

Datum	2020-02-07	Projektskede	Projektskede
Status	Godkänd	Infosäkerhetsklass	K2
Rev. beteckning	-	Diarienummer	-
Rev. datum	-	Författare	Elisabeth Klingmark

# Kommunikationsplan 2020

## Gul linje till Arenastaden

Filnamn:1354-P11-15-00001

### REVIDERINGSHISTORIK

Rev.	Revidering avser	Reviderat av	Godkänd/ Fastställd av	Rev. datum

Kontrollerad av, utförare: Elisabeth Henningson Klingmark, projektledare kommunikation

Granskad av, beställare: Marianne Dunér, kommunikationschef

Godkänd/ Fastställd av, beställare: Malin Harders, projektchef

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

<b>1</b>	<b>Kommunikationsplanens syfte .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Kommunikationsmål .....</b>	<b>3</b>
2.1	Attityd och kännedom.....	4
<b>3</b>	<b>Tidplan och inriktning för kommunikationsarbetet 2020.....</b>	<b>4</b>
3.1	Närområdeskommunikation.....	5
3.2	Spadtag och öppen arbetsplats .....	5
3.3	Stängsel och plank.....	6
3.4	Målgrupper och kanaler .....	6
3.5	Prioriterade målgrupper 2020 .....	6
3.6	Sekundära målgrupper.....	7
<b>4</b>	<b>Samverkan .....</b>	<b>8</b>
4.1	Intern samverkan .....	8
<b>5</b>	<b>Budskap och tonalitet .....</b>	<b>8</b>
5.1	Budskap för Gul linje till Arenastaden.....	9
5.2	Budskap under byggtiden .....	9
5.3	Kommunikationskoncept.....	9
<b>6</b>	<b>Kommunikativa risker .....</b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>Bilagor och relaterade dokument.....</b>	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>Budget 2020.....</b>	<b>11</b>

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

# 1 Kommunikationsplanens syfte

Syftet med kommunikationsplanen är att skapa en planerad, strukturerad kommunikation med god framförhållning. Den ska bidra till att förvaltningens mål nås, underlätta byggandet av nya tunnelbanan samt minska risken för överklaganden, klagomål och krav på ersättning.

2020 går projektet in i ett byggske. Att i god tid nå ut med relevant information till berörda som påverkas av våra arbeten kommer att vara prioriterat. Kommunikationsplanen och den tillhörande aktivitetsplanen beskriver vilka kommunikationsinsatser som ska genomföras under året.

Kommunikationsplanen för Gul linje till Arenastaden utgår från förvaltningens verksamhetsplan, projektplan och målkarta och vilar på förvaltningens gemensamma värdegrund och kommunikationsstrategi samt landstingets kommunikationspolicy.

Som bilagor till kommunikationsplanen finns en aktivitetsplan och en budget.

Kommunikationsplanen har ett externt fokus, för intern kommunikation finns en internkommunikationsplan. Bilagor och övriga styrande dokument som kommunikationsplanen hänvisar till finns samlade under rubriken *bilagor och relaterade dokument*.

## 2 Kommunikationsmål

Förvaltningens övergripande kommunikationsmål:

- Skapa förtroende och acceptans för vårt arbete genom att förmedla en korrekt bild av utbyggnaden av tunnelbanan och de processer som styr genomförandet.
- Se till att berörda målgrupper i god tid känner till de arbeten som påverkar dem direkt så att de kan planera sin vardag. De ska också veta vem de ska kontakta om och när de har synpunkter, frågor eller klagomål.

För att styra mot förvaltningens huvudmål och landstingets övergripande mål har förvaltningen arbetat fram mål inom de sex perspektiven Ekonomi, Tid, Produkt, Mottagare, Process och Medarbetare.

Följande mål ses som viktiga områden för projektets kommunikation 2020.

- För perspektivet mottagare är målet: *Nöjda uppdragsgivare och berörda av utbyggnaden*
- För perspektivet process är målet: *Hållbar verksamhet*.

### Mätetal för projektets kommunikation 2020

- Mottagare: Andelen positiva/neutrala inslag i media minst 85 %.
- Mottagare: Minst 75% av boende anser sig vara informerade

Mätetalen för perspektivet mottagare följs upp i årliga attitydmätningar, medieanalyser och revisioner.

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

Tunnelbaneutbyggnaden kommer att påverka miljön, som alla stora byggen. Förvaltningens övergripande hållbarhetsmål är att hållbarhet ska vara en integrerad del i utbyggnad av nya tunnelbanan motsvarande minst nivån Very good i CEEQUAL.

För att få en statusbedömning av CEEQUAL-arbetet görs interna revisioner. Resultatet används som en vägledning för att uppnå förvaltningens hållbarhetsmål. För att nå upp till nivån Very good i Ceequal ska aktiviteterna i kommunikationsplanen leva upp till kraven i CEEQUAL, avsnitt 3: *Människor och lokalsamhälle*.

## 2.1 Attityd och kännedom

Årliga attitydmätningar görs för att följa upp hur väl närområdet känner till utbyggnaden och vad de tycker om den, hur de vill ha information samt om de känner oro för byggtiden

2019 års attitydmätning visar att inställningen och kännedomen om Gula linjens utbyggnad i stort sett är oförändrad jämfört med tidigare år och i princip når uppsatt mål. I och med att bygget startar och med de planerade kommunikationsaktiviteterna är det rimligt att anta att kännedomen kommer att öka ytterligare. Andelen som är trygga inför byggtiden har minskat något vilket kan förklaras med att vi närmar oss byggstart.

Hur vi ska fortsätta mäta inställningen till utbyggnaden ska utvärderas under 2020.

	2017	2018	2019
Inställning till utbyggnaden	79%	84%	82 %
Kännedom om utbyggnaden	71%	73%	71 %
Trygg inför byggtiden	72 %	71 %	66 %

# 3 Tidplan och inriktning för kommunikationsarbetet 2020

### Projektets milstolpar 2020

- Q2 Produktionsstart arbetstunnel Hagalund
- Q2 Produktionsstart arbetstunnel Hagastaden
- Q2 Lagakraftvunnen JP
- Q4 Tilldelat kontrakt arbetstunnel Arenastaden

Projektet beräknas ha en lagakraftvunnen järnvägsplan tidigast våren 2020 men produktionsstart i Södra Hagalund och Hagastaden kommer att ske tidigare. Prioriterade kommunikationsaktiviteter under 2020 är informationsinsatser till berörda i närheten av våra arbetsområden.

Markarbeten för arbetstunnel Hagalund kommer starta mars-april 2020. Dessa arbeten beräknas ta cirka ett år och kommer att periodvis orsaka buller i bostadsområdet som ligger mycket nära etableringsytan. Bergarbeten kan vi börja med först när järnvägsplanen har vunnit laga kraft.

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

Produktionsstart för arbetstunneln i Hagastaden kan starta under våren 2020. För den tillfälliga delen av arbetstunnel har vi avtal med markägaren Stockholm stad, vilket ger oss tillstånd att börja med bergarbetena i Hagastaden redan under mars-april 2020.

Först när järnvägsplanen vunnit laga kraft kan produktionsstart för Arenastadens arbetstunnel börja. En entreprenör för dessa arbeten väntas vara på plats första kvartalet 2021.

För att skapa acceptans för störningarna inriktar vi vår kommunikation under byggtiden på att:

- Informera
- Involvera och skapa dialog
- Väcka intresse och nyfikenhet

### 3.1 Närområdeskommunikation

Innan våra arbeten startar ska berörda i närområdet i god tid få information om var vi kommer att arbeta, vad som ska göras och när, hur man påverkas samt bjudas in till informationstillfällen. Via förvaltningens upphandlade sms-tjänst kommer boende och verksamheter kontinuerligt bli informerade om kommande veckors störande arbeten.

Barn är en särskilt utsatt grupp och våra arbeten kommer att medföra störningar för förskolor och skolor. Vi jobbar aktivt med barnperspektivet och anpassar våra åtgärder för att minska störningarna efter den enskilda förskolans/skolans behov. Besök på förskolan, studiebesök och information till pedagoger och föräldrar är exempel på detta.

För att förbereda barn som bor eller vistas nära tunnelbanebygget har förvaltningen tagit fram en film som förklarar hur det kan låta och kännas i närheten av våra arbetsplatser (lanseras under våren 2020). Filmen kommer att finnas tillgänglig via våra digitala kanaler och användas i kontakter med förskolor och skolor.

Kommunikationen till närområdet ska vara tillgänglig på alla sätt; i språk, innehåll, utformning och kanaler.

Det är förvaltningen som har huvudansvaret för kommunikationen till närområdet. Under byggtiden finns en kommunikatör i entreprenörens organisation som arbetsleds av projektledare kommunikation.

Tidplan för projektets planerade aktiviteter för 2020 finns i projektets aktivitetsplan (bilaga till detta dokument).

### 3.2 Spadtag och öppen arbetsplats

Givet att järnvägsplanen vinner laga kraft 2020 kan ett spadtag ske i Solna. Syftet är att visa resultat, få mediagenomslag och öka kännedomen om tunnelbaneutbyggnaden. Internt vill vi fira en viktig milstolpe och skapa stolthet och motivation. Finansierade parter, medarbetare, projekterande konsulter och entreprenörer bjuds in till spadtag.

Förvaltningen planerar att under 2020 visa upp arbetsplatser för allmänheten för att markera byggstart, berätta om tunnelbaneutbyggnaden och väcka intresse.

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

### 3.3 Stängsel och plank

Utbyggnaden av Gul linje till Arenastaden kommer att pågå under många år. Arbetsområdena ovan mark kommer vara inhägnade med plank och stängsel och ska utformas enligt förvaltningens gestaltungsprogram. Väl utformade och underhållna plank bidrar till ett positivt inslag i stadsbilden och skapar förtroende för landstinget som byggherre. De är också viktiga ytor för vår kommunikation under byggtiden.

I Solna, vid vårt blivande etableringsområde i Vasalundsparken/Dalvägen tittar vi på möjligheterna att göra en naturstig i samarbete med Solna naturskola.

### 3.4 Målgrupper och kanaler

För att få maximal effekt i vårt kommunikationsarbete använder vi en mix av flera samverkande kanaler. Vi satsar på digitala kanaler då de har stor räckvidd och är effektiva. Vår webbplats [nyatunnelbanan.sll.se](http://nyatunnelbanan.sll.se) är navet i vår kommunikation.

Val av innehåll och kanal anpassas till målgruppernas behov av information. Som regel gäller att ju mer man påverkas av våra arbeten, ju högre är detaljeringsgraden i innehållet.

För mer information hänvisas till förvaltningens kanalstrategi för byggtiden.

### 3.5 Prioriterade målgrupper 2020

Bedömningen är att boende och verksamheter inom cirka 150 meter från våra arbetsområden är prioriterade målgrupper.

#### **Arbetsstunnel Hagalund**

- Ca 1000 hushåll
- 4 fastighetsägare

Samordning krävs med andra utbyggnads projekt och anläggningsägare. Prioriterade intressenter är Veidekke, Humlegården, Solna stad och Trafikverket.

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

### Arbetstunnel Hagastaden

- Ca 1500 hushåll
- 1 gymnasieskola, 3 förskolor
- 7 fastighetsägare
- Ca 170 företagare/verksamheter

Samordning krävs med andra utbyggnadsprojekt, anläggningsägare och arbetsplatser som har känslig verksamhet. Prioriterade intressenter är Karolinska institutet, Nobel forum, Akademiska hus, Stockholm stad (Hagastadsprojektet) och Trafikverket.



### Arbetstunnel Arenastaden

- Ca 650 hushåll
- 2 förskolor, 1 vårdcentral
- 15 fastighetsägare
- Ca 360 företagare/verksamheter i området

Samordning krävs med andra utbyggnadsprojekt. Arenastaden är ett stort arbetsplatsområde och vi behöver samverka med intressenter för att nå ut till dem som jobbar i området. Prioriterade intressenter är Fabege, Rodamco och Solna stad



## 3.6 Sekundära målgrupper

- Trafikanter och kollektivtrafikresenärer som passerar området
- Intresserad allmänhet

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

## 4 Samverkan

En god samverkan med Stockholm stad och Solna stad är viktig för att nå ut med kommunikation till våra målgrupper via kommunernas kanaler. Arenastaden och Hagastaden är stora arbetsplatsområden varför samverkan med fastighetsägare och arbetsgivare är nödvändig för att informera dem som jobbar i området.

I Hagastaden behöver vi ta särskild hänsyn till Karolinska Institutet och Karolinska Universitetssjukhuset som har störningskänsliga verksamheter. Samverkan med verksamheternas kommunikatörer är nödvändig för att snabbt nå ut med information via rätt kanaler.

Under byggtiden kommer entreprenören ha en kommunikatör i sin projektorganisation. Projektledare kommunikation har ett tätt samarbete med entreprenörens kommunikatör, som har sin arbetsplats nära pågående arbeten med god insyn i det dagliga arbetet på byggarbetsplatsen.

Det är viktigt att informera kommunernas miljöförvaltningar när, och hur vi kommunicerar med närområdet. Det gäller även fastighetsägare, som ska veta vilken information som skickas ut till deras hyresgäster.

Utmed hela tunnelbanesträckan byggs nya bostäder och arbetsplatser och vi behöver samordna våra arbeten med närliggande utbyggnadsprojekt varför dialog med byggherrar, fastighetsägare, ledningsägare och kommuner är nödvändig. Trafikverket är en viktig part eftersom vi kommer att korsa deras anläggningar vid flera punkter under jord.

I de fall vi påverkar kollektivtrafiken är trafikförvaltningen en viktig kanal för att informera resenärerna.

### 4.1 Intern samverkan

För att säkerställa att kommunikationen till närområdet blir samstämmig och enhetlig krävs ett effektivt samarbete internt mellan kommunikation, omgivningspåverkan, fastighet, byggledning och projektets entreprenör.

## 5 Budskap och tonalitet

I förvaltningens kommunikationsstrategi finns en övergripande budskapsplattform som bidrar till att skapa en tydlig bild av förvaltningens verksamhet och projektens genomförande, både internt och externt. Huvudbudskapet baseras på de nyttor som utbyggnaden av tunnelbanan innebär:

1. Möjliggör nya bostäder
2. En tillgänglig och sammanhållen region
3. Attraktiva resor



Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

#### 4. Effektiva resor med låg miljö- och hälsopåverkan

Det övergripande budskapet för nya tunnelbanan är:

*Nu bygger vi ut tunnelbanan så att avstånden blir mindre när Stockholm blir större.*

*Det behövs för att många nya bostäder med bra kommunikationer ska kunna byggas i Järfälla, Nacka, Solna och Stockholm.*

### 5.1 Budskap för Gul linje till Arenastaden

*Tunnelbanan ska byggas ut från Odenplan till Arenastaden för att förbättra kollektivtrafiken till några av Stockholms snabbast växande stadsdelar: Hagastaden, Södra Hagalund och Arenastaden. Gul linje till Arenastaden knyter ihop regionen genom att det blir möjligt att åka direkt från Solna till söderort.*

### 5.2 Budskap under byggtiden

*Det kommer att märkas när vi bygger ut tunnelbanan. Men vi planerar noga för att se till att vardagslivet ska fungera för alla som berörs.*

### 5.3 Kommunikationskoncept

Förvaltningens kommunikationskoncept hjälper oss att hålla ihop kommunikationen visuellt men också när det gäller tonalitet under hela projektiden. Dessutom hjälper det oss att skapa nyfikenhet och förväntan, men också acceptans och förståelse.

Vi vill att tonläget i kommunikationen ska vara:

- Mänskligt
- Kunnigt och kompetent
- Ha ett enkelt och rakt språk
- Tryggt
- Stolt

## 6 Kommunikativa risker

Att påbörja arbeten innan vi har en lagakraftvunnen detaljplan/järnvägsplan innebär både möjligheter och risker. Vi vinner tid och det signalerar att vi håller den tidplan för byggstart som tidigare kommunicerats, vilket ökar parternas och omvärldens förtroende för projektet.

På genomförda samråd och i dialog med intressenter har vi emellertid sagt att järnvägsplanen är en förutsättning för byggstart. Att påbörja arbeten utan stöd av järnvägsplan kan orsaka frågor och missnöje, som i värsta fall kan leda till att en negativ bild av projektet sprids i media. Det är mycket viktigt att vi förbereder tydliga argument för att vi har alla nödvändiga tillstånd på plats för att påbörja bygget av arbetstunnlarna, samt att närområdet blir informerade i god tid.

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

Störningarna kommer redan från början att vara omfattande och det kommer att krävas både dialog och god planering av kommunikationsinsatserna för att vinna förtroende och acceptans. Hur vi lyckas hantera kommunikationen under detta första skede kommer sannolikt att påverka vårt fortsatta arbete.

## 7 Bilagor och relaterade dokument

### **Bilagor:**

[Projektets aktivitetsplan 2020](#)

[Projektets kommunikationsbudget 2020](#)

### **Relaterade dokument:**

[Kommunikationsstrategi](#)

[Kanalstrategi för byggtiden](#)

[Gestaltningprogram för våra plank](#)

[Kommunikationskoncept](#)

[CEEQUAL bevis och motivering](#)

Internkommunikationsplan (ej klar)

På intranätet finns en [länksamling](#) till samtliga styrande dokument och rutiner som rör kommunikation

Dokumenttitel: Kommunikationsplan 2020	Rev. datum: -	Rev: -
Underrubrik: Underrubrik eller Entreprenad id + namn	Diariernr: -	Infoklass: K2

## 8 Budget 2020

<b>Kommunikationsaktiviteter Gula linjen 2020</b>	<b>Kostnad</b>
Tryckt nyhetsbrev hushåll och verksamheter	65 000
Tryckt nyhetsbrev hushåll och verksamheter	65 000
Närområdesinfo AT SHG (öppet hus, startkit)	50 000
Närområdesinfo AT HGS (öppet hus, startkit)	50 000
Attitydundersökning	40 000
AT HGL: Skyltning på plank, vepor, byggskylt	50 000
AT HGS: Skyltning på plank, vepor, byggskylt	100 000
SMS-utskick till närområdet	20 000
Annonsering print lokalpress	20 000
Annonsering sociala medier (FB)	30 000
Film	50 000
Fotografering	30 000
Illustrationer	20 000
Event öppen arbetsplats 2020	60 000
Översättningar	10 000
Marknadsföring SMS-tjänst	20 000
Info på centrala platser	30 000
Interninformation entreprenör	20 000
Adressköp verksamheter	20 000
Övriga kostnader kommunikation	50 000
<b>SUMMA</b>	<b>800 000</b>