

Handläggare

Eva Rosman

08-508 264 43

Projekt Slussen

Kommunikationsplan 2015-16

Innehåll

| | |
|---|-----------|
| Syfte med kommunikationsplanen | 2 |
| Nuläge..... | 2 |
| Kommunikationsmål | 3 |
| Kommunikationsstrategier | 3 |
| Kritiska framgångsfaktorer | 3 |
| Strategi | 4 |
| Mediepolicy | 4 |
| Målgrupper | 4 |
| Internt..... | 5 |
| Externt | 5 |
| Budskapsplattform | 5 |
| Huvudbudskap nya Slussen | 6 |
| Huvudbudskap byggtiden | 6 |
| Kanaler | 8 |
| Interna kanaler | 8 |
| Externa kanaler | 8 |
| Ansvarsområden | 9 |
| Biträdande projektchef/stabschef..... | 9 |
| Ledningsgruppen | 9 |
| Projektledare land, berg och vatten samt ansvariga för teknik, miljö och exploatering | 10 |
| Kommunikationsansvarig..... | 10 |
| Mätning/utvärdering av kommunikationsaktiviteter | 10 |
| Projektnamn, huvudavsändare och grafisk profil | 10 |

| Datum | Version | Godkänd av | Påverkade sidor | Typ av ändring |
|------------|----------|------------|-----------------|----------------|
| 2013-11-18 | Ver: 0.9 | | | |
| 2014-07-03 | Ver: 1.0 | | | |
| 2015-07-15 | | | | |

Syfte med kommunikationsplanen

Slussen är ett stort projekt med många medarbetare, intressenter och samarbetspartners och det är därför viktigt att projektets kommunikationsinsatser planeras och koordineras.

Kommunikationsplanen ska vara ett stöd för alla inom projektet och ska fungera som en gemensam plattform. Den är ett internt verktyg för planering, strukturering, styrning och uppföljning av projektets kommunikationsinsatser. En långsiktig strategi där kommunikationen systematiskt planeras ger förutsättningar för att uppnå såväl effektivitet som önskade resultat. I planeringsarbetet måste det dock finnas en flexibilitet så att insatser och prioriteringar kan justeras.

Kommunikationsplanen förklarar även hur projektets kommunikationsarbete hänger samman med Stockholms stads övergripande kommunikationsstrategier.

Till kommunikationsplanen görs varje år en separat aktivitetsplan. I kommunikationsplanen klargörs vem vi ska kommunicera med och vad vi ska kommunicera, i aktivitetsplanen konkretiseras vilka kommunikationsaktiviteter som ska genomföras och när de ska ske.

Nuläge

Arbetet med att hitta en lösning för Slussens framtida utformning har pågått sedan 1990-talet. Detaljplanen för Slussen har i september 2013 vunnit laga kraft efter prövning i mark- och miljööverdomstolen. Detaljplanen för bussterminalen upphävdes av mark- och miljödomstolen i december 2013 och staden beviljades inte prövningstillstånd i mark- och miljööverdomstolen. En överenskommelse om att en bussterminal ska byggas i Katarinaberget och finansiering av den har träffats mellan Stockholms stad, landstinget, Nacka kommun och Värmdö kommun under våren 2014. Ett nytt planarbete för bussterminalen inleddes under 2015.

Projektets miljödomsönsökan som behandlar arbeten i vatten, grundvattenbortledning vid bygget av den nya bussterminalen samt en ny reglering av Mälaren lämnades in till Mark- och miljödomstolen vid Nacka tingsrätt i mars 2012. Dom meddelades i februari 2014. Den har överklagats av staden och flera andra parter. Mark- och miljööverdomstolen Mark- och miljööverdomstolen meddelade den 21 januari 2015 dom i målet

som innebar att tillståndet från Mark- och miljödomstolen i huvudsak står fast. Denna dom blev överklagad till Högsta domstolen som dock inte beviljade prövning. Domen från Mark- och miljööverdomstolen står därmed fast.

Projektets egentliga byggstart sker 2016. Innan dess görs förberedande arbeten, bland annat ledningsarbeten, rivning av Södra torn 1, renovering av Katarinahissen. De stora arbetena med rivning av östra bron, Saltsjöutfarten och Katarinavägen påbörjas sommaren 2016.

Den nya trafik- och slussanläggningen beräknas vara klar 2022 och åren efter färdigställs de nya byggnaderna.

Kommunikationsmål

Övergripande mål för kommunikationsarbetet är att:

- Alla i projektorganisationen, tjänstemän och politiker som företräder projektet, ska känna sig trygga i att de vet vad som pågår i projektet. Det skapar förutsättningar för enhetlig och samstämmig kommunikation.
- Projektet ska kommunicera behovet och nyttan av förnyelsen av Slussen och skapa förtroende och acceptans för projektet genom att förmedla en korrekt bild av projektet samt de processer som styr projektets genomförande.
- Berörda målgrupper ska i god tid känna till de arbeten som påverkar dem så att de kan planera sin vardag. De ska också veta vem man ska kontakta om man har frågor eller klagomål.

Kommunikationsstrategier

Kommunikationen tar sin utgångspunkt i att Slussen är ett av de stora och viktiga projekten för Stockholmsregionen och Mälardalen som kommer att pågå under lång tid framöver. Kommunikation ses som en central framgångsfaktor för projektet. Projektets kommunikation ska följa stadens övergripande styrdokument för kommunikation.

Kritiska framgångsfaktorer

- Vi ska i vår kommunikation vara proaktiva, trovärdiga och tillgängliga.
- Projektet kommunicerar enhetligt och konsekvent.
- Kommunikation är väl integrerad i projektets planering och genomförande.
- En gemensam kommunikationsplattform tas fram med samarbetsparter med uttalade ansvarsområden.

Strategi

- Väl fungerande intern information är en förutsättning för en väl fungerande extern kommunikation.
- Vi tar tillvara erfarenheter från andra projekt.
- Aktiv omvärldsbevakning ger oss möjlighet att proaktivt hantera frågor som kommer upp.
- Ett aktivt nyhetsarbete ska sprida aktuell och saklig information om projektet till stockholmarna.
- Ett stabilt system av kommunikationskanaler, där personligt bemötande och snabb återkoppling är prioriterat, är grunden för projektets kommunikation. På så sätt blir informationen lättillgängligt för den som söker aktivt och säkerställer en spridning av information till de som direkt påverkas av projektet.
- Information ska ges i rätt tid, då mottagaren har behov av den.
- Vi skapar ökad tillgänglighet genom att sprida informationen i flera samverkande kanaler.
- Vi samarbetar med andra berörda parter för att nå ut med vår information brett och kostnadseffektivt.

Mediepolicy

Medierna är viktiga kanaler där målgrupperna tar del av information. Därför ska projektet underlätta för medierna i deras arbete och vara tillgängliga för kommentarer, intervjuer och reportage. Vi ska aktivt och regelbundet lämna tidig, tydlig och korrekt information och självklart respektera medias granskande roll. Om felaktigheter förekommer ska vi i möjligaste mån att bemöta dem så att vi bidrar till att förmedla en korrekt bild av projektet.

Projektets uttalar sig på tjänstemannanivå om planer, fakta kring projektet i dess olika faser och konsekvenser av fattade beslut.

Frågor av rent politisk karaktär ska hänvisas till stadens politiker.

Målgrupper

Slussen är ett projekt som berör många och som kommer att påverka ett stort antal intressenter under lång tid framöver. Nedan beskrivs projektets målgrupper övergripande.

Internt

Primära målgrupper:

- Projektets medarbetare i Sjömanshemmet
- Konsulter och entreprenörer engagerade i projektet
- Berörda tjänstemän
- Politiker inom Stockholms stad

Sekundära målgrupper:

- Övriga anställda i Stockholms stad.

Externt

Primära målgrupper:

- Närboende
- Fastighetsägare i närområdet
- Företag i närområdet
- Gående och cyklister som passerar området
- Privatbilister som passerar området
- Transportföretag
- Trafikförvaltningen i Stockholms läns landsting som i sin tur ansvarar för information till kollektivresenärerna.
- Boende och företag i berörda grannkommuner

Sekundära målgrupper:

- En intresserad allmänhet i Stockholm och länet

Budskapsplattform

En gemensam budskapsplattform som används konsekvent bidrar till att skapa en tydlig bild av projektet, både internt och externt. Budskapen för Slussen ska underlätta förståelsen och därmed öka acceptansen för projektet samtidigt som de ska minimera riskerna för feltolkningar och missförstånd hos allmänhet och medier. Budskapsplattformen består förutom av huvudbudskapet om Slussens ombyggnad av ett huvudbudskap om byggtiden. Båda huvudbudskap är nedbrutna i delbudskap som vart och ett stöder de övergripande huvudbudskapen.

Huvudbudskap nya Slussen

Slussens omvandling är viktig för både Stockholm och Mälarenregionen. När regionen nu växer ställs även nya krav. Den nuvarande Slussenanläggningen är i så dåligt skick att den måste rivas och i samband med det kan platsen anpassas till vår tids förutsättningar.

Projektet hjälper till att utveckla Stockholm genom att Slussen omvandlas till en tillgänglig och trygg plats. Slussen får ett upplevelserikt stadsliv och blir en modern, effektiv knutpunkt för kollektivtrafiken som kan ta emot ett växande antal resenärer. I och med ombyggnaden av Slussen tryggas även dricksvattnet för två miljoner människor i Mälardalen.

Trafik

I nya Slussen blir det lättare för människor att ta sig fram. Kollektivtrafiken och gång- och cykeltrafiken får mer plats och ytorna för biltrafik minskar, för att möta dagens och framtidens behov.

Vatten

Med nya Slussen förbättras möjligheterna att kontrollera Mälarens vattennivå. Det innebär bland annat minskade översvämningsrisker och tryggad dricksvattenförsörjning, viktig infrastruktur och känsliga kulturmiljöer.

Stadsliv

Nya Slussen ska erbjuda ett levande stadsliv med attraktiva mötesplatser och en tryggare miljö för dem som passerar och vistas på platsen. Vattnet görs mer tillgängligt genom fler och större kajer och terrasser.

Huvudbudskap byggtiden

Slussen ligger i hjärtat av Stockholm och är Sveriges näst största kollektivtrafikknutpunkt. Det kommer att märkas när Slussen byggs om. Men vi planerar noga för att se till att vardagslivet ska fungera för alla som bor, arbetar eller rör sig i området under byggtiden.

Boende

Det kommer att märkas att Slussen byggs om. Vi har gjort förebyggande åtgärder, har ett omfattande kontrollprogram och ställer krav på skonsamma byggmetoder. Blir du mycket störd kommer vi att erbjuda lokaler för tillfällig vistelse. Vi kommer att informera om vad som händer i området i god tid. Du kan alltid kontakta oss med dina frågor.

Företag

Det kommer att märkas att Slussen byggs om. Vi har gjort förebyggande åtgärder, har ett omfattande kontrollprogram och ställer krav på skonsamma byggmetoder. Vi kommer att informera om vad som händer i området i god tid. Vi vill tillsammans med dig hitta lösningarna så att din verksamhet kan fungera under byggtiden.

Fastighetsägare

Det kommer att märkas att Slussen byggs om. Vi har gjort förebyggande åtgärder, har ett omfattande kontrollprogram och ställer krav på skonsamma byggmetoder. Vi kommer att informera om vad som händer i området i god tid. Vi vill tillsammans med er hitta de bästa möjliga lösningarna.

Kollektivresenärer

Det kommer att märkas att Slussen byggs om men tunnelbanan kommer att gå med högsta möjliga kapacitet. Kollektivtrafik, gående och cyklister kommer alltid att prioriteras. Byggtiden är uppdelad i två huvudetapper för att säkerställa framkomligheten mellan Södermalm och Gamla Stan. Under den första huvudetappen, 2016-2019, påverkas trafiken som mest.

Gående och cyklister

Det kommer att märkas att Slussen byggs om. Kollektivtrafik, gående och cyklister kommer alltid att prioriteras. Byggtiden är uppdelad i två huvudetapper för att säkerställa framkomligheten mellan Södermalm och Gamla Stan. Under den första huvudetappen, 2016-2019, påverkas trafiken som mest.

Bilister

Det kommer att märkas att Slussen byggs om. Byggtiden är uppdelad i två huvudetapper för att säkerställa framkomligheten mellan Södermalm och Gamla Stan. Under den första huvudetappen, 2016-2019, påverkas trafiken som mest.

Kollektivtrafik, gående och cyklister prioriteras eftersom gatuutrymmet är begränsat och vi måste utnyttja det effektivt. Ditt personliga val av transportsätt påverkar framkomligheten direkt. Vi kan alla hjälpas åt genom att bara använda bilen till de resor där den behövs bäst. Vilka av dina resor det är, det vet bara du.

Kanaler

Projektet har byggt ett stabilt system av kanaler med aktuell information. Det är lättillgängligt för den som söker information och sprider information till de som är berörda av projektet. Vi strävar även efter att skapa möjlighet till dialog. Nedan finns en sammanställning av de huvudsakliga kanaler och aktiviteter som ingår i kommunikationsarbetet.

Interna kanaler

- Funktionsmöten
- Fredagsfika med dragning
- Husmöten
- Projektdag
- Projektportalen slussnet.se
- Ledningsbrev
- Månadsrapport

Externa kanaler

- Webben - www.stockholm.se/slussen.
- Twitter
- Instagram
- Elektroniskt nyhetsbrev (10 nr/år)
- Direktutskick till boende och företag i närområdet (3-4 nr/år)
- Direktutskick till boende och företag i Nacka och Värmdö (2 ggr/år)
- Annonsering i dagspress vid trafikpåverkande arbeten
- Utskick till transportföretag vid trafikpåverkande arbeten
- Informationslokal
- Projekttelefon och projektmejlbox
- Informationsmöten för boende och företag i närområdet
- Deltagande i föreläsningar och seminarier
- Information ute på plats på Slussenområdet
- Veckobrev till berörda verksamheter

Ansvarsområden

Information och kommunikation ska vara en naturlig del i det dagliga arbetet för alla som arbetar i projektet. Att ge information är allas ansvar, men informationsinsatserna ska i möjligaste mån ske i samråd med kommunikationsfunktionen. Stadens policy, strategier, riktlinjer, rutiner och checklistor ligger till grund för såväl grundläggande tillvägagångssätt i kommunikationsarbetet som för ansvarsfördelningen nedan.

Projektchef

- Har det övergripande ansvaret för all kommunikation/information i projektet.
- Samråder med kommunikationsfunktionen i alla kommunikationsfrågor.
- Deltar i arbetet med att genomföra kommunikationsinsatserna i aktivitetsplanen.
- Har ansvar för de aktiviteter som åligger projektchefen i aktivitetsplanen.

Biträdande projektchef/stabschef

- Har ett övergripande ansvaret för intern kommunikation/information i projektet.
- Samråder med kommunikationsfunktionen i alla kommunikationsfrågor.
- Deltar i arbetet med att genomföra kommunikationsinsatserna i aktivitetsplanen.
- Har ansvar för de aktiviteter som åligger biträdande projektchefen i aktivitetsplanen.

Ledningsgruppen

Har ansvaret för att:

- Vidareförmedla relevant information och information om fattade beslut till sina medarbetare.
- Föra en dialog med sina medarbetare för att skapa förståelse och engagemang.
- Deltar i arbetet med att genomföra kommunikationsinsatserna i aktivitetsplanen.

Projektledare land, berg och vatten samt ansvariga för teknik, miljö och exploatering

Ansvarar för:

- Kommunikationen med konsulter och entreprenörer och informationsinhämtning från dessa.
- Att kommunikationsfunktionen får relevant faktaunderlag i god tid.

Kommunikationsansvarig

- Agerar talesperson när det gäller frågor om arbetet med projektet.
- Ansvarar för att fånga upp, belysa och medvetandegöra informationsaspekter i projektet.
- Ansvarar för att planera kommunikationsarbetet, upprätta och att uppdatera kommunikationsplan och aktivitetsplan.
- Genomför och kvalitetssäkrar kommunikationsinsatserna enligt gällande rutiner och checklistor.
- Ansvarar för uppföljning och dokumentation av kommunikationsinsatser.
- Är stöd i kommunikationsfrågor i projektet och genomför viss utbildning av projektets personal i kommunikationsfrågor.
- Ansvarar för personal som hanterar praktiska frågor kring evakueringar. Arbetet utförs i nära samarbete med exploaterings personal.

Mätning/utvärdering av kommunikationsaktiviteter

Projektets kommunikationsinsatser utvärderas regelbundet genom attitydundersökningar. Mätbara kommunikationsmål sätts upp för enskilda aktiviteter i den årliga aktivitetsplanen och dessa följs upp efter varje avslutad aktivitet/vid årets slut. Erfarenheter från utvärderingar ska tas tillvara i det fortsatta arbetet.

Projektnamn, huvudavsändare och grafisk profil

Projektnamnet är ”*projekt Slussen*”. Det vi ska bygga benämns ”*Slussen*”. Huvudavsändare för projektet är Stockholms stad med logotypen, S:t Erik.

Förvaltningsnamnen ska inte användas med tanke på att de kan förändras under projektiden, men används där det är nödvändigt av till exempel juridiska skäl.

Projektet ska följa Stockholm stads riktlinjer för grafiskt material. Stadens koncept för extern kommunikation ska tillämpas.