



Göteborgs Stad  
Stadsbyggnadskontoret

# Kommunikationsplan Västlänken



Stadsbyggnadskontoret  
Box 2554  
403 17 GÖTEBORG

Besöksadress: Köpmansgatan 20  
Hemsida: [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)  
e-post: [sbk@sbk.goteborg.se](mailto:sbk@sbk.goteborg.se)

Telefon: 031-365 00 00

*Kommunikationsplan Västlänken Version 1.3, 2015-01-10*

## **Innehållsförteckning**

- 1. Bakgrund**
- 2. Vision för Västlänken**
- 3. Utgångspunkter för kommunikationen**
- 4. Framgångskriterier och förhållningssätt**
- 5. Kommunikationssvårigheter och hur de övervinns**
- 6. Kommunikationsmål**
- 7. Grafisk profil**
- 8. Budskap**
- 9. Nyckelord**
- 10. Målgrupper**
- 11. Potentiella kanaler**
- 12. Samarbetspartners**
- 13. Talespersoner**
- 14. Bilagor**

## 1. Bakgrund

I det Västsvenska Paketet för utvecklingen av kollektivtrafiken i regionen är Västlänken en mycket viktig del för att skapa ett konkurrenskraftigt spårbundet system i Västra Götalandsregionen. Det valda alternativet avseende sträckning och stationslägen (Haga-Korsvägen) har bearbetats i en tidigare järnvägsutredning och i ett kommunalt programarbete som hade en stor samordnad utställning under 2006.

Trafikverket har huvudansvaret för att genomföra vald järnvägslösning men kommunen har ett stort ansvar i att ta fram detaljplaner för både sträckningen och stationsområdena. I anslutning till dessa kommer omfattande lednings- och trafikomläggningar att bli nödvändiga och kräva stora insatser av kommunen. Några av dessa omläggningar kan även kräva ytterligare detaljplanearbeten. Inom stationsområdet för Centralen berörs även andra projekt i Västsvenska paketet såsom Bangårdsviadukten, Göta Älvbron samt Riksväg 45. Här finns även Gullbergsvass som ett framtida utbyggnadsområde för Göteborg och som behandlats i stadens visionsarbete för centrala Älvstaden.

## 2. Vision för Västlänken

Västlänken och arbetet med densamma har ingen egen vision utan utgår från stadens och regionens övriga visioner och tidigare måldokument. Detta inkluderar t ex Vision Älvstaden och målen för Västsvenska paketet.

Västsvenska paketets mål är viktiga i arbetet med Västlänken och de är:

- 1) Större arbetsmarknadsregioner
- 2) En attraktiv kärna och utveckling längs huvudstråken
- 3) En konkurrenskraftig kollektivtrafik
- 4) En god livsmiljö
- 5) Kvaliteten för näringslivets transporter förbättras och stärker den internationella konkurrenskraften.

## 3. Utgångspunkter för kommunikationen

Projektet skall kommunicera arbetet utifrån projektorganisationen, dvs projektets kommunikatörer sköter all övergripande kommunikation oavsett vilken förvaltning (SBK, TK, FK eller PoNF) som är mest berörd. **Hur informationen ska hanteras i byggskedet diskuteras och beslutas under 2015.**

Kommunikationsarbetet sker också i samarbete med Trafikverket för att säkerställa att inte kommunikationen krockar eller orsakar förvirring.

Vårt agerande, vad vi gör, säger och inte säger, sänder ut budskap till omvärlden som kommer att forma uppfattningen om projektet och Västlänken. Det är därför viktigt att den bild vi förmedlar inte blir rörig och svårbegriplig.

Kommunikationen behövs för att berätta vad vi gör och **framför allt varför** vi gör det. Både för att visa upp arbetet och för att kunna mota kritik innan den har uppstått - eller rättare sagt, för att de som kritiserar oss ska göra det på sakliga grunder inte felaktiga premisser.

Först och främst är detta ett samarbete mellan Trafikverket och staden, men det är också många andra parter och intressenter involverade i projektet och det är mycket viktigt att våra budskap hänger samman och inte krockar eller motsäger varandra. Det är också av stor vikt att kommunikationen synkroniseras med andra projekt som ingår i Västsvenska paketet, Centralenområdet samt i viss utsträckning också med andra övergripande stadsutvecklingsprojekt, som ex. Älvstaden och Göteborg 2021. **För att samordna detta finns en ledningsgrupp för kommunikation stadsutveckling som leds av stadsledningskontoret. Det finns också en grupp för kommunikation stora centrala projekt som inkluderar fler parter.** Dessutom har kommunikationsgruppen för VP utökats med kommunikatörer för enskilda projekt där alla träffas några gånger per termin. Det finns också ett samarbete med GR som har fått ett utökat ansvar för att kommunicera VP. Här diskuteras ett samarbete om grafisk form och uttryck för att skapa enhetlighet och tydlighet för medborgarna.

Med en genomarbetad kommunikationsplan kan vi lättare förmedla ett tydligt budskap och skapa bra förutsättningar för en god dialog med medborgarna, vilket är en betydande del av uppdraget. Därför är det viktigt att vi:

- Samordnar och planerar kommunikationsinsatserna
- Samordnar information och budskap
- Arbetar för att undvika misstolkningar

Det är även viktigt med en god intern kommunikation för att skapa både engagemang och kunskap kring projektet.

#### **4. Framgångskriterier och förhållningssätt**

Våra förhållningssätt för kommunikation bygger på **Göteborgs stads kommunikationsstrategi** och informationspolicy.

- Arbetet ska kommuniceras öppet, planerat och kontinuerligt.
- Vi ska ge rätt information vid rätt tillfälle - kan låta självklart, men kräver förberedelse och planering.
- Vi äger frågan och ska ta initiativet när vi vill kommunicera.
- Öppenhet och lyhördhet är eftersträvaransvärda och en viktig del i vårt uppdrag.
- Vi ska utgå från visioner och budskap i kommunikationen.
- Vi ska verka för ett bra samtal med medborgarna
- Relationer till media:
  - Vi ska alltid finnas tillgängliga för media
  - Vi ska alltid ge korrekt och saklig information

- Talespersonerna ska känna till budskap och aktuella fakta

## **5. Kommunikationssvårigheter och hur de övervinns**

Under projektets gång kommer vi troligtvis att stöta på en del hinder vilka försvårar kommunikationen. Det är bra om vi kan identifiera dessa och därmed kunna avgöra vad vi aktivt ska arbeta mot med till exempel budskap, och vad vi endast ska ha med oss ”i bakhuvudet” och kunna svara på när frågor ställs.

På längre sikt vet vi att det kommer att bli rörigt i staden när man börjar bygga Västlänken. Men redan nu pågår en mängd infrastrukturprojekt, som delvis hänger samman med Västlänken, som påverkar göteborgarna på olika sätt. Vi kan minska den irritation som uppstår genom att tydligt förmedla vårt budskap om vilka vinster det blir på lång sikt.

Det som mest ifrågasätts med Västlänken är:

- Nyttan med tunneln över huvud taget
- Nyttan för göteborgarna
- Sträckningen
- Stationslägena
- Tillgänglighet under byggtid
- Buller mm under byggtid
- Grundvattennivåer
- Resandeunderlag
- Grönytor och träd
- Skador på kulturmiljön

Frågorna kommer att variera över tid och det är viktigt att detta diskuteras kontinuerligt i projektgruppen.

## **6. Kommunikationsmål**

- Projektet ska bygga på en utvecklad medborgardialog
- Kommunikationen ska bidra till att öka kunskap och förståelse hos göteborgarna om varför Västlänken behövs och vad den ger för nytta för regionen och för Göteborg i synnerhet.
- Kommunikationen ska bidra till att skapa en positiv känsla kring projektet och den stadsutveckling som pågår.
- Kommunikationen ska under byggtiden bidra till att alla som är berörda vet om hur de kommer att påverkas under byggtiden. Här måste det vara ett bra samarbete mellan Trafikverket och staden.

## **7. Grafisk profil**

Grunden är att vi använder Göteborgs stads grafiska profil till all kommunikation kring Västlänken. Ingen speciell grafisk profil tas fram för Västlänken. Det är

däremot viktigt att vi använder samma mallar för presentationer, agendor, TU, PM mm. Vi använder delar av det gemensamma formspråket för VP och har utvecklat detta något i samband med filmproduktion.

## **8. Budskap**

Budskap för Västlänken har tagits fram i en budskapsworkshop där projektchef, styrgrupp, ledningsgrupp och övervägande delen av projektmedlemmarna deltog. Det gemensamma arbetet var viktigt för att alla ska kunna identifiera sig med budskapen och därmed bli goda förmedlare av dessa.

### *Huvudbudskap*

#### **Stan växer - vi måste bygga ut**

*Ingång: Vi pratar inte om dagens Göteborg med en tillagd Västlänk. Vi pratar om framtidens Göteborg med en betydligt större befolkning och många fler arbetsplatser med fler tillresande från övriga regionen Västlänken ger möjlighet till betydande stadsutveckling med nya mötesplatser, grönytor mm. Större attraktivitet. Tät stad. Mer storstad.*

### *Allmänna underbudskap*

#### **Vi bygger får våra barn och barnbarn**

#### **Vi bygger en stad för framtiden**

#### **Vi bygger för att fler ska få plats**

#### **Vi går från en stor småstad till en nära storstad**

Dessa budskap samt budskap för speciella teman och även en budskapsmapp finns tillgänglig för alla som jobbar med Västlänken. Dessutom kommer en hemsida att skapas som kan ligga som ett bokmärke i allas telefoner så att man alltid har budskap och frågor & svar lättillgängliga.

kapen

## **9. Nyckelord**

Knyter samman staden

Växande stad

Attraktiv stad

Vinster för gående, cyklister och kollektivtrafikresenärer

Hållbar stad

Förbättra trafiksituationen

Öka tillgängligheten

## **10. Målgrupper**

### **Externa primära:**

Opinionsbildare (media, intresseorganisationer)

Berörda (näringsidkare, närboende, fastighetsägare)

Ungdomar (de som ska leva med Västlänken i framtiden),

### **Interna primära**

Anställda på berörda förvaltningar

Övriga anställda inom Göteborgs stad (45 000 personer som vi kan nå),

Politiker i BN, FN och TN

Berörda stadsdelsförvaltningar

### **Externa sekundära**

Medborgare (alla är ju berörda)

Besöksnäringen

Kranskommunerna

### **Interna sekundära**

Övriga politiker

Övriga stadsdelsförvaltningar

## **11. Potentiella kanaler**

Web

Nyhetsbrev i olika former och till olika målgrupper

Stadsbyggnadstidning

Intranät på SBK, TK, FK och PoNF, TrV samt stadens gemensamma

Tryckt media

TV/Radio

Vårt Göteborg

Direkt Press

DR

Utställningar - digitalt eller fysiskt

Älvrummet

Utomhusutställningar/Containers

Seminarier ex genom Centrum för byggnadskultur

Utställningsyta på Centralen

OnSpot Story (metod)

Story Telling (metod)

Promenader (metod)

Unga vuxna i stadsdelarna

### **Samarbetspartners**

Trafikverket

Västtrafik

Göteborg & Co

VGR

GR

Näringsidkare och intressenter i stationsområdena och längs sträckan

**Talespersoner**

**Karin Holmström**, Projektchef, projekt Västlänken

**Anette Palle**, kommunikationsstrateg, förmedlare av kontakter och informationsmaterial

**Delprojektledare i varje delprojekt svarar på frågor kring det egna projektet**

**Filip Siewertz**- Järnvägstunneln

**Sandra Trzil** - Station Haga

**Per-Erik Löfgren** - Station Korsvägen

**Filip Siewertz** - Station Centralen

**14. Bilagor**

Aktivitetsplan

Separata kommunikationsplaner för järnvägstunneln och för varje station