

18 maj 2026

Stena Line och GöteborgsOperan krokarm – ska locka internationell publik till Göteborg

Göteborg stärker sin position som en av Nordens ledande kulturdestinationer. Genom ett nytt strategiskt samarbete mellan Stena Line och GöteborgsOperan sätts stadens kulturliv i centrum för reseupplevelsen – med målet att attrahera en bredare internationell publik. Först ut i denna satsning är musikalen *Wicked*, som har premiär i oktober.

Samarbetet bygger på en växande trend där resenärer i allt högre grad väljer destination utifrån upplevelser snarare än resan i sig. Ambitionen är att göra ett besök på GöteborgsOperan till ett lika självklart val för internationella kulturresenärer som scener i exempelvis London eller Hamburg. Genom att integrera Göteborgs kulturliv i sin affärsstrategi vill Stena Line bredda sitt erbjudande och öppna kundernas ögon för stadens samlade utbud.

”Göteborg har ett kulturutbud i världsklass. Som en av stadens viktigaste länkar till omvärlden ser vi det som vårt uppdrag att bidra till att resenärer vill besöka staden för att uppleva kultur. Genom samarbetet med GöteborgsOperan stärker vi helhetsupplevelsen och gör det enklare för fler internationella besökare att upptäcka staden”, säger Ulf Staaff, Travel Commercial Manager på Stena Line.

GöteborgsOperan nominerades 2025 till Årets Operahus vid International Opera Awards. För operahuset innebär partnerskapet en möjlighet att nå nya målgrupper utanför Sverige, inte minst i Danmark och Tyskland, och samtidigt stärka positionen som en internationell destination. I samband med premiären av den hyllade musikalen *Wicked* i oktober ser GöteborgsOperan stora möjligheter att attrahera en bredare publik och som en del i samarbetet reserverar nu GöteborgsOperan ett antal biljetter för de danska besökarna.

”Vår ambition är att GöteborgsOperan ska vara en självklar destination för kulturintresserade, även internationellt. Tillsammans med Stena Line kan vi nå en publik utanför Sveriges gränser och visa att stora, högklassiga scenkonstupplevelser finns nära”, säger Ing-Marie Persmo, chef marknad och försäljning på GöteborgsOperan.

Initiativet ligger i linje med Göteborgs långsiktiga strategi att stärka stadens position som kulturhuvudstad i Sverige, där samarbeten mellan kultur och näringsliv spelar en central roll för att locka fler internationella besökare. Göteborg & Co ser partnerskapet som en stark motor i stadens fortsatta utveckling, där samverkan mellan kultur och näringsliv är en avgörande förutsättning för att nå målet om att bli landets främsta kulturdestination.

”När två starka aktörer inom näringsliv och kultur samverkar på det här sättet blir det enklare för internationella besökare att välja Göteborg. Det är precis den typen av initiativ som stärker stadens attraktionskraft året runt och bidrar till vår ambition att vara Sveriges ledande kulturdestination”, säger Helena Lindqvist, Marknads- och kommunikationschef på Göteborg & Co.

18 maj 2026

För mer information, vänligen kontakta: Ulf Staaff, Travel Commercial Manager på Stena Line, på telefon: +46 (0) 765 11 83 52 eller e-mail: ulf.staaff@stenaline.com

Om Stena Line: Stena Line är ett av Europas ledande färjerederier med 40 fartyg och 20 linjer i norra Europa och Medelhavet, som årligen gör totalt 35 000 seglingar. Stena Line är en viktig del av det europeiska logistiknätverket och utvecklar nya intermodala fraktlösningar genom att kombinera transporter på järnväg, väg och hav. Stena Line spelar också en viktig roll för turismen i Europa med sin omfattande passagerarverksamhet. Företaget är familjeägt, grundades 1962 och huvudkontoret ligger i Göteborg. Stena Line har 8,750 anställda och omsätter 20,2 miljarder kronor. Mer information finns på www.stenaline.com