



KOMMUNIKATIONSPLAN

Rättvisa priser i Gotlandstrafiken

Fastställt av Välj ett objekt

Framtagen av regionstyrelseförvaltningen

Datum [Beslut/Publiceringsdatum]

Gäller 2025-tillsvidare

Ärendenr RS 2025/1882

Version [1.0]

Rättvisa priser i Gotlandstrafiken

Innehåll

Rättvisa priser i Gotlandstrafiken 1

1 Inledning 4

- 1.1 Avgränsning – vad denna kommunikationsplan omfattar och inte omfattar 4

2 Bakgrund om arbetet för rättvisa färjepriser 5

- 2.1 Analys av faktiska biljettpriser 5
- 2.2 Behovet av planerad och samordnad kommunikation – en priskommission för färjetrafiken 5

3 Kommunikation av Rättvisa priser i Gotlandstrafiken 6

- 3.1 Syfte 6
- 3.2 Målgrupper 6
 - 3.2.1. Beslutsfattare – de som kan fatta beslut 6
 - 3.2.2. Opinionsbildare och samhällsaktörer – de som formar bilden 6
 - 3.2.3. Allmänheten – de som visar bredd och stöd 7

4 Riktlinjer för kommunikation 8

- 4.1 Kommunikationsmål 8
 - 4.1.1 Mål för beslutsfattare (riksdag, regering) 8
 - 4.1.2 Mål för opinionsbildare och samhällsaktörer (företag, föreningar, lokalpolitiker, Gotlandsambassadörer med påverkanskraft) 8
 - 4.1.3 Mål för allmänhet (gotlänningar, ambassadörer) 8
 - 4.1.4 Kvantitativa mål 9
 - 4.1.4.1 Aktivitetsmål 2026: 9
 - 4.1.4.2 Effektmål 2026: 9
- 4.2 Budskap 9
 - 4.2.1 Huvudbudskap 9
 - 4.2.2 Delbudskap 9
- 4.3 Ansvar och roller 10
- 4.4 Strategi 10
- 4.5 Taktik 10

5 Kanaler, samarbeten och nyckelpersoner 11

- 5.1 Kanaler 11
 - 5.1.1 Digitala kanaler 11
 - 5.1.2 Skriftlig och muntlig kommunikation 11
 - 5.1.3 Trycksaker och digitala dokument 11
 - 5.1.4 PR-aktiviteter 11
- 5.2 Externa samarbeten och forum 11
- 5.3 Nyckelfunktioner 11

6 Aktivitetsplan 12

- 6.1 Fas 1: 2025 – 2026 Fakta, presentera, förankra 12
- 6.2 Fas 2: 2026 Mobilisera, kraftsamla, påverka 12
- 6.3 Fas 3: 2027 – 2028 Ny mandatperiod, ny färjeavtalsperiod 12
- 6.4 Fas 4: 2029 och framåt med ny kravställan 12

7 Kommunikationsinsatser för att stötta aktiviteterna 13

- 7.1 Visuell identitet 13
- 7.2 Hemsida 13
- 7.3 Digital kommunikation 13
- 7.4 Grafisk produktion 13
- 7.5 Produktion av text 13

8 Risker och utmaningar 14

- 8.1 Politiskt ointresse och konkurrens från andra riksintressanta frågor 14
- 8.2 Otydlig ansvarsfördelning mellan nivåer och aktörer 14
- 8.3 Risk för varumärket Gotland 14
- 8.4 Relationsrisker – gentemot operatör och statliga parter 14
- 8.5 Risk att vi uppfattas som gnälliga eller fast i en återkommande klagoton 14

9 Uppföljning och utvärdering 15

Bilaga 1: Definiering av olika grupper och forum 16

Bilaga 2: Formuleringar och nyckelord 18

- Rättvisa och ansvar 18
- Samhällsnytta och nationellt perspektiv 18
- Tillgänglighet och vardag 18
- Utveckling och hållbarhet 18

1 Inledning

Syftet med den här kommunikationsplanen är att samordna planering och genomförande av olika aktiviteter med kommunikationsinsatser för att Gotland ska få rättvisa färjepriser. Med rättvisa priser menas att det ska kosta lika mycket att resa med färjetrafiken som att färdas motsvarande sträcka på land.

Planen lägger grunden för kommunikation som sker från hösten 2025 och flera år framåt.

Planen ska fungera som ett stöd för både politiker och tjänstemän som har någon del i att kommunicera frågan om rättvisa färjepriser.

Planen kan komma att revideras för att ligga i linje med kommande ställningstaganden och vid en eventuell revidering av Gotlands Trafikråds ställningstaganden för flyg- och färjetrafiken till och från Gotland: *"Gotländska ståndpunkter om kommunikationerna till och från Gotland"*.

1.1 Avgränsning – vad denna kommunikationsplan omfattar och inte omfattar

Denna kommunikationsplan fokuserar på Region Gotlands kommunikation av arbetet för **rättvisa färjepriser till och från Gotland** och sträcker sig över tre tidsperspektiv:

- **Kort sikt:** nuvarande färjeavtal, till och med januari 2027
- **Medellång sikt:** nästa färjetrafikavtal, februari 2027–2035/37
- **Lång sikt:** strukturella lösningar och långsiktig tillgänglighet bortom nästa avtal, 2035/37–

Kommunikationen ska stödja och förstärka det övriga arbetet i frågan, genom att tydliggöra Region Gotlands roll och politiska inriktning. Genom att koppla ihop kommunikation med konkret påverkan ökar både genomslaget och möjligheten att skapa engagemang.

Planen omfattar **inte**:

- Det interna arbetet med utredningar, analyser eller faktainsamling
- Det formella politiska arbetet, såsom beslut, partipolitiska ställningstaganden eller formell opinionsbildning från enskilda politiker

Dessa områden ligger utanför planens mandat – kommunikationen kan stödja och förhålla sig till dem, men inte styra vare sig det politiska arbetet eller de analyser och utredningar som genomförs.

2 Bakgrund om arbetet för rättvisa färjepriser

Priserna för att resa med färjetrafiken är idag på en nivå som påverkar Gotland negativt. Frågan har också en säkerhetspolitisk dimension. För att Gotlands civila beredskap ska kunna byggas upp och Gotlands del i totalförsvaret stärkas, krävs det att Gotland har goda och tillförlitliga förbindelser till fastlandet. Region Gotland har kontinuerligt lyft problematiken i relevanta forum, i remissyttranden och i möten med politiker, men problemet med alltför höga färjepriser kvarstår alltså.

Region Gotland ser ett behov av att tänka om och hitta nya angreppssätt för att få upp frågan på riksdagens och regeringens bord. Arbetet behöver vara långsiktigt, dels då erfarenhet visar att det är svårt att få gehör i frågan, dels då behovet av rättvisa färjepriser i Gotlandstrafiken är konstant – på kort sikt i nuvarande avtal, på medellång sikt under kommande avtalsperiod, och på lång sikt bortom nästa avtalsperiod. För att sänka färjepriserna krävs en förändrad nationell syn på Gotland och dess förutsättningar.

Frågan om Gotlandstrafikens kostnader måste därför lyftas till nationell nivå, där beslutsfattare ser Gotland och färjetrafiken hit och härifrån, som en del av Sveriges sammanhållning. Det handlar om att förändra opinionen – både bland politiker och i det bredare svenska samhället – så att Gotlands särskilda läge och behov tas på allvar i politiska beslut och resursfördelning.

Optimalt är slutmålet att priserna för att resa och transportera gods med färjan ska sänkas till en nivå i linje med övrigt resande i landet, eftersom det är en förutsättning för att Gotland ska utvecklas i linje med mål och vision i den regionala utvecklingsstrategin.

2.1 Analys av faktiska biljettpriser

Region Gotland har genomfört ett analysarbete om biljettpriserna på Gotlandsfärjan. Med detta arbete och flera olika insatser kan frågan om rättvisa färjepriser lyftas, lokala krafter mobiliseras och rikspolitiker påverkas.

Genom att underbygga Gotlands erfarenheter av höga färjepriser med ett framtaget och bearbetat underlag som flera personer och funktioner ska kunna använda, breddas Region Gotlands möjlighet till påverkan.

2.2 Behovet av planerad och samordnad kommunikation – en priskommission för färjetrafiken

Inom Region Gotland är det både regionstyrelseförvaltningen och regionstyrelsen som driver arbetet för rättvisa färjepriser framåt. Det behöver finnas en samstämmighet mellan politiken och tjänstepersonsorganisationen om vissa begrepp och budskap för att kommunikationen utåt ska vara sammanhållen och tydlig och för att det ska bli enkelt för målgrupperna att förstå. Arbetet kommer att samordnas genom en priskommission för rättvisa priser i färjetrafiken. Priskommissionen inkluderar alla partier i regionfullmäktige och till priskommissionen knyts särskilt tjänstepersonsstöd såväl som extern kompetens i specifika frågor. Priskommissionens arbete tar stöd i denna kommunikationsplan.

Genom att tillsammans stärka och tydliggöra budskapen är målet med kommunikationsplanen att få målgrupperna att uppmärksamma och intressera sig för färjeprisfrågan och att fatta beslut som bidrar till betydligt lägre färjepriser.

3 Kommunikation av Rättvisa priser i Gotlandstrafiken

3.1 Syfte

Syftet med kommunikationen är att få staten att gå in och ta sitt ansvar i en för Gotland avgörande regional utvecklingsfråga.

Ett delsyfte är att synliggöra hur Region Gotland agerar och planerar att agera i denna avgörande regionala utvecklingsfråga.

Syftet är nära sammanlänkat med flera av effektmålen i den regionala utvecklingsstrategin, inte minst:

- En trygg och attraktiv livsmiljö med goda uppväxtvillkor
- God beredskap och god förmåga att hantera samhällsstörningar
- God konkurrenskraft och tillväxt i näringslivet
- God tillgänglighet och hållbara kommunikationer.

3.2 Målgrupper

För att uppnå målet om rättvisa färjepriser behöver kommunikationen rikta sig till flera målgrupper – med olika roller, ansvar och möjligheter att påverka. Varje målgrupp fyller en funktion i att bygga stöd, skapa tryck och möjliggöra beslut.

3.2.1. Beslutsfattare – de som kan fatta beslut

Syfte: Direkt påverkan på kompensation, avtal och budget.

- Nationella politiker (riksdag, regering, partiledningar)
- Trafikverket (myndighetsutredningar, upphandling)

Hur: Faktabaserad, tydlig och strategisk kommunikation. Gärna stödd av lokal opinion och exempel från verkligheten.

Viktigast är riksdag och regering, eftersom deras beslut styr förutsättningarna för Trafikverkets arbete och därigenom ramarna för färjetrafiken. Fram till och med 2035 och med en option på ytterligare två år finns avtal undertecknat mellan stat och operatör. Operatören kommer att agera inom ramen för de avtalen. Det är bara riksdag och regering som kan säkerställa eventuella behov av kompensation under den perioden.

Trafikverket upphandlar färjetrafiken till och från Gotland och Region Gotland har kontinuerliga avstämningar med Trafikverket i frågan. Dessa intensifieras när Trafikverket går in i arbete inför en ny avtalsperiod. Under nuvarande och kommande avtalsperiod kommer Trafikverket inte agera på Region Gotlands krav på rättvisa färjepriser utan tydliga direktiv från sina uppdragsgivare men framför allt avseende avtalet bortom 2035/2037 är det en viktig part att fortsätta dialogen med.

3.2.2. Opinionsbildare och samhällsaktörer – de som formar bilden

Syfte: Indirekt påverkan genom synlighet, debatt och legitimitet.

- Gotländska företag och branschaktörer
- Föreningar
- Kommunala och regionala politiker
- Landshövdingen
- Journalister och redaktioner (lokala och nationella)

- Almedalsaktörer och debattörer
- Gotlandsambassadörer med påverkanskraft

Hur: Berättelser, nyhetsvärde och relevans för respektive aktörs perspektiv.

3.2.3. Allmänheten – de som visar bredd och stöd

Syfte: Folklig förankring, engagemang och långsiktig mobilisering.

- Gotländska privatpersoner
- Gotlandsambassadörer (gotlänningar som flyttat från ön, besökare och fritidsgotlänningar)

Hur: Tillgängligt språk och konkreta exempel på hur Region Gotland agerar och hur man kan agera som privatperson.

4 Riktlinjer för kommunikation

4.1 Kommunikationsmål

Målet med kommunikationen är att uppnå rättvisa priser i Gotlandstrafiken på kort och lång sikt. Rättvisa = det ska kosta lika mycket att resa med färjetrafiken som att färdas motsvarande sträcka på land.

4.1.1 Mål för beslutsfattare (riksdag, regering)

Kunskap:

- Kunskap om hur dagens färjepriser påverkar Gotlands konkurrenskraft, tillgänglighet och långsiktiga utveckling
- Kunskap om möjliga tillvägagångssätt för att sänka färjepriserna/kompensera för höga färjepriser

Attityd:

- Gotlands färjetrafik är ett nationellt ansvar!
- Det är rimligt och nödvändigt att agera!

Motivation:

- Det är en politiskt gångbar och viktig fråga att prioritera
- Det finns ett brett stöd regionalt och bland medborgare
- Det är viktigt att agera nu – för rättvisa, regional utveckling och politisk trovärdighet

Beteende:

- Utveckla konkreta förslag och möjliga lösningar (t.ex. kompensation, avtalsvillkor)
- Driva förändringar inom respektive ansvarsområde (budget, avtal, prioriteringar)

4.1.2 Mål för opinionsbildare och samhällsaktörer (företag, föreningar, lokalpolitiker, Gotlandsambassadörer med påverkanskraft)

Kunskap:

- Kunskap om problemets omfattning och konsekvenser
- Förstå att de kan bidra till att lyfta frågan

Attityd:

- Färjepriser är en rättvisefråga och en utvecklingsfråga
- Det är angeläget att engagera sig

Motivation:

- Mitt engagemang kan påverka
- Det finns vinster för den egna verksamheten eller området

Beteende:

- Delta i kommunikation (debatt, artiklar, evenemang)
- Backa upp politiska krav, lyfta frågan i egna nätverk

4.1.3 Mål för allmänhet (gotlänningar, ambassadörer)

Kunskap:

- Känna till vem som bestämmer över färjetrafiken
- Veta att Region Gotland prioriterar frågan

Attityd:

- Det går att påverka, min insats har betydelse
- Detta är en fråga för hela Gotland, alla som har en relation till ön samt "Sverige"

Motivation:

- Engagemang som stärks av berättelser, exempel och konkreta konsekvenser
- Den egna situationen där färjepriset påverkar ens egna liv och verksamhet

Beteende:

- Dela budskap, prata om frågan, skriva under upprop
- Delta i aktiviteter eller evenemang kopplade till frågan

4.1.4 Kvantitativa mål

4.1.4.1 Aktivitetsmål 2026:

- Bjuda in till två Trafikforum (läs mer om Trafikforum i bilaga 1)
- Genomföra minst två kunskapshöjande insatser riktade mot primär målgrupp, exempelvis seminarium på Almedalsveckan

4.1.4.2 Effektmål 2026:

- Genererat minst två motioner/interpellationer/frågor i riksdagen
- Minst tio exponeringar i riksmidia
- Beslut om kompensation eller utredning av kompensationsmodell

4.2 Budskap

4.2.1 Huvudbudskap

Rättvisa priser i Gotlandstrafiken!

Rättvisa = det ska kosta motsvarande att resa med färjetrafiken som att färdas motsvarande sträcka på land.

4.2.2 Delbudskap

- Gotland är en del av Sverige – rättvisa färjepriser är en förutsättning för regional utveckling och tillgänglighet.
- Färjan är Gotlands landsväg – utan rättvisa färjepriser riskerar vi ett samhälle med sämre tillgång till vård, studier, arbete och livskvalitet, vilket påverkar Gotlands attraktionskraft.
- Höga färjepriser ökar Gotlands sårbarhet – de riskerar att försvaga befolkningsunderlaget och urholka viktiga samhällsfunktioner, samtidigt som Gotland har en avgörande roll i Sveriges beredskap och säkerhet.
- Företag på Gotland behöver likvärdiga villkor som fastlandsföretag för att kunna växa, anställa och konkurrera.
- Rättvisa färjepriser är avgörande för att unga ska vilja bo kvar, människor i arbetsför ålder vilja flytta hit och besökare fortsätta att komma.
- Det går att förändra – med rätt prioriteringar kan färjepriserna bli mer rättvisa redan inom nuvarande avtal.

4.3 Ansvar och roller

Arbetet i tjänstepersonsorganisationen hålls samman av regionstyrelseförvaltningen.

Klassiskt påverkansarbete hålls samman av respektive parti.

4.4 Strategi

Kommunikationen ska bedrivas långsiktigt, samordnat och målgruppsanpassat – med rätt budskap till rätt aktör i rätt tid. Fakta kombineras med berättelser för att väcka förståelse, engagemang och vilja till förändring. Arbetet sker i flera spår parallellt: politisk påverkan, opinionsbildning och mobilisering av lokala krafter.

4.5 Taktik

Kommunikationen ska bygga på en kombination av:

- Formell påverkan via etablerade kanaler som remissyttranden, skrivelser, möten och dialogforum med ansvariga myndigheter och politiker.
- Synlighet i medier genom debattartiklar, intervjuer och pressmeddelanden – särskilt i samband med nyckelhändelser.
- Deltagande i lokala strategiska sammanhang som Företagardagen och Trafikforum.
- Deltagande i nationella strategiska sammanhang som Almedalsveckan, SKR-forum och Mälardalsrådets En Bättre Sits-samarbete
- Tillgängligt kommunikationsmaterial (t.ex. prisjämförelser, grafiskt material och fakta) som kan användas av olika aktörer för att föra frågan vidare.
- Stärkande av lokal opinion genom att engagera näringsliv, föreningar och privatpersoner – i syfte att visa brett stöd och skapa tryck mot beslutsfattare.

All kommunikation ska anpassas efter målgrupp och kanal, och kopplas till relevanta beslutstillfällen eller mediala fönster för att få genomslag.

5 Kanaler, samarbeten och nyckelpersoner

5.1 Kanaler

5.1.1 Digitala kanaler

- Webbsida: Rättvisa färjepriser i Gotlandstrafiken behöver en egen webbsida med tydliga och lättillgängliga fakta samt information om olika händelser. Den ska fungera som ett nav och vara platsen man hela tiden hänvisar till.
- Region Gotlands sociala medier: Inlägg som lyfter fakta, berättelser och aktiviteter. Sprida korrekt information. Visa att Region Gotland jobbar med frågan.

5.1.2 Skriftlig och muntlig kommunikation

- Skriftlig kommunikation: Remissyttranden, skrivelser och andra formella dokument till regeringen och andra aktörer för att tydliggöra frågans betydelse.
- Muntlig kommunikation: Seminarier och möten riktade mot målgruppen för att öka kunskapen och insikten om varför Gotland behöver rättvisa färjepriser och ett långsiktigt hållbart trafikupplägg.

5.1.3 Trycksaker och digitala dokument

- Fakta och statistik (t.ex. från prisundersökningen) paketeras så att flera aktörer – företag, föreningar, beslutsfattare – enkelt kan använda materialet i sina egna sammanhang.

5.1.4 PR-aktiviteter

- Pressmeddelanden, debattartiklar och intervjuer i lokal och nationell media för att nå både beslutsfattare och allmänhet med Region Gotlands budskap.

5.2 Externa samarbeten och forum

Region Gotland driver löpande arbetet för goda kommunikationer och rättvisa färjepriser för Gotlandstrafiken. Det sker i flera sammanhang – bland annat i Trafikrådet, i samarbetet *En Bättre Sits* inom Mälardalsrådet, i relevanta forum inom SKR samt i regionledningsmöten med Trafikverket.

I oktober 2025 bjuder Region Gotland för första gången in till ett Trafikforum. Möten i Trafikforum ska hädanefter genomföras två gånger per år.

Frågan lyfts även under Almedalsveckan.

5.3 Nyckelfunktioner

- Regionens politiska ledning och opposition: Tydliga, eniga och aktiva i frågan.
- Tjänstepersoner på regionstyrelseförvaltningen: Kunniga och tydliga.
- Gotländska riksdagsledamöter: Ambassadörer i riksdagen.
- Näringslivsaktörer och föreningar: Röster som visar konsekvenser i verkligheten.
- Talespersoner: Trygga och tillgängliga, redo att svara på frågor och hålla i budskapet.

6 Aktivitetsplan

6.1 Fas 1: 2025 – 2026 Fakta, presentera, förankra

Faktainsamling, presentera framtaget material och förankring.

Kontinuerlig kommunikation av det som händer och genomförs. Tabellen är ett utkast på aktiviteter och är inte en slutgiltig aktivitetslista.

Vad ska göras?	Vem ansvarar?	När?
Ta fram kommunikationsmaterial för att kommunicera framtagna prisstatistik	regionstyrelseförvaltningen	Oktober 2025
Genomföra Varumärkesundersökning	regionstyrelseförvaltningen	Q4 2025
Genomföra OECD-workshop	regionstyrelseförvaltningen	14 nov 2025
Skicka hemställan till regeringen	regionstyrelsen	19 nov 2025
Vid behov genomföra bredare resvaneundersökning	regionstyrelseförvaltningen	Våren 2026
Fortsätta att löpande verka i relevanta forum	berörda	Löpande
Fortsätta att löpande lyfta frågan i möten och relevanta remissyttranden	berörda	Löpande
Fortsätta att hålla hemsidan gotland.se uppdaterad	regionstyrelseförvaltningen	Löpande
Fortsätta med löpande omvärldsbevakning	regionstyrelseförvaltningen	Löpande

6.2 Fas 2: 2026 Mobilisera, kraftsamla, påverka

Vad ska göras?	Vem ansvarar?	När?
Förstärkt strategisk kommunikation	Politiska sekreterare i samverkan med regionstyrelseförvaltningen	2026
Planera och genomföra riksdagsseminarium om ö-frågan inklusive färjepriserna	Politiska sekreterare i samverkan med regionstyrelseförvaltningen	Våren 2026
Genomföra seminarium och aktiviteter under Almedalsveckan	Politiska sekreterare i samverkan med regionstyrelseförvaltningen	Vecka 26

6.3 Fas 3: 2027 – 2028 Ny mandatperiod, ny färjeavtalsperiod

Utvärdering av nya avtalet. Utfall och behov.

6.4 Fas 4: 2029 och framåt med ny kravställan

Fortsatt aktiva när arbetet med ny kravställning inleds.

7 Kommunikationsinsatser för att stötta aktiviteterna

Aktiviteterna ovan initieras och drivs av politiker och/eller tjänstepersoner. I samband med dessa behövs kommunikativa insatser för att stödja och stärka deras budskap.

7.1 Visuell identitet

Utgångspunkten är att använda de riktlinjer som finns i Region Gotlands grafiska manual, men med ett par tillägg:

- Ta fram en gemensam symbol.

Grafiskt material behöver märkas med en gemensam symbol för att visa att olika kommunikationsinsatser hör ihop med varandra och för att stärka budskapet med upprepning och igenkänning.

- Skapa en gemensam bildbank

Genom att välja ut 10–20 bilder som kan användas i kommunikationen, samt att under arbetets gång lägga till lämpliga illustration eller grafer, så blir det enklare att hitta bilder och om samma bilder används på nytt, bidrar de också till att skapa igenkänning.

7.2 Hemsida

- Skapa en hemsida för Rättvis färjetrafik

På hemsidan läggs aktuell information om undersökningar, aktiviteter och annat som är relevant.

7.3 Digital kommunikation

- Ansvara för innehåll i digitala medier

Både hemsida och inlägg i sociala medier kräver att en person har ansvar för att producera information, publicera och följa upp – uppföljning särskilt viktigt när det är sociala medier.

7.4 Grafisk produktion

- Ta fram en uppsättning grundmallar till grafiskt material

Som grafiskt material avses här allt som är nivån över ”arbetsmaterial”. Så snart något ska lämnas över och läsas av flera, bör det ha ett mer genomarbetat utseende, för att tydliggöra hur viktig frågan om färjepriser är.

Det kan vara inbjudningar, affischer, annonser, PowerPoint-presentationer eller utskriven information till deltagarna. Ibland behövs även sk mässmaterial som beachflaggor, vepor eller profilkläder. Digitala dokument kan också läggas ut på hemsidan. Exakt vilket grafiskt material som behöver tas fram beror på framtida beslut och aktiviteter.

7.5 Produktion av text

- Ta fram en lista med ord och begrepp
- Redigeringsstöd från kommunikatör

Texterna – ord och begrepp, samt tonalitet är viktigt att anpassa efter den målgrupp man riktar sig till. En kommunikatör behövs för att skriva relevanta och intressanta texter eller för att redigera texter.

Listan med ord och begrepp bör löpande ses över och uppdateras.

8 Risker och utmaningar

Kommunikationen kring rättvisa färjepriser kommer att behöva hantera ett antal utmaningar, både i den politiska kontexten och i det offentliga samtalet.

8.1 Politiskt ointresse och konkurrens från andra riksintressanta frågor

Andra trafikrelaterade utmaningar på fastlandet ges ofta större utrymme. Det finns också en risk att Gotlandsfrågan ses som avgränsad eller mindre angelägen.

Tänkbara budskap:

- ”Gotland får redan mycket stöd”
- ”Det finns större trafikproblem på fastlandet”
- ”Det är marknadens villkor som gäller”

Lösning: Bemöt med fakta, rättviseperspektiv och lösningsfokus. Betona vikten av helhetssyn, att rättvisa färjepriser är en investering i samhällsutveckling, inte en kostnad.

Positionera Gotlandstrafiken som en del av nationell rättvisa och tillväxt.

8.2 Otydlig ansvarsfördelning mellan nivåer och aktörer

När olika aktörer har olika roller i avtalsprocesser, upphandling och politik finns risk att budskap och ansvar blandas ihop.

Lösning: Kommunicera tydligt *vem som gör vad* – t.ex. vad regionen driver och vad som kräver riksdagens beslut.

8.3 Risk för varumärket Gotland

En ofta nämnd risk är att Gotlands attraktionskraft påverkas negativt om vi lyfter fram att det är dyrt att resa hit.

Lösning: Balans i kommunikationen – vi talar om systemfel och behov av lösning, inte om att Gotland är svårtillgängligt. Den som bokar sin resa kan själv bilda sig en uppfattning om prisnivå. Det är rimligt att vara transparent och samtidigt betona Gotlands värde.

8.4 Relationsrisker – gentemot operatör och statliga parter

Kritik kan misstolkas som missnöje med operatören eller leda till försämrade relationer med viktiga samarbetspartners.

Lösning: Håll kommunikationen saklig och fokuserad på system och struktur, inte individer eller enskilda aktörer. Samarbeta där det är möjligt, och kritisera där det är nödvändigt – men med tonvikt på konstruktiv dialog.

8.5 Risk att vi uppfattas som gnälliga eller fast i en återkommande klagoton

Om frågan lyfts ofta finns en risk att den tappar genomslag eller uppfattas som tröttsam.

Lösning: Använd nya vinklar, konkreta exempel och visa på lösningar. Bygg kommunikation som fokuserar på framtid, möjligheter och gemensamt ansvar.

9 Uppföljning och utvärdering

Den här kommunikationsplanen kommer att följas upp, varvid insatserna utvärderas, två gånger om året, i januari och augusti. Uppföljningen presenteras för priskommissionen/utökat RSAU.

Utöver detta finns också möjlighet att revidera planen löpande vid behov.

Bilaga 1: Definiering av olika grupper och forum

Vad är det – syfte? Vilka ingår? Vilken roll i färjeprisfrågan?

Trafikrådet arbetar för att främja goda och miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbara kommunikationer till, från och på Gotland. Trafikrådet består av representanter från näringsliv, statliga myndigheter, civilsamhälle, infrastrukturansvariga och Region Gotland. Trafikrådet leds av Region Gotland, i egenskap av regionalt utvecklingsansvarig. Regionstyrelsens ordförande är ordförande och sammankallande i rådet. Uppgiften att praktiskt samordna rådet ligger på Region Gotland.

Följande aktörer ges tillfälle att delta i Trafikrådet:

- Företagarna Gotland
- Gotlands Förenade Besöksnäring
- LRF Gotland
- Länsstyrelsen i Gotlands län
- Region Gotland
- RF SISU Gotland
- Sveriges Åkeriföretag Gotland
- Swedavia Visby Airport
- Tillväxt Gotland

Trafikforum arrangeras av Trafikrådet två gånger per år, med start hösten 2025. Trafikforum ska utgöra en arena där kommunikationer och infrastruktur diskuteras i en bredare krets. Till Trafikforum inbjuds representanter från civilsamhälle, akademi, näringsliv, myndigheter och operatörer. På Trafikforum ges aktuell information om kommunikationerna till, från och på Gotland och om arbetet som utförs i Trafikrådet. På Trafikforum ska också utrymme finnas för strategisk diskussion, frågor och inspel.

Trafikverket är upphandlande myndighet av Gotlandstrafiken.

Priskommissionen är en politisk gruppering som inkluderar alla partier i regionfullmäktige och som med extra kraft ska driva färjeprisfrågan framåt för att påverka staten.

REGU är förkortningen för Region Gotlands regionala utvecklingsutskott. I REGU bereds frågor som faller inom det regionala utvecklingsansvaret till regionstyrelsen.

Mälardalsrådet är en politisk samverkansorganisation för kommunerna och regionerna i Stockholm-Mälardalsregionen som i samarbete med näringsliv och akademi driver frågor för konkreta resultat inom infrastruktur och kompetensförsörjning.

Mälardalsrådets En Bättre Sits-samarbete är ett storregionalt transportpolitiskt samarbete mellan regionerna Stockholm, Uppsala, Västmanland, Örebro, Sörmland, Östergötland, Dalarna och Gotland. Inom ramen för samarbetet har man bland annat enats om att ”Priserna för Gotlands gods- och persontransporter behöver säkras på nivåer som långsiktigt säkerställer regionens konkurrenskraft och tillgängligheten till och från Gotland.”

SKR står för Sveriges kommuner och regioner och är en medlems- och arbetsgivarorganisation där alla Sveriges kommuner och regioner är medlemmar. SKR

samordnar ett antal forum på såväl politik- som tjänstepersonsnivå där det finns möjlighet att lyfta och driva relevanta frågor.

Almedalsveckan är världens största demokratiska mötesplats för alla som vill vara med i samtalen kring aktuella samhällsfrågor. Almedalsveckan den äger rum på Gotland varje år.

Bilaga 2: Formuleringar och nyckelord

Här finns formuleringar och nyckelord som genom att användas konsekvent i texter, tal och samtal – skapar en samstämmig och tydlig kommunikation kring frågan.

Rättvisa och ansvar

Gotland är en del av Sverige – vi behöver reella förutsättningar att också fungera som det.

Staten har ansvar för att Gotland har rimliga och hållbara priser jämfört med andra delar av landet

Färjepriserna avgör hur det går för Gotland.

Orimliga priser skapar orimliga livsvillkor och orimliga förutsättningar för näringslivet.

Sverige saknar en ö-politik. Det är dags att se Gotlands unika läge och förutsättningar.

Samhällsnytta och nationellt perspektiv

Sverige behöver Gotland – för beredskap, försvar, livsmedelsproduktion och turism.

Rättvisa färjepriser är inte bara en gotländsk fråga – det är en fråga om nationell tillgänglighet och sammanhållning.

Gotland bidrar till hela Sveriges utveckling – vi behöver förutsättningar för att fortsätta göra det.

Att säkra Gotlands tillgänglighet är att värna en viktig del av Sveriges kultur, samhälle och historia.

Tillgänglighet och vardag

Färjetrafiken är vår landsväg.

Din semesterresa – våra vardagsresor.

Gotland måste leva året runt – inte bara sommartid.

Utveckling och hållbarhet

Den prisutveckling vi ser är orimlig och ohållbar.

Gotland är beroende av hållbara och rättvisa färjepriser – för framtidstro, inflyttning och konkurrenskraft.

Det behövs en förändrad nationell syn på Gotlandstrafiken – en som bygger på långsiktighet och rättvisa.