

2021-09-09

Kommunikationsavdelningen

Sara Nilsson

Tfn: 070-36 46 782

E-post: sara.nilsson@regionjh.se

RS/480/2021

Svar på begäran om fortsatt undantag från Region Jämtland Härjedalens modervarumärkesstrategi – Länstrafiken

Ärendebeskrivning

Länstrafiken har ansökt om fortsatt undantag från den av regionfullmäktige beslutade varumärkesstrategin för Region Jämtland Härjedalen (RS/100/2015). Varumärkesstrategin antogs i samband med regionbildningen 2015, efter ett omfattande arbete med analyser och undersökningar. Eventuella undantag från strategin beslutas av regionstyrelsen och får endast ges i de fall där Region Jämtland Härjedalens inflytande – i form av ägande eller annat – är mindre än 50 procent.

Målsättningen med den antagna modervarumärkesstrategin är att skapa förutsättningar för Region Jämtland Härjedalen att bli så synligt och tydligt som möjligt i syfte att skapa attraktivitet. Det är ur demokratisk synvinkel viktigt att medborgare får kunskap om vad Region Jämtland Härjedalen representerar. En synlig och tydlig region blir lättare att interagera med och det blir lättare att utvärdera dess verksamhet och därigenom utöva sina demokratiska rättigheter. En modervarumärkesstrategi är överlägsen när det gäller att skapa synlighet och tydlighet på ett kostnadseffektivt sätt och skapar även en bra utgångspunkt för att skapa en gemensam intern organisationskultur.

Länstrafiken avvecklades som bolag 2020 och ingår sedan dess i Region Jämtland Härjedalen verksamhetsområde Kollektivtrafik, som ansvar för att samordna, planera, upphandla och marknadsföra kollektivtrafiken i Jämtlands län.

Genom att integrera kollektivtrafiken i modervarumärkesstrategin skapar vi en visuell bild för såväl invånare och besökare där Region Jämtland Härjedalen tillhandhåller alla delar för en rik och fungerande vardag till exempel, arbetstillfällen, hälso- och sjukvård, kultur och kollektivtrafik. Kollektivtrafiken skulle också utgöra en tydlig visuell symbol för att binda ihop länets kommuner till en helhet vilket skulle stärka platsvarumärket och bilden av en välfungerande vardag i Region Jämtland Härjedalen vilket skapar attraktivitet för hela regionen. Det ligger också helt i linje med det som finns beskrivet i Trafikförsörjningsprogram för Jämtlands län 2021-2026, nämligen att kollektivtrafiken ska bidra till visionen om Jämtland som en nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas i.

Ekonomi

Pandemin har inneburit stor påverkan på kollektivtrafiken med minskat resande. En grafisk omprofilering och en tydligare visuell koppling till att trafiken finansieras av den enskilda

invånarens skattebetalning skulle kunna öka motivationen för resande och även bidra till att tidigare resenärer hittar tillbaka.

Det finns inga motsvarande, prismässigt konkurrerande alternativ till kollektivtrafiken i Region Jämtland Härjedalen utan det handlar primärt om att uppmuntra ett beteende att välja ett kollektivt, miljövänligt färdmedel framför den egna bilen. En tydlig koppling till skattefinansiering blir därför viktig för att skapa en känsla av gemensamt ägande av kollektivtrafiken än att stärka bilden av ett externt, vinstdrivande företag.

Tillfälliga grafiska förändringar bedöms kunna göras till en betydligt mindre kostnad än de uppskattade i begäran för undantaget. Därefter kan förändringen ske successivt och i samband med ordinarie upphandlingar. Mindre grafiska justeringar av nuvarande webbsida och biljettapplikation för mobiler krävs, men innebär ingen stor kostnad. En av styrkorna med en modervarumärkesstrategi är att den är långsiktigt ekonomiskt hållbar. Det, i kombination med övriga möjliga ekonomiska vinster kopplat till varumärket som helhet, borde på sikt innebära en besparing.

Resenärsperspektivet

Invånare är vana vid förändring och att företag och organisationer omprofilerar sig. Den grafiska förändringen i sig kommer inte att minska behovet av att resa kollektivt. I och med de tekniska lösningar som finns idag är det ingen risk att tappa användare av befintlig app och webbadress. Nuvarande domän kan enkelt pekats om så att de som skriver in den per automatik flyttas till en eventuellt ny domän utan att besökaren påverkas.

Regiondirektörens förslag

1. Regionala Utvecklingsnämndens begäran om fortsatt undantag för Länstrafiken från Region Jämtland Härjedalens modervarumärkesstrategi avslås.
2. Regiondirektören får i uppdrag att ta fram en plan för hur övergången till befintlig varumärkesstrategi ska ske på ett tids- och kostnadseffektivt sätt.

I tjänsten

Hans Svensson

Regiondirektör

Sara Nilsson

Kommunikationschef

Utdrag till

Kommunikationschef

Områdeschef Kollektivtrafik

Regionala utvecklingsnämnden

Utskottet för kollektivtrafik

