

Notat revidert kommunikasjonsstrategi, juni 2017

## **SUPERBUSS FOR TRONDHEIM**

Felles overordnet kommunikasjonsstrategi for Trondheim kommune,  
Sør-Trøndelag fylkeskommune, Statens vegvesen og AtB



### **1. Bakgrunn**

Superbuss er et prosjekt i Miljøpakken, og følgelig et samarbeid mellom Trondheim kommune, Sør-Trøndelag fylkeskommune og Statens vegvesen. Fylkeskommunens administrasjonsselskap AtB er også en sentral part som ansvarlig for å planlegge rutetilbudet, kjøpe materiell og tjenester gjennom offentlig anbud og ved å bruke infrastrukturen. AtB har i tillegg ansvaret for billettsystem og for informasjon og knyttet til rutetilbudet.

Bymiljøavtalen slår fast at Trondheims kollektivløsning for å nå nullvekstmålet skal basere seg på superbuss. Superbuss som konsept skal være fundamentet i et nytt kollektivsystem i byen. Økt kollektivbruk sammen med sykkel og gange er nødvendig for å oppnå nullvekst i personbiltrafikken.

Prosjektet består av to faser som vil overlape hverandre:

- utbygging av infrastruktur og innkjøp av materiell fra 2016
- innføring av kollektivtilbud med ny rutestruktur og nytt materiell i 2019

En felles overordnet kommunikasjonsstrategi for de fire organisasjonene dekker i hovedsak planlegging, utbygging og innkjøp. Utbygging av ny infrastruktur henger nøye sammen med omleggingen av rutetilbudet i august 2019. Strategien må derfor sikre også god kommunikasjon av konseptet superbuss, i betydningen et nytt kollektivsystem og en annen måte å reise på.

Dette krever god koordinering mellom fire parter med til dels ulike og til dels overlappende ansvarsområder.

I Miljøpakken følger kommunikasjonsansvaret linje- og saksansvar, og koordineres av Kontaktutvalget, programrådet og kommunikasjonsgruppa i samarbeid med superbussprosjektet.

AtB vil ha ansvaret for informasjon, markedsføring og kundekontakt i forkant av og når ny rutestruktur/superbuss tas i bruk.

### **2. Mål for kommunikasjonsarbeidet**

God kommunikasjon skal bidra til å sikre et attraktivt og bærekraftig kollektivtilbud ved å:

- spre kunnskap om tiltakene knyttet til konseptet superbuss og ny rutestruktur
- forklare sammenhengen mellom å bygge ny infrastruktur og etablere ny rutestruktur
- skape forståelse for hvorfor disse tiltakene gjennomføres
- synliggjøre gevinster for samfunnet, byen og de reisende
- styrke samarbeidet mellom partene i planleggings- og utbyggingsfasen
- sikre godt omdømme

### 3. Generelt om kommunikasjonsarbeidet

- Kommunikasjonen skal gjenspeile at de samarbeidende partene står samlet bak valget av superbusskonsept og ny rutestruktur.
- Arbeidet må samordnes mellom partene for å oppnå effektiv kommunikasjon med en enhetlig profil og sammenfallende budskap.
- God intern kommunikasjon er viktig, særlig i forholdet mellom partene. Gjensidig rolleforståelse virker konfliktdempende og reduserer risikoen for at interessemotsetninger svekker omdømmet til superbussprosjektet.
- Kommunikasjonsarbeidet skal ligge i forkant av hendelser, basert blant annet på en løpende oppdatert oversikt over milepæler.

Detaljert oversikt foreligger i separat "Milepælplan".

### 4. Målgrupper/behov

#### Befolkningen generelt:

Overordnet kunnskap om utbygging av kollektivfelt, knutepunkt, omstigningspunkt, stasjoner (holdeplasser) og om framtidig rutestruktur og tilbud.

Forståelse for gjennomføring av de fysiske tiltakene og ny rutestruktur med bakgrunn i Bymiljøavtalen, nullvekstmålet og som motivasjon for bruk av det nye kollektivtilbudet.

#### Beboere langs traséene:

Målrettet og konkret informasjon om mulige inngrep i eiendom, samt forventet trafikkmengde, støy og andre konsekvenser av ny rutestruktur.

#### Interesseorganisasjoner, grupper med særskilte behov

Beredskap for å svare ut henvendelser og delta på informasjonsmøter. Gjelder særlig kollektivbrukere som opplever endret tilbud som utfordrende og andre som er kritisk til omlegging.

#### Mediene:

Kunnskap om mål, virkemidler, planlegging og utbygging. Lett tilgang til gode kilder og korrekt informasjon på kort varsel.

#### Politikere:

Gi politikere i Trondheimsregionen og Sør-Trøndelag fylkeskommune forståelse for formålet med prosjektet og innsikt i praktiske tiltak, framdrift og utfordringer.

### Intern kommunikasjon - medarbeidere hos partene:

Gjensidig kunnskap om muligheter og utfordringer knyttet til partenes prosjekter og ansvarsområder.

Forståelse for verdien av samarbeid og dialog mellom partene.

Forståelse for omdømmemessig belastning ved åpne konflikter.

Detaljert oversikt foreligger i separat "Interessentanalyse".

## 5. Utfordringer

### Kritikk mot konseptet

Selve konseptet superbuss/ny rutestruktur vil være gjenstand for debatt og kritikk i utbyggingsperioden og ved innføring. Det samme vil gjelde valg av løsninger for fysisk infrastruktur. Det er viktig å forklare superbuss som konsept, fordelene ved større fleksibilitet enn bybane og hvorfor løsningen vil fungere godt i Trondheim.

### Usikkerhet knyttet til økonomi og framdrift

Kan forsterke ekstern kritikk og trigge konflikter både internt i prosjektet og i det politiske miljøet.

### Konflikter mellom partene:

Samarbeidspartene har ulike ansvarsområder. Interesse motsetninger vil oppstå omkring tekniske løsninger, framdrift, økonomi og andre prioriteringer. Åpne konflikter kan etablere superbuss som et stridstema i offentligheten, og dermed som et problem mer enn en løsning. Det er viktig at alle forstår sin rolle og betydningen av å samarbeide mot felles mål.

### Protester mot utbyggingstiltak

Velforeninger, nabolag og enkeltpersoner vil protestere mot inngrep i privat eiendom, og mot støy og ulykkesrisiko ved traséer med forventet tett trafikk.

### Fragmentert ansvar for informasjon

Ansvarsfordelingen mellom fire parter, og mellom flere enheter innenfor Trondheim kommune, gjør kommunikasjonsarbeidet krevende. Spredt ansvar øker risikoen for mangelfull, misvisende og/eller motstridende informasjon ut til samfunnet.

Detaljert oversikt foreligger i eget notat knyttet til "Utfordringer og muligheter".

## 6. Strategiske løsninger

På grunnlag av utfordringene arbeider vi etter følgende strategiske løsninger:

- Åpen og proaktiv kommunikasjon mot mediene
- Aktiv kommunikasjon mot innbyggerne
- Rask og pålitelig respons på alle typer henvendelser og utspill
- Kunnskapsbasert kommunikasjon basert på felles fakta- og budskapsbank

- God internkommunikasjon mellom partene
- Forklare ved hjelp av visualisering/digitale løsninger
- Tydelig, felles forståelse for hvem som svarer ut hvilke tema.\*

\* Detaljert oversikt foreligger i separat arbeidsdokument "Hvem svarer på hva."

## 7. Kommunikasjonstiltak

Strategisk løsning	Tiltak
Åpen og proaktiv kommunikasjon mot mediene	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bygge tillit og gode relasjoner</li> <li>● Gi innspill til saker</li> <li>● Informe om tids- og milepæler i god tid</li> <li>● Sikre at kilder gir god hjelp</li> <li>● Invitere til orienteringsmøter</li> <li>● Forklare bakgrunnen for konseptet</li> </ul>
Aktiv kommunikasjon mot innbyggerne	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mediene når flest og etablerer etterlatt inntrykk; bevisst mediebruk er viktig</li> <li>● Infomøter/folkemøter</li> <li>● Bruke egne, sosiale medier som inngang til mer detaljert informasjon, primært FB hos AtB og Miljøpakken</li> <li>● Nettsider hos AtB og Miljøpakken</li> </ul>
Rask og pålitelig respons	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bruke manualen "Hvem svarer på hva"</li> <li>● Gi kilder trygghet og trening i å formidle lettfattelig informasjon raskt</li> </ul>
Kunnskapsbasert kommunikasjon	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bruke nøkkeltall og annen faktabasert informasjon fra faktabank.</li> <li>● Formulere effektive og korrekte budskap basert på faktabanken til bruk for alle kilder og på alle plattformer</li> </ul>
Styrke internkommunikasjonen mellom partene	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Faste kontaktmøter for å koordinere kommunikasjon mellom partene; administrativ ledelse i STFK (Snart Tfk), TK, MP og AtB.</li> <li>● Kontaktmøter avtales også ad-hoc ved behov.</li> <li>● Allmøter for ansatte i SVV, STFK, TK, MP og AtB som jobber i prosjektet.</li> </ul>
Forklare ved hjelp av visualisering/digitale løsninger	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Utvikle grafiske illustrasjoner til medier og til bruk i presentasjoner medier, plakater, brosjyrer etc.</li> <li>● Lage animasjoner/filmer for å forklare konseptet effektivt</li> </ul>

## 8. Budskap

### Gevinster og muligheter:

Superbusskonseptet og ny rutestruktur er tidenes løft for kollektivtrafikken i Trondheim.

Superbuss er et pionerprosjekt i Norge basert på den første Bymiljøavtalen.

Trondheim får 3,76 milliarder fram til 2023, hvorav staten setter av 1,4 mrd. til superbuss.

Superbuss skal bidra til at vi oppnår nullvekstmålet, og dermed får staten med på å utvikle storbytransporten videre.

Det skal bli enklere og mer effektivt å reise kollektivt i Trondheim.

Vi skal få et bedre kollektivtilbud for flere.

Folk får flere reisemuligheter.

Flere kommer forttere fram enn om vi fortsetter med dagens system.

Vi skal få bedre byluft og mindre bilkø.

### Faktagrunnlag:

\* Kapasiteten øker med 30 prosent.

\* Antall kjørte km per år øker med 5 millioner, fra 12 millioner i 2016 til 17 millioner i 2020.

\* Antall busser øker fra 214 til ca 260.

\* Reell kapasitet på leddbuss er 94 passasjerer mot 134 på de 56 superbussene (langbusser).

\* Forebygger kork: Antall busser i Prinsenkrysset i morgenrush (1 time) går ned fra 170 til 159, men passasjerkapasiteten øker med over 40 prosent (ca 5000).

\* Du får lengre åpningstid: Rushtidsfrekvens utvides med en halv time morgen og ettermiddag, og bussene kjører en halv time lenger på natt, til 00.30.

\* Bussene skal komme forte fram: 10 km mer kollektivfelt, færre/kortere stopp på holdeplass og økt krav til minimumshastighet i Okstadbakken.

\* Billigere for samfunnet: 43 kr i 2020 mot 52 kr per kjørte km i dag.

### Utfordringer:

*Lenger å gå til holdeplass.* Antall stopp i begge retninger på de tre superbusslinjene blir redusert fra ca 190 til ca 150, men:

\* 44 000 vil fortsatt bo innenfor 400 m fra holdeplass mot 50 000 i dag

\* Gjennomsnitt gangavstand øker med 27 meter.

\* 66 000 (omtrent uendret) vil ha arbeidssted innenfor 400 meter fra holdeplass.

\* Kun de tre superbusslinjene får færre stopp.

\* Alle holdeplasser blir oppgradert og får universell utforming

*Flere må bytte buss.* Andel omstigning øker fra 15-20 prosent til 25- 30 prosent, men:

\* gode omstignings- og knutepunkt skal gjøre bussbytte effektivt ved hjelp av

- universell utforming

- korte interne avstander
- sykkelparkering og god tilknytning til gangnett
- høy frekvens
- ny teknologi for informasjon og billettering

Det er utarbeidet en «faktabank» med nøkkeltall.