsledningen verka för att utvecklingsplanen efterföljs. Ansvariga för samarbetet blir en styrgrupp med berörd fastighetschef och fastighetsförvaltare från Statens fastighetsverk, kommunstyrelsens ordförande och vice ordförande i Kungälv kommun samt verksamhetsansvarig för Bohus fästning och Fästningsholmen.

### **Tretton utvecklande insatser**

För att lägga grunden till en framgångsrik publik verksamhet i Bohus fästning och på Fästningsholmen planeras tretton utvecklande insatser under perioden 2010 – 2020:

1. *Ett bolag för publik verksamhet, drift och skötsel*
2. *Ramverk och kriterier för entreprenörer*
3. *Kunskapsinsamling/analyser/målgrupper*
4. *Varumärkesplattform*
5. *Internetstrategi*
6. *Besökscentrum / entrébyggnad*
7. *Hiss och toaletter på Fästningsholmen*
8. *Inomhusutrymmen på Fästningsholmen*
9. *Verksamhetsanpassade evenemangsarenor*
10. *Fler ytor för verksamhet i fästningen*
11. *Ny profilerande, upplevelseskapande teknik*
12. *Välkomnande och tydligt entréområde*
13. *Fästningsholmen som rekreationsområde*

### **Finansiering**

Tillsammans avser Statens fastighetsverk och Kungälv kommun tillföra Bohus fästning och Fästningsholmens resurser motsvarande minst 60 miljoner kronor under avtalsperioden, varav 50 % avdelas för att genomföra utvecklingsplanens insatser.

Insatserna förväntas innebära en kraftig stimulans till besöksnäringen och samhällsekonomin i Kungälv och Västsverige samt en utvecklad, kvalitativ publik verksamhet på fästningen med ökad tillgänglighet och bättre förutsättningar att synliggöra fästningens rika kulturarv.

Då parterna inte kan ta finansiella beslut för hela avtalsperioden eller för flera kalenderår åt gången, så är ingen traditionell tidsplan upprättad.

För att säkerställa att utvecklingsplanen genomförs effektivt och professionellt, skall en regelbunden avstämning, utvärdering och justering av planen ske.

### **Utvecklingsplanens tillkomst**

Ett flertal aktörer har medverkat vid tillkomsten av utvecklingsplanen. Utöver en styrgrupp och arbetsgrupp har olika expertis deltagit. Åsikter, idéer och önskemål från berörda entreprenörer, hyresgäster och föreningar har tagits hänsyn till i utvecklingsarbetet. Som grund för utvecklingsplanen ligger även tidigare insamlad fakta, omvärldsbevakning, information om Bohusporten, fakta om IKON mm.

Vid tillkomsten av utvecklingsplanen har hänsyn även tagits till andra berörda styrdokument för området som detaljplan, vårdprogram skötselplan etc.

Arbetet med utveckling av innovativ teknik för att gestalta fästningens historia bedrivs inom ramen för det europeiska IKON – projektet som fästningen är en part i. När det gäller Bohus fästning är IKON - projektet och utvecklingsplanen helt integrerade.

## 2. BAKGRUND

---

### 2.1 BOHUS FÄSTNING

Bohus fästning grundlades på 1300-talet av den norske kungen Hakon V Magnusson. Den har spelat en avgörande roll i nordisk historia och varit i norsk, svensk och dansk ägo i olika omgångar. Fästningen, som har gett namn till landskapet Bohuslän, har varit i svensk ägo sedan freden i Roskilde 1658. Sedan dess har den bland annat fungerat som residens för landshövdingen och fängelse.

I dag ägs Bohus fästning av staten och är en av Sveriges kulturhistoriskt sett mest värdefulla ruiner. Statens fastighetsverk har i uppdrag att förvalta Bohus fästning, säkerställa dess kulturvärde och hålla den tillgänglig för allmänheten.

För Kungälv, dess invånare och näringsliv är fästningen med sin attraktionskraft en enande symbol, ett värdefullt varumärke, en intäktskälla och en rekreativ miljö.

Kungälv rår kort sagt över ett unikt och ovärderligt stycke nordisk historia.

### 2.2 PUBLIK VERKSAMHET

Kungälv kommun driver sedan länge en publik verksamhet på Bohus fästning och Fästningsholmen i samverkan med olika partners.

I Bohus fästning bedrivs företrädesvis traditionell besöksverksamhet samt evenemang av olika slag. Ruinen saknar toaletter och publika utrymmen inomhus.

På Fästningsholmen i anslutning till fästningen bedrivs konsertverksamhet.

I området finns också logimöjligheter i form av ett vandrarhem med café, camping och en mindre stuguthyrning. Sommartid finns även enklare uppställningsplatser för husbilar och en begränsad gästhamnsverksamhet. På Fästningsholmen finns även en kiosk och ytterligare ett café i ett privatägt hus.

### 2.3 IKON - PROJEKTET (JUNI 2009 - MAJ 2012)

EU-projektet IKON (Interregionalt Kultur og Oplevelse Nätverk) omfattar 47 deltagande organisationer från Norge, Danmark och Sverige. Det övergripande målet är att locka fler besökare till berörda kulturhistoriska miljöer och därmed stärka besöksnäringen.

IKON har en central roll i Bohus fästnings utveckling som besöksmål. Inom ramen för projektet planeras utveckling och tester av lämpliga aktiviteter med ny teknik på fästningen, anpassade till dess unika, känsliga och klimatsvåra miljö.

Ett mål är att lyfta fram fästningsruinens historia. Synliggöra den dramatiska och karaktäristiska siluetten, visualisera höjden på de mäktiga murarna som en gång stått där samt berätta om de många belägringarna och det politiska maktspelet som utspelat sig på fästningen.

*Exempel på föreslagna men i skrivande stund ej beslutade aktiviteter inom ramen för IKON:*

- *Rekonstruera hela eller delar av Bohus fästning i datorn så att besökare genom att titta på skärmen kan röra sig inne i fästningen och uppleva hur den en gång kan ha sett ut.*
- *Med hjälp av ljus teknik visualisera murarnas ursprungliga höjd på plats*
- *Projicera rörliga bilder och skuggspel på murarna som levandegör fästningens dramatiska historia*
- *Med hjälp av hologram teknik eller motsvarande levandegöra fängelsehålan i Fars hatt*
- *Utnyttja platsen vid dammen och dess vattenspegel för att skapa stämningar, gestalta rumsligheter och projicera bilder av fästningens olika utseenden över tid.*

## 2.4 SAMHÄLLSEFFEKTER

Allt fler besöksmål har en växande och strategiskt viktig roll i den lokala och regionala utvecklingen. Akvarellmuseet i Skärhamn är ett av dem. Enligt en forskningsrapport gjord av doktoranden John Armbrecht på Handelshögskolan i Göteborg (Centrum för turism), så uppskattas museet ge positiva effekter lokalt och regionalt som motsvarar ett värde tjugo gånger större än den offentliga insatseffentliga insatsen..

På liknande sätt skapar Bohus fästning direkt och indirekt en mångfald positiva samhällseffekter för Kungälv och kringliggande region. Bohus fästning är en väsentlig tillgång i den nu mycket snabba utvecklingen av kulturturism i Västsverige, som väntas fortsätta att betyda mycket för ett ökande antal arbetstillfällen och hållbar tillväxt i regionen. En väsentlig uppgift för ett kommande besökscentrum är att stimulera besökarna att också uppsöka andra kulturturistiskt intressanta platser i regionen och närområdet. En väsentlig uppgift för ett kommande besökscentrum är att stimulera besökarna att också uppsöka andra kulturturistiskt intressanta platser i regionen och i närområdet. Utöver ett ökat antal besökare tillför fästningen också stärkt attraktionskraft för region och kommun.

Utvecklingsarbetet skall förstärka dessa värdefulla effekter och skapa nya.

Matrisen nedan exemplifierar ett kulturarvs tänkbara positiva samhällseffekter på kort och lång sikt, samt deras mätbarhet.

En genomgång av matrisen visar att Bohus fästning och en utveckling av dess publika verksamhet har förutsättningar att tillföra samtliga typer av samhällseffekter.

Matris: Ett kulturarvs tänkbara samhällseffekter



*Källa: Fil mag. Martin Paju, "Kulturmiljön och den regionala tillväxten", Umeå universitet.*

### 3. FÖRUTSÄTTNINGAR 2010-2020

---

#### 3.1 SYFTE

Statens fastighetsverks och Kungälv's kommuns utvecklingsplan för Bohus fästning och Fästningsholmen åren 2010 till 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 "*

#### 3.2 VISION

Statens fastighetsverks och Kungälv's kommuns gemensamma vision utgör basen för utvecklingsarbetet:

*" 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 "*

#### 3.3 LÅNGSIKTIGA MÅL

Parterna har enats kring ett antal långsiktiga verksamhetsmål:

År 2020 skall Bohus fästning och Fästningsholmen:

- *Vara ett av Skandinavien's mest välkända historiska besöksmål*
- *Vara ett ledande skandinaviskt centrum för kulturturism*
- *Vara en mycket attraktiv evenemangsarena för publik och arrangörer*
- *Attrahera över 170 000 intäktsskapande besökare per år till Fästningsholmen*
- *Ge ett starkt bidrag till samhällsutvecklingen i regionen och kommunen*

Parterna har även enats kring ett antal grundläggande mål:

Statens fastighetsverk och Kungälv's kommun skall:

- *Se till att en stark huvudaktör med offentlig förankring skapar möjligheter för befintliga och nya aktörer att bedriva en kvalitetssäkrad publik verksamhet*
- *Förse den publika verksamheten med en fungerande infrastruktur*
- *Tillvarata befintliga resurser och attrahera nya*
- *Öka antalet intäktsskapande ytor och verksamheter på Bohus fästning & Fästningsholmen*

#### 3.4 HYRESAVTAL

Statens fastighetsverk och Kungälv's kommun har för avsikt att träffa ett tioårigt hyresavtal. Avtalet präglas av parternas gemensamma intention att utveckla och stärka Bohus fästnings och Fästningsholmens varumärke, position och publika verksamhet.

Representanter för parterna har upprättat förslag till ett ettårigt ett förslag till ettårigt hyresavtal., som efter ikraftträdande och utvärdering ska ligga till grund för det långsiktiga avtalet. som efter ikraftträdande och utvärdering, skall ligga till grund för det långsiktiga avtalet.

## 3.5 UTVECKLINGSPLAN

### 3.5.1 UTVECKLINGSPLANEN

Denna utvecklingsplan har upprättats för att uppnå parternas mål för den publika verksamheten i Bohus fästning och på Fästningsholmen. Planen är tänkt som ett långsiktigt redskap i det löpande utvecklingsarbetet. En årlig omvärldsanalys, avstämning, utvärdering och justering av planen skall göras av den utvecklingsgrupp som tillsatts med representanter från berörda aktörer. Saknar någon av parterna möjlighet att tillföra de finansiella resurser som krävs för att utvecklingsplanen skall kunna följas, har utvecklingsgruppen att besluta om nödvändiga förändringar i planen.

Parterna är överens om att fullfölja utvecklingsarbetet med gemensam hänsyn till avvägningen mellan bevarande och nytänkande och i linje med gällande bestämmelser. Om det behövs ska parterna gemensamt och till stöd för driftbolaget tolka riktlinjerna för verksamhetens utveckling, Statens fastighetsverk kan också som förvaltare med ansvar för kulturarvet ingripa emot eventuella avtalsbrott.

### 3.5.2 UTVECKLINGSGRUPP

En utvecklingsgrupp tillsätts med tre representanter från vardera Statens fastighetsverk och Kungälv kommun. Från Statens fastighetsverk skall ingå berörd fastighetsförvaltare och från Kungälv kommun tjänsteman med beslutanderätt för fästningens verksamhet. Statens fastighetsverk och Kungälv kommun beslutar gemensamt om fler berörda aktörer skall adjungeras till utvecklingsgruppens möten.

Utvecklingsgruppen skall på en strategisk nivå aktivt verka för att:

- *Utvecklingsplanen och andra gemensamt tagna beslut följs och genomförs.*
- *Utvecklingsplanen utvärderas och anpassas en gång per år.*
- *Väsentlig information kring verksamheten utväxlas regelbundet mellan parterna.*
- *En kvartalsrapport sammanställs och distribueras till berörda aktörer.*
- *Parternas planer och insatser prioriteras och samordnas på ett effektivt sätt.*
- *Omvärldsbevakning, uppföljning och utvärdering sker regelbundet.*

Utvecklingsgruppen möts minst 2 ggr/år. Kungälv kommun är sammankallande. Statens fastighetsverk har ordförandeposten. I de frågor utvecklingsgruppen är oense, lyfts de till styrgruppen för beslut.

### 3.5.3 STYRGRUPP

Statens fastighetsverk (berörd fastighetschef och fastighetsförvaltare) samt Kungälv kommun (kommunstyrelsens ordförande, vice ordförande och verksamhetsansvarig för verksamhetsansvarig den publika verksamheten i Bohus fästning) skall som styrgrupp mötas en gång per år. Utvecklingsgruppen skall då sammanfatta det gångna året. Avstämning och utvärdering skall ske och eventuella strategiska beslut tas. Kungälv kommun är sammankallande. Statens fastighetsverk har ordförandeposten och tolkningsföreträdare i frågor som rör kulturhistoriska värden.

### 3.5.4 KORTSIKTIGA VERKSAMHETSMÅL

För att uppnå de långsiktiga målen skall även kortsiktiga mål sättas för den publika verksamheten. Målen sätts av verksamhetschefen i samråd med utvecklingsgruppen och bör vara relevanta, realistiska, mätbara och baseras på kvalitativa beslutsunderlag, omvärldens utveckling och gjorda insatser. Lämpliga faktorer att mäta och jämföra över tid: totala antalet besökare, fördelning över året, andelen intäktsskapande, utländska samt återkommande besökare samt omsättning per besökare.

Mål upprättas även för utvecklingsplanens insatser innan de genomförs.

### **3.5.5 MÅLGRUPPER**

Utvecklingen av Bohus fästning som besöksmål förutsätter ett utbud som tilltalar en bred publik och flera olika demo-, geo- och psykografiska målgrupper. Följande målgrupper anses f.n. prioriterade:

- Barn och ungdomar Privat och genom deras skolor
- Barnfamiljer I hela Göteborgsområdet och stora delar av regionen
- Bilturister Som färdas på E 6:an. Särskilt fokus på danska och norska
- Kungälvabor
- 55 +
- Specialintresserade Historia, musik, kultur etc. Studerande
- Utländska besökare De som vistas i regionen.

Verksamhetsledning beslutar i samråd med utvecklingsgruppen om målgrupper.

## **3.6 UTVECKLINGSOMRÅDEN**

För att nyttja tillgängliga resurser på ett effektivt sätt har parterna enats om att sätta fokus på sex förberedande och ett förädlade utvecklingsområden:

### **3.6.1 FÖRBEREDANDE UTVECKLINGSOMRÅDEN**

#### **Organisation**

En långsiktigt fungerande organisation är avgörande för utvecklingsplanens genomförande. Insatser krävs för att den publika verksamheten skall kunna bedrivas på konkurrenskraftiga villkor, med rätt kompetens och lämpliga samarbetspartners.

#### **Basfunktioner / infrastruktur**

Fästningen och Fästningsholmens utvecklingspotential utgår från att det finns fungerande, verksamhetsanpassade och konkurrenskraftiga basfunktioner som kan säkerställa en i grunden positiv helhetsupplevelse för besökare och arrangörer.

#### **Fysisk tillgänglighet**

En grundläggande förutsättning för ett ökat antal besökare på fästningen är att området och fästningen är fysiskt tillgänglig för alla typer av besökare i tid och rum.

#### **Resurser**

Alla befintliga resurser i form av kunskap, kompetens, personal, varumärke, miljöer, pengar, nätverk etc behöver identifieras och tillvaratas på ett effektivt sätt. De resurser som saknas för att sätta mål skall uppnås måste identifieras och säkerställas.

#### **Samverkan**

För att kunna utveckla ett konkurrenskraftigt besöksmål krävs en ökad samverkan i befintliga nätverk, en utveckling av nya nätverk och att fler berörda lokala, regionala och nationella aktörer knyts till utvecklingsarbetet på olika sätt .

#### **Position / kommunikation**

Insatser krävs för att forma och kommunicera den bild av Bohus fästning och Fästningsholmen som vi vill att omvärlden skall ha. En tydlig, trovärdig och attraktiv kommunikation måste utvecklas internt, med partners och utvalda målgrupper

### **3.6.2 FÖRÄDLANDE UTVECKLINGSOMRÅDE**

#### **Utveckling av besöksmålets utbud, produkter och tjänster**

Effektiva insatser inom utvecklingsområde 1- 6 skapar utmärkta förutsättningar för en mångfald aktörer att utveckla det innovativa, affärsmässiga och attraktiva produkt- & tjänsteutbud som krävs för att Bohus fästning och Fästningsholmen skall kunna utvecklas som besöksmål i enlighet med utvecklingsplanens vision och mål.

### 3.7 STRATEGIER

För att uppnå utvecklingsplanens långsiktiga mål, krävs att arbetet genomförs på ett samordnat och metodiskt sätt. Parterna har därför enats kring ett antal vägledande strategier för att uppnå de olika målen.

Strategierna skall utvärderas och justeras varje år.

#### **3.7.1 VERKSAMHETSMÅL**

##### **Mål: Vara ett av Skandinaviens mest välkända historiska besöksmål**

*Föreslagna strategier:*

- Tillvarata fästningens unika värden i all verksamhet
- Eftersträva service och aktiviteter som ger besökarna en rik helhetsupplevelse
- Levandegör besöksmålets historia på ett ständigt nytänkande sätt
- Utveckla digitala kanaler för att skapa attraktivitet kring besöksmålet
- Se barn som en strategisk viktig målgrupp

##### **Mål: Vara ett ledande skandinaviskt centrum för kulturturism**

*Föreslagna strategier:*

- Skapa ett besökscentrum som speglar skandinavisk historia på ett attraktivt sätt
- Använd IKON - projektet för att bygga upp en innovativ verksamhet
- Knyt nationell och internationell spetskompetens och forskning till verksamheten
- Utveckla besöksmålet till en spjutspets för gestaltning av kulturarv med ny teknik
- Samverka kring nödvändiga resurser, kunskap, kompetens och pengar

##### **Mål: Vara en mycket attraktiv evenemangsarena för publik och arrangörer**

*Föreslagna strategier:*

- Säkerställ en väl fungerande infrastruktur/platsorganisation
- Utveckla evenemangsmiljöer och platser med stark känsla och laddning
- Knyt strategiskt viktiga arrangörer/partners/finansiärer/nätverk till besöksmålet
- Kommunicera besöksmålets mångfald av miljöer och potential med omvärlden

##### **Mål: Attrahera över 170 000 intäktsskapande besökare per år till Fästningsholmen**

*Föreslagna strategier:*

- Stärk besöksmålets unika profil
- Stimulera besökarna till återbesök genom ständig utveckling
- Eftersträva ett utbud som förlänger den tid besökarna stannar på Fästningsholmen
- Stimulera säsongsoberoende och säsonganpassad verksamhet
- Utveckla en modell som möjliggör generöst öppethållande
- Inspirera besökarna att även gästa centrala Kungälv

**Mål: Ge ett starkt bidrag till samhällsutvecklingen i regionen och kommunen**

*Föreslagna strategier:*

- Skapa förutsättningar för ökad tillväxt i det lokala näringslivet
- Öka kommunens och regionens attraktionskraft för inflyttare och företag
- Öka kännedomen om Kungälv och regionen nationellt och internationellt
- Stärk invånarnas och besökarnas kunskap och känsla för kulturarvet

**3.7.2 GRUNDLÄGGANDE MÅL**

**Mål: Att en stark huvudaktör med offentlig förankring skapar möjligheter för befintliga och nya aktörer att bedriva en kvalitetssäkrad publik verksamhet**

*Föreslagna strategier:*

- Skapa driftbolag med tydliga ägardirektiv att utveckla Fästningsholmen
- Eftersträva att driftbolaget alltid har finansiella resurser att satsa långsiktigt
- Tillse att driftbolaget är attraktivt för företag med intresse för Kungälvs utveckling

**Mål: Förse den publika verksamheten med en fungerande infrastruktur**

*Föreslagna strategier:*

- Utveckla en för miljön lämplig infrastruktur som förstärker besöksmålets unicitet
- Skapa förutsättningar för verksamheten att hålla en hög kvalitet på basal service
- Tillvarata besökarnas och arrangörernas erfarenhet, åsikter och kunskap
- Arbeta för väl fungerande kommunikationer med minsta möjlig miljöpåverkan

**Mål: Tillvarata befintliga resurser och attrahera nya**

*Föreslagna strategier:*

- Säkerställ att det finns konkurrenskraftiga digitala system och att de nyttjas bra
- Koppla samman befintliga resurser, aktörer nätverk etc. på nya sätt
- Förse aktörer och medier med attraktiva fakta om besöksmålet
- Knyt strategiskt viktiga tillgångar till besöksmålet

**Mål: Öka antalet intäktsskapande ytor och verksamheter på Bohus fästning och Fästningsholmen**

*Föreslagna strategier:*

- Analysera löpande vilka verksamheter som tillför mest
- Kartlägg lämpliga ytor och pröva nya verksamheter i positiv anda
- Initiera konstruktiva dialoger kring tillståndsprövning
- Engagera nytänkande och kvalitetsmedvetna entreprenörer

## **4. UTVECKLANDE INSATSER**

För att lägga grunden till en framgångsrik publik verksamhet i Bohus fästning och på Fästningsholmen så avser Statens fastighetsverk och Kungälv kommun att genomföra ett antal utvecklande insatser under avtalsperioden.

De utvalda insatserna är alla strategiskt viktiga och uppdelade i tre nivåer.

Inledningsvis presenteras insatser för att besöksmålet skall kunna utvecklas. Därefter följer de åtgärder som krävs för att besöksmålet skall kunna ta emot fler besökare på ett professionellt sätt.

Sist presenteras de insatser som möjliggör för berörda aktörer att utveckla Bohus fästning och Fästningsholmen till ett attraktivt och konkurrenskraftigt besöksmål. Här inryms t.ex. även de profilerande insatser som sker inom ramen EU-projektet IKON där fästningen är en aktiv part.

Alla insatserna ligger i linje med beslutad vision, mål, utvecklingsområden och strategier. Genomförbarheten styrs av vilka beslut, tillstånd och resurser som erhålls. De föreslagna insatserna är inte prioriterade sinsemellan, ordningsföljden avgörs av rådande behov och övriga faktiska förutsättningar

Insatserna kommer att skapa ett mångfald positiva effekter för besöksmålet, dess besökare och berörda aktörer. Besöksmålet position kommer att stärkas, antalet och andelen betalande besökare att öka och källorna till intäkter att bli fler.

Följande insatser skall genomföras under perioden 2010 – 2020:

### För att en utveckling skall kunna ske

4.1	Bolag för publik verksamhet, drift och skötsel	ORGANISATION
4.2	Ramverk och kriterier för entreprenörer	ORGANISATION
4.3	Kunskapsinsamling/analyser/målgrupper	POSITION/KOMMUNIKATION
4.4	Varumärkesplattform	POSITION/KOMMUNIKATION
4.5	Internetstrategi	POSITION/KOMMUNIKATION

### För att kunna ta emot fler besökare

4.6	Besökscentrum / entrébyggnad	BASFUNKTIONER
4.7	Hiss och toaletter på Fästningsholmen	BASFUNKTIONER
4.8	Inomhusutrymmen på Fästningsholmen	TILLGÄNGLIGHET

### För att kunna bli attraktiv och konkurrenskraftig

4.9	Verksamhetsanpassade evenemangsarenor	TILLGÄNGLIGHET
4.10	Fler ytor för verksamhet	BASFUNKTIONER
4.11	Ny profilerande, upplevelseskapande teknik	PRODUKTUTVECKLING
4.12	Välkomnande och tydligt entréområde	PRODUKTUTVECKLING
4.13	Fästningsholmen som rekreationsområde	PRODUKTUTVECKLING

På efterföljande sidor ges en kort presentation av varje planerad insats.

Planering, budget och tidsplan för varje insats upprättas av driftbolagets ledning i samråd med Statens fastighetsverks och Kungälv kommuns gemensamma utvecklingsgrupp.

#### **4.1 BOLAG FÖR PUBLIK VERKSAMHET, DRIFT & SKÖTSEL**

---

<b>INSATS</b>	Ett offentligt styrt bolag skapas för publik verksamhet, drift och skötsel
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantera en långsiktig, affärsmässig huvudman och samarbetspart till Statens fastighetsverk</li> <li>- Möjliggöra för bra aktörer att verka på samt levandegöra besöksmålet</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontinuiteten och affärsmässigheten i den publika verksamheten</li> <li>- Synergieffekter genom samlat ansvar för verksamhet, drift och skötsel</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tydlig och tillgänglig part för samarbetspartners</li> <li>- Stärkt konkurrenskraft genom affärsmässig drift</li> </ul>
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Större näringslivsinflytande</li> <li>- Regionalt delägande</li> <li>- Mer externa finansiella resurser</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Besluta om bolagsform, ägande, intressenter etc</li> <li>- Rekrytering av verksamhetschef/verksamhetschef och personal</li> </ul>

#### **4.2 RAMVERK OCH KRITERIER FÖR ENTREPRENÖRER**

---

<b>INSATS</b>	Driftbolaget får i uppdrag att upprätta kriterier för krav på kvalitet och service för de entreprenörer som skall verka på Fästningsholmen och i fästningen
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Säkerställa att den publika verksamheten håller en profil, kvalitet och inriktning som ligger i linje med beslutade mål</li> <li>- Upprätthålla en mix av verksamheter som stödjer och utvecklar varumärket</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publik verksamhet med hög upplevd kvalitet</li> <li>- Väl fungerande entreprenörer</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minskad risk för varumärksdegenerering</li> </ul>
<b>TÄNKBARA UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökad motivation hos de entreprenörer som får bedriva verksamhet</li> <li>- Attraktivare för entreprenörer att få bedriva verksamhet på Fästningsholmen</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Upprätta lista på lämpliga kriterier och krav</li> <li>- Sprid information om den bland presumtiva entreprenörer</li> </ul>

### 4.3 KUNSKAPSINSAMLING / ANALYSER / MÅLGRUPPER

---

<b>INSATS</b>	Genomföra analyser för att få mätvärden innan, under och efter processen. Förslag på undersökningar att genomföra: A. Besöksundersökning ( <i>årlig, efter samma mall för att kunna mäta effekt/utveckling</i> ) B. Nationell attitydundersökning ( <i>var tredje år, mäter varumärkets/besöksmålets position</i> ) C. Ekonomisk analys ( <i>ekonomiska flöden, samhällseffekter tack vare besöksmål, lönsamhet</i> ) D. Målgruppsanalys ( <i>befintliga, lämpliga, framtida, nischade</i> )
<b>SYFTE</b>	A. Kunskap om den publika verksamhetens utveckling B. Kunskap om varumärkets/besöksmålets utveckling och nationella position C. Kunskaper om besöksmålets olika positiva effekter hos berörda offentliga och privata aktörer. Kunskap om vilka målgrupper som är mest lönsamma D. Kunskap om mest lämpade målgrupper och deras konsumtionsmönster
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	A. Ex: Antalet besökare, andelen intäktsskapande besökare, genomsnittlig konsumtion, konsumtionsmönster, genomsnittlig stannid samt basfakta om besökarna, deras åsikter och önskemål B. Ex: Andelen svenskar och vilka som känner till varumärket, deras attityd till besöksmålet samt andelen som besökt eller vill besöka det C. Ex: Kvantitativa (mätbara) och kvalitativa (icke mätbara) effekter på olika lokala, regionala och nationella aktörer. Besöksmålets mest lönsamma målgrupper, evenemang, produkter, tjänster osv. D. Kunskap om mest lämpade målgrupper och deras konsumtionsmönster
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	- Värdefullt underlag för verksamhets-, varumärkes- och produktutveckling - Bättre utgångspunkt vid samtal med finansiärer, arrangörer och leverantörer
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	- Upphandla analyserna av extern expertis. - Analysera och sprid resultatet till berörda aktörer

### 4.4 VARUMÄRKESPLATTFORM

---

<b>INSATS</b>	Utveckla en varumärkesplattform för Bohus fästning & Fästningsholmen (strategiskt styrdokument med vision, affärsidé, identitet, position m.m.)
<b>SYFTE</b>	- Säkerställa att Bohus fästnings och Fästningsholmens varumärken utvecklas i linje med parternas mål, avsikter och regelverk - Skydda Bohus fästning från varumärkesintrång och degenerering - Öka berörda aktörers kunskap om varumärket och varumärkesutveckling
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	- Nöjdare besökare (upplevelsen stämmer bättre med besökarens förväntning)
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	- En tydligare och konkurrenskraftigare verksamhet - Besöksmålets värde höjs i besökarnas, aktörernas och omvärldens ögon - Ökad lokal och regional stolthet, självkänsla
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	- Attraktivare för personal, arrangörer, samarbetspartners och finansiärer - Varumärkesintäkter från näringslivet
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	- Tillföra varumärkeskompetens till driftbolaget - Samla in beslutsunderlag - Utveckla och kommunicera varumärkesplattformen

## 4.5 INTERNETSTRATEGI

---

<b>INSATS</b>	Utveckla en framsynt och innovativ strategi för hur besöksmålet skall kommuniceras på Internet
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Öka omvärldens intresse för och kunskap om besöksmålet, dess historia, Kungälv och regionen</li> <li>- Förbättra tillgängligheten till besöksmålet</li> <li>- Attrahera och kommunicera med nya målgrupper</li> <li>- Skapa direkta och indirekta intäkter via verksamhet på Internet</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mer Internettrafik som relaterar till Bohus fästning</li> <li>- Ett ökat intresse för och kunskap om besöksmålet via Internet</li> <li>- Mer direkta och indirekta intäkter</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nya målgrupper</li> <li>- Effektiv "mun till mun"- marknadsföring via sociala medier</li> </ul>
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Möjlighet till virtuella interaktiva besök i fästningen och spel om fästningen</li> <li>- Fördjupad bearbetning av tematiska målgrupper</li> <li>- Internetbaserade besöks- och attitydundersökningar</li> <li>- Interaktiv Internetbaserad verksamhetsutveckling med intresserade besökare</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faktainsamling: Goda exempel, bra leverantörer, efterfrågade tjänster</li> <li>- Forma en innovativ, effektiv, intäktsskapande och utvecklingsbar strategi</li> <li>- Säkerställ finansiering och verkställ</li> </ul>

## 4.6 BESÖKSCENTRUM / "BOHUSPORTEN"/ ENTRÉBYGGNAD

---

<b>INSATS</b>	- Skapa ett kulturturistiskt besökscentrum i befintlig eller ny byggnad
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skapa ett attraktivare besöksmål och entréområde</li> <li>- Skapa förutsättningar för ökade intäkter och längre säsong (året runt)</li> <li>- Förmedla kunskap om besöksmålet, dess historia och publika verksamhet</li> <li>- Stärka besöksmålet regionala, nationella och skandinaviska position</li> <li>- Knyta kulturturistisk kunskap och kompetens till besöksmålet</li> <li>- Ge de besökare som inte kan ta sig in i fästningen en givande upplevelse</li> <li>- Stimulera intresset för kulturhistoriskt intressanta platser både i närområdet som Carlstens fästning, Lödöse, Ragnhildsholmen, i regionen och i andra delar av världen</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökat antal besökare</li> <li>- Ökade intäkter</li> <li>- Ökad kännedom om fästningen, Kungälv och regionen</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ett lättillgängligare besöksmål</li> <li>- Möjligheter till nya/ fler publika verksamheter</li> </ul>
<b>TÄNKBART INNEHÅLL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entréfunktion/turistbyrå</li> <li>- Butik/café/glass</li> <li>- Utställningar</li> <li>- Utbildningar och forskningscentrum</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortsatta samtal med regionen kring Älvkullen</li> <li>- Identifiera lämpliga alternativ och finansiärer</li> <li>- Verkställa ombyggnation alt. nybyggnad</li> </ul>

## **4.7 HISS OCH TOALETTER PÅ FÄSTNINGSHOLMEN**

---

<b>INSATS</b>	- Installera en hiss till fästningen för funktionshindrade besökare - Installera publika toaletter i fästningen / Fästningsholmen
<b>SYFTE</b>	Öka tillgänglighet och basservice för alla typer av besökare
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	- Fler funktionshindrade, barnfamiljer och äldre besökare i fästningen - Lättare att transportera tungt material etc, till fästningen
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	- Positivare bild av fästningen bland besökare, speciellt funktionshindrade
<b>TÄNKBARA UTVECKLING</b>	- Mer verksamhet för funktionshindrade i fästningen - Tillgång till fästningen året runt för funktionshindrade - Fästningens profil som tillgänglig för alla kan utvecklas
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	- Identifiera den mest lämpade placeringen för hiss och toaletter - Installation/nybyggnad av hiss och toaletter

## **4.8 INOMHUSUTRYMMEN PÅ FÄSTNINGSHOLMEN**

---

<b>INSATS</b>	Skapa inomhuslokaler för publik verksamhet och personal
<b>SYFTE</b>	- Minska den publika verksamhetens väderberoende - Skapa fler intäktsskapande ytor i fästningen - Möjliggöra för personalen att öka sin närvaro i fästningen
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	- Fler besökare vid dålig väderlek samt under vår, höst och vinter - Ökade intäkter vid dålig väderlek samt under vår, höst och vinter - Fler/nya verksamheter i fästningen
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	- En bättre helhetsupplevelse för kunden - En mer levande och därmed attraktivare fästning
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	- Besökservice: Toaletter, personalkrävande service, information - Café - Utställningar, konferenser, aktiviteter - Lokaluthyrning
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	- Kartlägg lämpliga ytor - Säkerställ finansiering - Inhämta tillstånd - Nybyggnad

## **4.9 VERKSAMHETSANPASSADE EVENEMANGSARENOR**

---

<b>INSATS</b>	Iordningställ 4-5 alternativa evenemangsmiljöer på Fästningsholmen och i Bohus fästning samt erbjud arrangörer paket för olika målgrupper/evenemang
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärka besöksmålets attraktivitet och konkurrenskraft som evenemangsarena</li> <li>- Skapa förutsättningar för en utökad publik verksamhet i fästningen</li> <li>- Skapa fler intäktsskapande ytor i fästningen och på Fästningsholmen</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fler och nya typer av evenemang på besöksmalet</li> <li>- Ökade intäkter</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profil som flexibel, annorlunda typ av multiarena</li> <li>- Attraherar nya typer av arrangörer, evenemang och besökare</li> </ul>
<b>TÄNKBARA UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flera evenemang parallellt</li> <li>- Speciella evenemang för respektive miljö</li> <li>- Återkommande tematiska evenemang på alla arenorna</li> <li>- Utökad verksamhet under vår, höst och vinter</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifiera önskemål/tankar hos arrangörer, artister och publik</li> <li>- Kartlägg lämpliga ytor</li> <li>- Iordningställ utvalda ytor/miljöer</li> <li>- Paketera/marknadsför de olika alternativen</li> </ul>

## **4.10 FLER YTOR FÖR VERKSAMHET**

---

<b>INSATS</b>	Iordningställa en ökad andel av besöksmålets ytor för publik verksamhet
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tillgängliggöra mer av Bohus fästning och Fästningsholmen för besökarna</li> <li>- Öka intäkterna</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fler besökare i fästningen och på Fästningsholmen</li> <li>- Mer verksamhet i fästningen och på Fästningsholmen</li> <li>- Ökade direkta och indirekta intäkter</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mer levande och attraktivare fästning och Fästningsholmen</li> <li>- Mer mångfacetterad verksamhet</li> </ul>
<b>TÄNKBARA PRODUKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flera aktiviteter och upplevelser för barn</li> <li>- Tematisk verksamhet</li> <li>- Testverksamhet för kulturturism</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifiera efterfrågade/tänkbara verksamheter</li> <li>- Identifiera lämpliga ytor</li> <li>- Iordningställ ytorna</li> </ul>

## **4.11 NY PROFILERANDE, UPPLEVELSESKAPADE TEKNIK**

---

<b>INSATS</b>	Utveckla innovativa, profilerande och attraktiva upplevelser för besökarna i fästningen och på Fästningsholmen genom ny teknik
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skapa en unik upplevelse för besöksmålets besökare</li> <li>- Stärka besöksmålets profil som upplevelserik och spännande att besöka</li> <li>- Skapa massmedial uppmärksamhet i omvärlden och lokalt.</li> <li>- Synliggöra fästningens historia</li> <li>- Tillvarata den utvecklingsresurs som IKON- projektet utgör</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fler besökare</li> <li>- Ökade intäkter</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Starkare profil och konkurrenskraft</li> <li>- Mer levande och intressant besöksmål</li> <li>- Ökat intresse för besöksmålets historia</li> </ul>
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ljus- och ljudsättning i och utanför fästningen</li> <li>- Internationell utvecklingsarena för ny upplevelseskapande teknik</li> <li>- Utveckling av säljbara tekniska lösningar.</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medverka aktivt, målinriktat i IKON och liknande samarbetsprojekt</li> <li>- Initiera och driva tekniska utvecklingsprojekt inom lämpliga områden</li> <li>- Stärk positionen som mötesplats för upplevelseindustrins innovatörer.</li> </ul>

## **4.12 VÄLKOMNANDE OCH TYDLIGARE ENTRÉOMRÅDE**

---

<b>INSATS</b>	Skapa en miljö utanför fästningen som uppfattas välkomnande och attraktiv för besökare och förbipasserande och som synliggör dess historia och unicitet
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skapa ett attraktivt första intryck av besöksmålet</li> <li>- Locka fler att besöka fästningen.</li> <li>- Synliggöra fästningens historia</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fler besökare till fästningen</li> <li>- Fler intäktsskapande ytor</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökat intresse för fästningens historia och omgivning</li> <li>- Ny naturlig plats för evenemang, försäljning etc.</li> <li>- Kan alstra fler entreprenörer till miljön/besöksmålet</li> </ul>
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Handel i historisk torgmiljö</li> <li>- Interaktiva skådespel i miljön</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	- Återskapa historisk torgmiljö framför fästningen

## **4.13 FÄSTNINGSHOLMEN SOM REKREATIONSOMRÅDE**

---

<b>INSATS</b>	Utveckla Fästningsholmen som attraktivt rekreativt område och utflyktsmål
<b>SYFTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nyttja Fästningsholmens kraft som rekreativt område och utflyktsmål för att nå alla besökare, både turister och kungälvbor</li> <li>Se Fästningsholmen som offentligt rum och ge allmänheten tillgång till alla naturmiljöer och landskapsrum även när övrig verksamhet är stängd</li> <li>- Stärka befolkningens delaktighet och känsla för området</li> </ul>
<b>MÄTBARA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fler besökare såväl turister som kungälvbor på Fästningsholmen</li> <li>- Fler besökare i fästningen</li> </ul>
<b>ÖVRIGA EFFEKTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökat välbefinnande bland besökarna</li> <li>- Ökad förståelse för älvlandskapet betydelse</li> <li>- Ökat ambassadörskap för Bohus fästning bland besökarna</li> </ul>
<b>TÄNKBAR UTVECKLING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uthyrning av kanoter, cyklar etc.</li> <li>- Äventyrsstigar, historiska promenader</li> </ul>
<b>EXEMPEL PÅ ÅTGÄRDER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Förbättra gångmiljön på Fästningsholmen, iordningställa promenadvägar och gångstigar, utsiktsplatser, sittbänkar och belysning.</li> <li>- Skapa tydliga informationsplatser och skyltning runt om Fästningsholmen</li> <li>- Skapa siktlinjer mot viktiga orienteringspunkter och utsikter</li> </ul>



## 6. FINANSIERING

---

Utvecklingsplanens insatser syftar till att tillvarata Fästningsholmens och Bohus fästnings potential som besöksmål, mötesplats, tillväxtmotor och intäktskälla.

Tillsammans avser Statens fastighetsverk och Kungälv kommun tillföra Bohus fästning och Fästningsholmen resurser motsvarande minst 60 miljoner kronor under avtalsperioden, varav 50 % avdelas för att genomföra utvecklingsplanens insatser.

Insatserna förväntas leda till en kraftfull stimulans för samhällsekonomin med positiva effekter för Kungälv kommun och dess samarbetspartners. Intäkterna från verksamheten väntas också öka kraftigt efter genomförda utvecklingsinsatser.

För Statens fastighetsverk förväntas insatserna resultera i en utvecklad, kvalitativ publik verksamhet på fästningen, en ökad tillgänglighet samt att fästningens rika kulturarv ges bättre förutsättningar att synliggöras.

Statens fastighetsverk och Kungälv kommun har en gemensam syn på hur utvecklingsplanens insatser skall finansieras. För att säkerställa genomförandet, har parterna enats kring följande finansiella upplägg:

- Statens fastighetsverk åtar sig att under avtalsperioden årligen tillföra minst 1 miljon kronor till riktade underhållsåtgärder som skapar förutsättningar för Bohus fästning och Fästningsholmen att utvecklas i enlighet med utvecklingsplanen.
- Vidare åtar sig Statens fastighetsverk att under avtalsperioden årligen tillföra ytterligare minst 2 miljoner kronor till planerade underhållsåtgärder på fästningen.
- Kungälv kommun åtar sig att under avtalsperioden årligen tillföra minst 2 miljoner kronor till insatser som skapar förutsättningar för Bohus fästning att utvecklas i enligt utvecklingsplanen.
- Vidare åtar sig Kungälv kommun att under avtalsperioden årligen tillföra ytterligare minst 1 miljon kronor till fästningens drift och publika verksamhet.
- Statens fastighetsverk skall genom underhåll och tillgängliggörande åtgärder i fästningen, hålla befintliga och nya ytor i fästningen öppna för publik verksamhet.
- Kungälv kommun svarar för att iordningställa och utrusta nämnda ytor samt skapa förutsättning för fästningen och dess entreprenörer att där utveckla och bedriva kvalitativ och intäktsskapande verksamhet.
- Parterna åtar sig att efter bästa förmåga synkronisera sina insatser.
- För att synliggöra ett ökat regionalt finansiellt engagemang för Bohus fästning och därmed möjliggöra en prioritering av fästningen bland Statens fastighetsverks bidragsfastigheter, så är det parternas strävan att knyta en regional offentlig aktör till utvecklingsarbetet.
- Ytterligare offentliga och privata aktörer skall i största möjliga mån bjudas in att delta finansiellt i utvecklingsarbetet och dess insatser.
- Om utvecklingsplanen eller en del därav av något skäl inte kan uppfyllas av någon part, skall parterna genom styrgruppen enas kring en förändrad utvecklingsplan.
- Rollfördelningen parterna emellan följer för övrigt hyresavtalet

## **7. TIDPLAN**

---

Då parterna inte kan ta finansiella beslut för hela avtalsperioden eller för flera kalenderår åt gången, så är ingen traditionell tidsplan upprättad.

Parterna är överens om att använda tillgängliga medel – för att genomföra utvecklingsplanen - med en god balans mellan näraliggande behov och strategiska insatser för den långsiktiga utvecklingen. Prioriteringen utvärderas och uppdateras varje år av den blivande utvecklingsgruppen.

## **8. AVSTÄMNING / UTVÄRDERING**

---

För att säkerställa att utvecklingsplanen genomförs på ett effektivt och professionellt sätt, så skall en regelbunden avstämning, utvärdering och justering av planen ske.

Utvecklingsgruppen har som ansvar att utöver parternas egna utvärderingar, årligen stämma av och utvärdera genomförda insatser samt justera utvecklingsplanen vad gäller mål och insatser. Faktorer att ta hänsyn till: Omvärldens utveckling, parternas förutsättningar, genomförda insatser samt måluppfyllelse relaterat till uppsatta mål och satsade resurser

## **9. UTVECKLINGSPLANENS TILLKOMST**

---

### **9.1 MEDVERKANDE AKTÖRER**

Ett flertal aktörer har medverkat vid tillkomsten av utvecklingsplanen:

#### Styrgrupp

En styrgrupp med representanter för parterna har ansvarat för utvecklingen av denna utvecklingsplan och det grundläggande hyresavtalet. I styrgruppen ingick:

Kungälv kommun      *Miguel Odhner, Anders Holmensköld, Ulla Linton*  
 Statens fastighetsverk      *Larsåke Sandin, Kristin Cadier, Katarina Granell,  
 Krister Andersson*

#### Arbetsgrupp

En arbetsgrupp har på styrgruppens uppdrag format denna utvecklingsplan under 090901-100429. I arbetsgruppen ingick:

Kungälv kommun      *Ulla Linton, Lena Hasselgren, Åsa Berglie, (Kungälv kommun),  
 Björn Johnson (SBTAB),*  
 Statens fastighetsverk      *Krister Andersson, Maria Hallberg, Allan Ahlman (slottsarkitekt)*  
 Konsult      *Claes Brunius (utvecklingskonsult)*

Vid arbetsgruppens möten har ett flertal andra berörda personer deltagit:

*Gerda Elfverson (SFV), Karoline Rosgardt, Stefan Unger, Magnus Gyllestad, Johanna Ljung Abrahamsson, Anette Svahn(Kungälv kommun).*

#### Kungälv kommun

I Kungälv kommun har en politisk styrgrupp följt och medverkat i utvecklingsarbetet  
*Maria Abrahamson (sammanh), Miguel Odhner, Lillvor Bergin, Eva Hansson, Brita Ullman*

#### Referensgrupp

En referensgrupp med företrädare för Kungälv kommun, Statens fastighetsverk och aktörer på Fästningsholmen, ledd av Maria Abrahamson, har följt och medverkat i utvecklingsarbetet.

### Samverkande projekt

Väsentliga delar av utvecklingsarbete har skett inom ramen för projekten IKON och Bohusporten. Projektmedel från EU och Västra Götalandsregionen har också bidragit till finansieringen av arbetet med utvecklingsplanen.

### Entreprenörer/aktörer / aktörer /hyresgäster

Vid ett seminarium kring den framtida verksamheten på Fästningsholmen och i Bohus fästning den 6 mars 2009 deltog ett flertal berörda entreprenörer, hyresgäster och intresseföreningar. Åsikter och önskemål som diskuterades ingick i beslutsunderlaget. Torsdag den 28 januari 2010 hölls avstämningsmöte där huvudtankarna i utvecklingsplanen presenterades och diskuterades med berörda aktörer. De åsikter och önskemål som diskuterades på mötena har ingått i beslutsunderlaget.

### Enskilda personer

Individuella samtal har också förts med ett antal personer.

## **9.2 DOKUMENT**

Utvecklingsplanens upplägg utgår från Statens fastighetsverks utvecklingsplan för Kalmar slott.

Som grund för utvecklingsplanen ligger även tidigare insamlad fakta, omvärldsbevakning, information om IKON - projektet, erfarenhet från tidigare arbete med erfarenheter från tidigare arbete med Bohusporten mm.

Utvecklingsplanen har under sin tillkomst även synkroniserats med andra berörda styrdokument för området som detaljplan, vårdprogram och skötselplan.

## **9.3 KÄLLFÖRTECKNING**

- Potentialanalys: Antal besök på Bohus fästning, Åsa Widmark, TUI. 2010
- Vårdprogram för Bohus Fästning, Statens fastighetsverk. 2010
- En studie av samhällsekonomi kring Nordiska Akvarellmuseet, Armbrecht J & Andersson T.D. 2010
- Marknadsplan Bohusporten, Handels Consulting. 2007