Från drömmar till flyttlådor



Vad behövs för att få människor att aktivt välja Gotland?

Relocation Gotlands arbete med inflyttning, gemensam kommunikation och en digital inflyttarservice 2023–2026.

Innehållsförteckning

01. **Bakgrund** Sida 1

02. **Att arbeta med inflyttning och talangattraktion** Sida 4

03. **Gotland – ett särskilt utgångsläge** Sida 5

04. **För att förstå glappet behöver vi förstå människorna** Sida 7

05. **Inflyttning är en resa – inte en enskild händelse** Sida 9

06. **Från information till relation – service längs hela inflyttarresan** Sida 11

07. **Gotlands digitala inflyttarservice (DIS)** Sida 12

08. **Resultaten** Sida 13

09. **Inflyttning är ett systemarbete – och kräver gemensam förmåga** Sida 15

10. **Gotland behöver bli en karriärregion** Sida 17

11. **Så blev gotländska arbetsgivare en del av platsens berättelse** Sida 20

12. **Din roll som arbetsgivare** Sida 21

13. **Alla spelar vi en viktig roll** Sida 23

14. **Slutord** Sida 24

Vem är den här skriften tänkt för?

Det här är en populärversion av slutrapporten för projektet Relocation Gotland. Den är tänkt för dig som är arbetsgivare eller aktör på Gotland som vill fördjupa dig i frågor som rör inflyttning och talangattraktion eller arbetar med liknande utmaningar i en annan region eller kommun.

Skriften innehåller slutsatser, rekommendationer och frågor att reflektera kring.

01.

Bakgrund

Relocation Gotland startades för att utveckla, testa och utvärdera ett mer kunskapsbaserat och träffsäkert arbete med inflyttning och talangattraktion. Utgångspunkten var Gotlands långsiktiga utmaningar kopplade till befolkningsutveckling, kompetensförsörjning och regional konkurrenskraft.

För att stödja denna utveckling skulle projektet utveckla, testa och utvärdera ett mer kunskapsbaserat och träffsäkert sätt att arbeta med inflyttning och talangattraktion på Gotland. Genom målgruppsanalyser, omvärldsbevakning och samverkan skulle projektet skapa kunskap om målgruppernas behov, drivkrafter och hinder samt undersöka hur digitala verktyg, kommunikation och service kan bidra till att attrahera, välkomna och behålla människor på ön.

Projektet skulle leverera:

- Insikt & analys
- Digital inflyttarservice (DIS)
- Strategisk kommunikation
- Samverkansplattform – genom gotland.com
- Långsiktig plan

En central del av uppdraget var att utveckla och testa en digital inflyttarservice med gotland.com som plattform. Projektet skulle samtidigt bygga kunskap och rekommendationer som kan ligga till grund för Region Gotlands långsiktiga arbete med inflyttning och talangattraktion.



Projektet Relocation Gotland

Projektperiod: 2023–2026
Projektägare och finansiär: Region Gotland
Genomfördes av: Enheten Hållbar tillväxt, avdelningen Regional utveckling, Region Gotland.
Projektbudget: 4,5 miljoner kronor

02.

Att arbeta med inflyttning och talangattraktion

Konkurrensen om människor och kompetens har blivit en allt viktigare utvecklingsfråga för kommuner och regioner. En förändrad demografi, stora kompetensbehov och en rörligare arbetsmarknad gör att många platser behöver fundera över samma sak: hur skapar vi förutsättningar för människor att inte bara upptäcka en plats, utan också välja att flytta dit, bygga ett liv och vilja stanna?

Ett flyttbeslut påverkas av möjligheten till arbete och bostad, men också av vardagsliv, familj, service, nätverk, tillhörighet och framtidsmöjligheter. För att människor ska kunna ta steget behöver platsens attraktionskraft därför mötas av fungerande strukturer, relevant service och ett välkomnande från många olika aktörer.

Under tre år har projektet Relocation Gotland undersökt vad som påverkar människors beslut att flytta till och stanna på Gotland, utvecklat nya sätt att möta dem längs inflyttarresan och testat hur digital service, kommunikation och samverkan kan bidra.

Insikter, erfarenheter och modeller

Den här skriften samlar insikter, erfarenheter och modeller från arbetet. Med Gotland som utgångspunkt, men med lärdomar som kan vara relevanta för fler som vill stärka sin förmåga att attrahera, välkomna och behålla människor på sin plats.

Hoppas att insikterna och arbetet vi genomfört kan vara till nytta!

Projektgruppen för Relocation Gotland
Visby Gotland, september 2026



03.
Gotland – ett särskilt utgångsläge

Gotland har ett starkt platsvarumärke och en särskild dragningskraft. Många människor besöker ön återkommande, har en personlig relation till platsen eller bär på en dröm om att någon gång leva här.

Samtidigt gör Gotlands förutsättningar inflyttningen särskilt viktig. En åldrande befolkning och stora pensionsavgångar skapar växande kompetensbehov inom både näringsliv och offentlig sektor. Som ö kan Gotland dessutom, till skillnad från många andra regioner, bara i begränsad utsträckning möta behoven genom arbetspendling. Fler behöver faktiskt kunna flytta hit, etablera sig och vilja stanna.

> **Gotland behövde fler människor. Intresset för platsen fanns redan. Frågan var hur vi kunde bli bättre på att omvandla det intresset till faktisk inflyttning?**

När Relocation Gotland startade 2023 hade Gotland under flera år saknat en samlad struktur för proaktivt inflyttningsarbete på flera år. Webbplatsen Gotland.com hade etablerats som en gemensam plattform för platsen – men ännu inte utvecklats till en service som kunde vägleda och bygga relation med människor som övervägde en flytt.



Gotland har inte främst ett attraktionsproblem – utan ett konverterings-problem.

04.

När vi förstod människorna, förstod vi också glappet

Projektet startade med flera tänkbara målgrupper: bland annat barnfamiljer, unga vuxna, studenter, hemvändare, nyinflyttade och personer med efterfrågad kompetens. Det gav en viktig startpunkt, men analysen visade snart att målgruppsetiketter inte räckte.

En och samma person kan vara hemvändare, småbarnsförälder, distansarbetare och medflyttande partner. En student kan samtidigt vara nyinflyttad, framtida arbetskraft och en möjlig ambassadör för Gotland.

Fokus förflyttades därför från frågan ”vilka vill vi nå?” till att förstå vad som faktiskt påverkar människors möjlighet och vilja att flytta. Vad driver dem mot Gotland? Vad får dem att tveka? Och vad behöver falla på plats för att Gotland inte bara ska vara attraktivt, utan också möjligt?

Projektet identifierade sju dimensioner som tillsammans påverkar flyttbenägenheten: relationen till Gotland, livsfas, genomförbarhet, livsstil, generation, flexibilitet och kompetensprofil. De gav ett mer nyanserat sätt att förstå var människor befinner sig i sin process och vilka behov och hinder som är viktigast för just dem.

Dimensioner som påverkar flyttbenägenheten:

- Relationen till Gotland
- Livsfas
- Genomförbarhet
- Livsstil
- Generation
- Flexibilitet
- Kompetensprofil



Kritiska frågor längs inflyttarresan:

- → Bostad och plats
- → Jobb och studier
- → Offentlig och kommersiell service
- → Förskola och skola
- → Familjelivet
- → Kultur och fritid
- ♡ Välkomnande och vägledning
- ♡ Nätverk och gemenskap
- ♡ Mod och timing
- ♡ Närhet till nära och kära

När vi lyssnade på människor som övervägde ett liv på Gotland blev en sak särskilt tydlig: deras drömmar handlade sällan bara om själva platsen. De handlade om vardagen de ville skapa där.

I omkring 200 beskrivningar av den egna Gotlandsdrömmen återkom naturen och havet, men också livskvalitet, trygghet, mindre stress, balans mellan arbete och fritid, gemenskap, en enklare vardag och känslan av att höra hemma. För vissa handlade Gotland om möjligheten till en omstart, för andra om familjeliv, större livsutrymme eller ett meningsfullt arbete i en attraktiv livsmiljö.

> **Människor flyttar inte till en plats – de flyttar till ett liv.**

Det blev grunden för en av projektets viktigaste insikter: människor flyttar inte till en plats – de flyttar till ett liv. För målgruppen räcker det därför inte att Gotland uppfattas som vackert, tryggt och attraktivt. Frågan är om Gotland kan vara platsen där det liv man längtar efter faktiskt går att leva.

Flyttbeslutet formas i mötet mellan det emotionella och det praktiska. Människor behöver både kunna känna ”det här livet vill jag ha” och förstå ”det här livet kan fungera för mig och min familj”. Det blev en viktig utgångspunkt för det fortsatta arbetet: att kombinera inspiration och berättelser med konkret vägledning kring de frågor som avgör om en flytt blir möjlig.



05.
Inflyttning är en resa – inte en enskild händelse

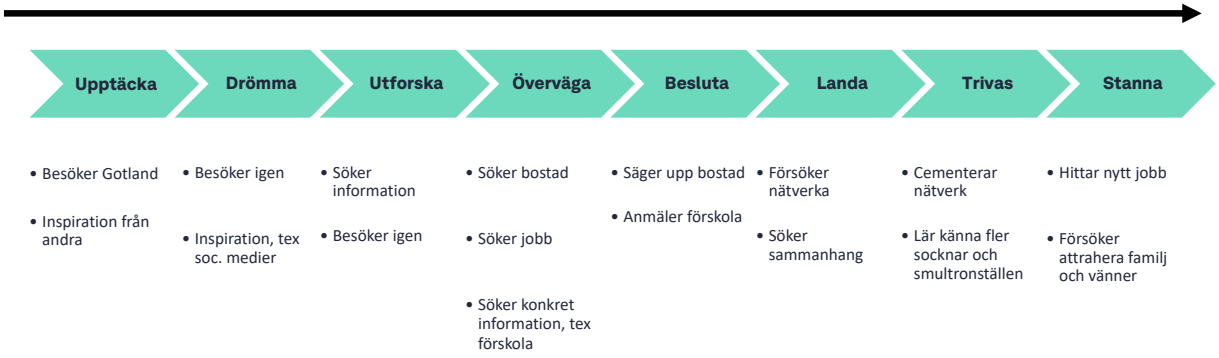
Analysen visade också att en flytt sällan börjar med ett flyttbeslut. Relationer till en plats kan byggas under lång tid – genom besök, studier, arbete, familjeband eller en återkommande dröm om ett annat liv. Och resan slutar inte när någon väl har flyttat.

För att inflyttningen ska bli långsiktigt värdefull behöver människor också kunna landa, trivas, rota sig och vilja stanna.

> **”Var i inflyttarresan tappar vi människor, på just vår plats?”**

Inflyttarresan

(Med xempel på vad målgruppen gör i respektive steg.)

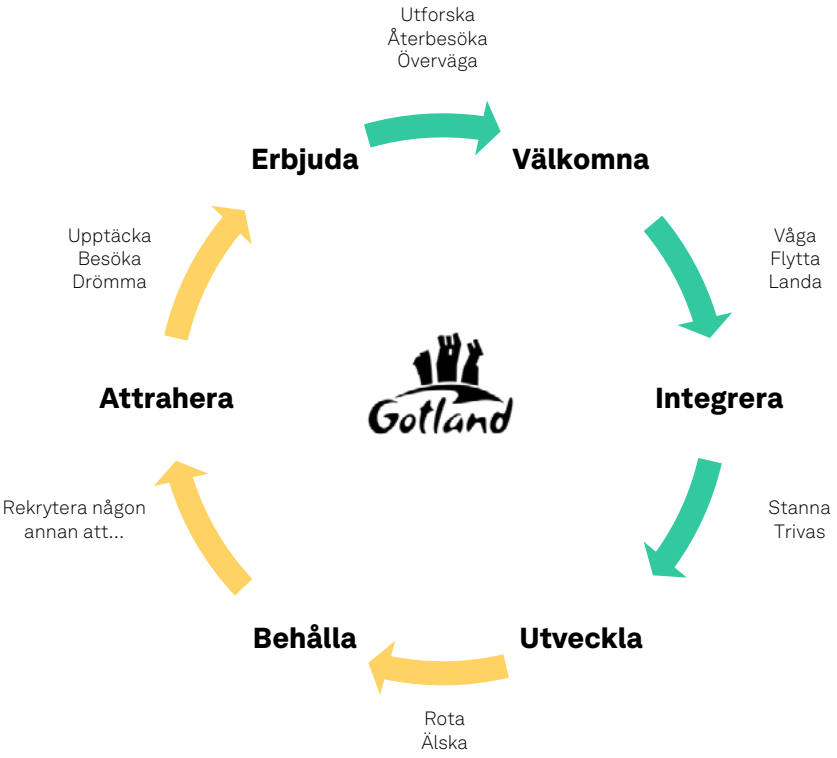


Det är utifrån kunskap om våra inflyttare vi ska måla en bild och berätta om ett Gotland som gör att de vill utforska mer, besöka oss, igen och så småningom ta steget.

Det här är Gotlands attraktionsmodell

För att hålla ihop perspektiven utvecklade projektet "Gotlands attraktionsmodell". Modellen kopplar samman inflyttarresan med platsens uppgift att attrahera, erbjuda, välkomna, integrera, utveckla och behålla människor och kompetens.

Gotlands attraktionsmodell och bygger på kunskap från Talent Attraction Management, tjänstedesign, benchmark av andra platser, erfarenhetsutbyte och dialog med gotländska aktörer. Projektets bidrag har varit att kombinera och anpassa kunskapen till Gotlands särskilda förutsättningar. Modellen blev ett gemensamt sätt att förstå var människor befinner sig, vad de behöver längs vägen och vilka aktörer som behöver bidra.





06.
Från information till relation – service längs hela inflyttarresan

När vi fått en tydligare bild av målgruppen, deras behov och de frågor som avgör om en flytt blir möjlig, förändrades också synen på vad en digital inflyttarservice behöver vara.

Det räcker inte att samla information på en webbplats. Inflyttning är en process som ofta pågår under lång tid, där behoven förändras från den första nyfikenheten till ett konkret flyttbeslut och vidare till etablering. Servicen behöver därför kunna möta människor i olika faser, hjälpa dem vidare och skapa förutsättningar för en relation över tid.

För Relocation Gotland innebar det att bygga vidare på gotland.com och successivt utveckla en service som kombinerar inspiration, vägledning, planering och kontakt med platsen. Utgångspunkten var inte vilka tekniska funktioner som gick att bygga, utan vilket stöd människor faktiskt behöver längs inflyttarresan.

Det handlar bland annat om att kunna förstå och hitta sin plats på Gotland – att lära känna olika delar av ön, vardagslivet och de lokala sammanhangen. Om att planera en flytt över tid, samla sådant som är viktigt och få stöd när tanken blir mer konkret. Och om att få relevant vägledning i rätt skede, snarare än att mötas av all information på en gång.

Men servicen har också ett värde för Gotland. Genom direkt kontakt med människor som överväger en flytt kan vi bygga aktuell kunskap om vilka de är, vad de behöver och vilka hinder de möter.

07.

Exempel på DIS funktioner

Gotlands digitala inflyttarservice (DIS)

Den digitala inflyttarservicen är integrerad i gotland.com, den gemensamma plattformen för Gotland, där det redan finns inspiration och information om livet på ön. I alla beståndsdelar av den digitala inflyttarservicen kan gotländska aktörer bidra med innehåll, kunskap och service.

- **Inflyttarprogrammet** är en automatiserad kommunikationskanal där potentiella inflyttare kan registrera sin profil och sina drömmar. När målgruppen fyller i "Beskriv din Gotlandsdröm", "När vill du flytta?" och "Vad vill du arbeta med?" kan systemet skicka relevant information via e-post anpassat för varje persons situation. I utvecklingsplanen ligger även digitala möten med målgruppen, gemensam chatt och specifika inflyttarprogram för olika målgrupper. Den aggregerade kunskapen som programmet bygger är viktig för Gotland när vi ska möta kortsiktiga och långsiktiga behov under arbetet med inflyttning.

- **Min Gotlandsplan** är en funktion där du kan spara och planera innehåll på Gotland.com i olika listor för att samla inspiration, praktisk information och tips på en personlig lista som kan delas med familj och vänner – eller skrivas ut när flytten är i full gång. Det ger struktur i en ofta lång beslutsprocess. Även aktörer på Gotland, till exempel föreningar eller företag, kan skapa sina egna listor och dela dem med sin målgrupp vilket breddar användningsområdet för funktionen.

- **Min att-göra-lista** är en förlängning av Min Gotlandsplan. Det är en praktisk vägledning för själva flytten. Välj om du är singel, familj eller student och få en personlig checklista med allt som behöver göras – från att hitta jobb och fritidsintressen till att anmäla adressändring.

- **Områdessidor** presenterar Gotlands olika områden. De visar vad som är unikt på olika platser på ön – vardagsliv, föreningsliv, lokala samband och möjligheter. Gotland.com är Gotlands centrala plats för evenemang, aktiviteter och aktörer, och Områdessidor kan automatiskt presentera den information som är relevant för respektive område.

Insikter som byggs över tid

Centralt för arbetet är att vi löpande behöver fortsätta lära oss om målgruppen, vars behov också förändras. Genom insamlade data och insikter får vi kunskap om vilka som överväger att flytta hit och varför. Den kunskapen kan vi dela med relevanta aktörer och använda för att fortsätta utvärdera, justera och pröva nytt.

08.

Resultaten

Målet för projektet Relocation Gotland var att utveckla, testa och utvärdera ett mer kunskapsbaserat och träffsäkert sätt att arbeta med inflyttning och talangattraktion.

Leveransen var mer än ett etablerat inflyttarprogram, även ett arbetssätt och rekommendationer för hur arbetet behöver fortsätta framåt.

Värdefulla data och insikter längs vägen
För att kunna arbeta träffsäkert har vi arbetat med att samlat data och insikter. Vi mäter exempelvis över 10 olika datatpunker i inflyttarprogrammet och har ett underlag där 200 personer beskriver sina gotlandsdrömmar.

Projektet i siffror:

+300
personer anmälda till Gotlands inflyttarprogram

49 %
vill flytta så snart som möjligt

30
deltagare som redan har flyttat

1500
registrerade Gotlandsplaner på gotland.com

350 000
visningar för innehållet i "Arbetslivet på Ön"

1500
aktörer i Verktygslådan på gotland.com

Vid projektets slut 260630

Inflyttarprogrammet är ett exempel på hur digital service kan skapa både en relation med målgruppen och ett datadrivet kunskapsunderlag för fortsatt utveckling.

Samtidigt kan en digital tjänst inte ensam möta alla behov längs inflyttarresan. Många av svaren, möjligheterna och kontaktvägarna finns hos andra aktörer på platsen. Vi behöver därför också skapa förutsättningar för fler att bidra.



> **Värdet blir dubbelt: människor får bättre stöd längs inflyttarresan, samtidigt som Gotland bygger kunskap, relationer och en gemensam struktur för det fortsatta arbetet.**

09.

Inflyttning är ett systemarbete – och kräver gemensam förmåga

Ju längre vi följde inflyttarresan, desto tydligare blev det att ingen enskild aktör kan skapa förutsättningarna för en lyckad flytt och etablering. Människor möter platsen genom många olika kontaktpunkter – arbetsgivare, bostadsmarknad, skola, offentlig service, föreningsliv, lokala samhällen och människor som redan bor där. Alla dessa möten påverkar om platsen känns möjlig, välkomnande och trovärdig.

Det blev grunden för en av projektets centrala insikter: inflyttning är ett systemarbete. Digital service och kommunikation är viktiga delar, men de kan inte stå för sig själva. För att människor ska kunna gå från intresse till flytt, etablering och ett långsiktigt liv behöver information, service, arbetsmarknad, lokala sammanhang och mänskligt mottagande hänga ihop.



För Gotland innebär det att arbetet behöver gå från enskilda insatser till en mer gemensam och långsiktig förmåga. Region Gotland har en viktig roll i att skapa struktur, samordning och gemensamma verktyg, men ansvaret delas av fler.

Arbetsgivare påverkar möjligheten till arbete, karriär och ett bra mottagande. Universitet och utbildningsaktörer kan skapa vägar mellan studier och arbetsliv. Utvecklingsbolag och andra lokala aktörer bidrar med platskunskap, nätverk och kontakt med lokalsamhället. Föreningslivet kan öppna vägar till fritid, gemenskap och social etablering.

Värdet av gemensamma strukturer
Projektets erfarenheter visar därför också värdet av gemensamma strukturer. Gotland.com, den digitala inflyttarservicen och inflyttarprogrammet kan ge flera aktörer en gemensam yta för kunskap, kommunikation, vägledning och kontakt med målgruppen. Områdessidor och lokala kontaktvägar kan samtidigt knyta den digitala servicen närmare de platser och människor som den som överväger en flytt faktiskt vill lära känna.

Det kräver tydligare roller och ansvar, samordning över organisatoriska gränser och en förmåga att kontinuerligt dela kunskap och utveckla arbetet tillsammans. Framgången ligger inte i att en aktör ska göra allt, utan i att människor lättare ska kunna röra sig genom ett sammanhängande system där rätt aktör kan bidra vid rätt tillfälle.

För Gotland blir slutsatsen därför tydlig: vi behöver inte bara fortsätta utveckla en inflyttarservice – vi behöver fortsätta bygga den gemensamma förmågan att attrahera, välkomna, etablera och behålla människor.

> **”Vilka aktörer äger eller påverkar olika delar av inflyttarresan hos oss?”**



10 Gotland behöver bli en karriärregion

Ett jobb kan vara det som gör en flytt möjlig. Men för att människor ska vilja etablera sig och stanna behöver de också kunna se en framtid på platsen.

Projektets analyser visar att arbetsmarknad och karriärmöjligheter är en av de mest kritiska frågorna i inflyttarresan. För den som överväger en flytt handlar det inte bara om att hitta en första anställning. Det handlar också om möjligheten att utvecklas professionellt, byta jobb över tid och om att en partner ska kunna hitta sin väg in på arbetsmarknaden. För studenter handlar det om att kunna se en möjlig fortsättning från utbildning till arbete och ett långsiktigt liv på Gotland.

Därför behöver Gotland utvecklas och synliggöras som mer än en plats med lediga tjänster. Gotland behöver vara en plats där arbete, karriär, studier och livskvalitet kan hänga ihop. Det är också en viktig förutsättning för att platsens starka livsstilsattraktion ska kunna omsättas i faktisk inflyttning och långsiktig etablering.

Arbetsgivarna har en central roll i det arbetet. Genom projektet har nya former för samverkan prövats och relationerna mellan arbetsgivare och det bredare attraktionskraftsarbetet stärkts. Initiativ som Arbetslivet på Ön och Lärarlivet på Ön visade hur arbetsgivare kan gå samman och synliggöra det professionella livet på Gotland genom autentiska berättelser från människor som redan lever och arbetar här.

Inflyttning och talangattraktion hänger nära samman, men fyller olika funktioner. Inflyttningsarbetet behöver stödja människor genom flytt och etablering, medan talangattraktionen handlar om arbetsmarknadens och arbetsgivarnas förmåga att attrahera, utveckla och behålla kompetens.

För att Gotland ska fungera som karriärregion behöver perspektiven mötas.

Men kommunikation är bara en del. Det fortsatta arbetet behöver också skapa bättre förutsättningar för gemensam talangattraktion, mottagande av nyanställda och deras familjer, stöd till medflyttande partners och tydligare vägar mellan studier och arbetsliv. Projektets slutsats är därför att arbetsgivarsamverkan behöver utvecklas mer långsiktigt och kopplas närmare arbetet med kompetensförsörjning, inflyttning och näringslivsutveckling.

Att bli en karriärregion handlar alltså inte bara om att få människor att tacka ja till ett jobb på Gotland. Det handlar om att de ska kunna se möjligheter att utvecklas, bygga ett professionellt liv och vilja stanna kvar över tid.

”Kan den som flyttar hit för ett jobb också se sitt nästa jobb?”



Gotland är starkt förknippat med livskvalitet, natur och upplevelser. Men för den som överväger att flytta behöver bilden också rymma arbete, karriär och professionella möjligheter.

CASE
Arbetslivet på Ön

11.
Så blev gotländska arbetsgivare en del av berättelsen

Gotlands arbetsmarknad består framförallt av många mindre arbetsgivare med olika egna utmaningar att hitta kompetens. Med gemensamma resurser och med vinning för alla skapades kampanjen "Arbetslivet på Ön".

Vi lät det etablerade kontot Livet på Ön skifta gestaltning och namn och helt sätta arbetslivet i fokus. Medarbetare hos åtta gotländska arbetsgivare fick själva visa sin vardag, sitt arbete och livet runt omkring arbetet genom Instagram-takeovers. Parallellt utvecklades en arbetslivssektion på gotland.com som samlar berättelser och information om arbetsmarknad, arbetsgivare, studier och karriärmöjligheter.

Resultat av kampanjen i korthet:

8
medverkande arbetsgivare

350 000
visningar av innehållet

+230
nya följare

0 kr
i annonsbudget

100%
av arbetsgivarna ville delta igen

Från
8,5 → 9,5
ansökningar per utlyst tjänst

Det intressanta var inte bara räckvidden. Arbetet visade hur platsvarumärke och arbetsgivarvarumärken kan förstärka varandra. Arbetsgivarna bidrog med trovärdiga berättelser om yrkesliv och utvecklingsmöjligheter, medan den gemensamma plattformen gav berättelserna ett större sammanhang: bilden av Gotland som en plats där både livet och arbetslivet kan fungera.

> **Talangattraktion behöver inte börja med en stor kampanj. Gemensamma kanaler, autentiska berättelser och en struktur där arbetsgivare kan bidra kan vara en lågtröskelmodell för att tillsammans bygga bilden av en plats som karriärregion.**

12.

Din roll som arbetsgivare

Arbetsgivare är centrala för både inflyttning och Gotlands utveckling som karriärregion. Ett jobb kan göra flytten möjlig – men du som arbetsgivare kan också bidra till att människor hittar sin plats, etablerar sig och får en framtid på Gotland.

- **Bidra genom att synliggöra arbetslivet på Gotland.** Berätta om jobb, utvecklingsmöjligheter och människorna bakom din arbetsplats.
- **Våga samarbeta kring talangattraktionen.** Genom *place employer branding* kan platsens och arbetsgivarnas varumärken förstärka varandra. Nyckeln är att hitta balansen mellan det gemensamma erbjudandet – Gotland som plats att leva och arbeta på – och det som gör den egna arbetsgivaren unik.
- **Se längre än rekryteringen.** Ett bra mottagande och förståelse för frågor som bostad, partnerns arbete och social etablering kan påverka möjligheten att stanna.
- **Skapa vägar in och vidare.** Samverkan med andra arbetsgivare och utbildningsaktörer kan stärka vägarna från studier till arbete och göra fler karriärmöjligheter synliga.





Ingen arbetsgivare behöver lösa hela inflyttarresan. Men genom att lägga konkurrensen åt sidan kan vi tillsammans skapa ett starkare erbjudande till framtida kompetens.



13.
Alla spelar vi en viktig roll

Vi är många som är viktiga i mötet med de som längtar till Gotland och potentiellt är de som blir våra nya grannar, kollegor och vänner. Förutom arbetsgivarna är det många andra aktörer som också påverkar välkomnadet av nya gotlänningar.

Det är många gånger det mänskliga mottagande som är avgörande. Om du arbetar exempelvis inom skola, kommun och region, är aktiv i föreningar och idrottsliv möter du människor där det ofta betyder som mest.

Så här kan du bidra:

- **Engagera dig i de projekt som finns för att utveckla våra gotländska platser.** Alla projekt som utvecklar vårt samhälle är värdefulla även för de som ännu inte bor här. Att flytta till ett levande samhälle är viktig faktor för potentiella gotlänningar.
- **Använd Verktygslådan på gotland.com.** Genom att synas på Gotlands officiella inspirationssida, tillsammans med andra aktörer, ökar synligheten för allt som händer på ön vilket också påverkar den gemensamma bilden av Gotland.
- **Påverka innehållet på gotland.com.** Hittar du en sida där du upplever att just din verksamhet saknas får du gärna höra av dig! Vi listar exempelvis större arbetsgivare hyresvärdar, föreningar inom olika områden, guider, vandringsleder och mycket mer.
- **Bli en del av Livet på Ön,** Instagram-kontot där gotlänningar av alla slag delar med sig av sin vardag på ön. Det finns för att visa upp livet på ön utanför den redan populära sommarsäsongen och bredda den gemensamma bilden av Gotland.
- **Ta nästa steg i välkomnandet.** Diskutera gärna i din verksamhet eller förening hur ni kan möta nyinflyttade eller människor som vill flytta till er plats. Kanske ha en monter för nyfikna på den lokala marknaden, skapa en inflyttarguide eller få hembygdsföreningen att välkomna nya sockenbor med en liten gåva.

14. Slutord

Från stark attraktionskraft till faktisk inflyttning

Fler behöver bosätta sig på Gotland. Våra företag och verksamheter behöver kompetens för att utvecklas, och fler gotlänningar behövs för att bära välfärden, servicen och utvecklingen av hela ön. Det handlar om Gotlands långsiktiga livskraft – om att vi som lever här ska kunna trivas, utvecklas och känna framtidstro och stolthet över vår plats.

Under senaste mandatperioden har Region Gotland haft målet att bli 1000 fler gotlänningar. Det målet har vi inte nått. Samtidigt har Gotland ett starkt platsvarumärke och en särskild dragningskraft. Många bär redan på en dröm om att leva här, och det finns ett konkret intresse hos människor som undersöker möjligheten till ett liv på Gotland. Vår gemensamma uppgift är att ta vara på det intresset och skapa bättre förutsättningar för dem att bygga sin framtid här.

Projektet Relocation Gotland har gett oss nya insikter om människors behov, drivkrafter och hinder under inflyttarresan. Arbetet har visat att vi behöver bli bättre på att synliggöra möjligheterna och göra vägen till ett fungerande och långsiktigt liv på Gotland enklare och mer välkomnande.

Genom att bygga kunskap, utveckla digitala lösningar och pröva nya arbetssätt har projektet stärkt Gotlands förmåga att stödja människor inför, under och efter en flytt.

Region Gotland har lett arbetet och har även framåt en viktig roll i att samla aktörer, skapa långsiktiga förutsättningar och driva utvecklingen vidare. Ett växande Gotland skapas dock gemensamt av människor och aktörer över hela ön. Offentliga verksamheter, näringsliv, utbildningsaktörer, föreningsliv och lokalsamhällen har alla en viktig roll i det fortsatta arbetet. Det finns redan mycket att vara stolt över, men arbetet behöver nu tas vidare med ännu tydligare samverkan och insatser så att vi kan välkomna fler att bo, leva och verka på Gotland. Jag hoppas att rapporten ska inspirera till samtal och gemensam handling för ett livskraftigt och växande Gotland.

Meit Fohlin (S)

Regionstyrelsens ordförande
Juni 2026





info@gotland.se
+46 498-20 17 00
www.gotland.com