

Kommunikationsplan för Översiktsplan

Projektbeställare	Kommunstyrelsen, genom Kent Gullberg (SBF-chef)
Projektledare	Charlotte Hedlund
Datum	2015-12-01
Version	1.0
Projekt-, ärendenr. Beslutad	Dnr KS 2014/0321-212

Inledning

Denna kommunikationsplan avser kommunikationen kring en ny översiktsplan för Österåkers kommun. Kommunikationsplanen är övergripande för hela projektet. Den kommer också att vidareutvecklas och fyllas på med aktivitetsplaner för de olika delarna i projektet.

Kommunikationsplanen specificerar inte hur möten och workshops kommer att genomföras utan det beskrivs i separata dokument. Den beskriver inte heller hur kommunikationen mellan projektmedlemmar kommer att se ut eftersom det hanteras av projektplanen.

Nuläge

Ett projekt har påbörjats för att ta fram en ny översiktsplan för Österåkers kommun. Översiktsplanen är en strategisk plan som beskriver kommunens avsikter i fråga om exempelvis mark- och vattenanvändning, bebyggelseutveckling, riksintressen och allmänna intressen i övrigt. Den nya översiktsplanen ska utgå ifrån kommunens vision 2020.

Målet för projektet är att ta fram en ny översiktsplan för Österåkers kommun som:

- är väl förankrad politiskt och ett resultat av en bred medborgardialog
- innehåller tydliga mål, riktlinjer och åtgärder avseende mark- och vattenanvändning och utgör ett stöd i den långsiktiga strategiska planeringen utifrån kommunens vision
- bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling i kommunen

Arbetet inleddes hösten 2014 med planering av projektet. Under 2015-2017 kommer samråds- och utställningshandlingar att upprättas och en ny översiktsplan kan komma att antas av kommunfullmäktige i slutet av 2017.

Syfte

Syftet med kommunikationen är att målgrupperna aktivt ska engagera sig och tycka till om översiktsplanen, samt förstå att deras åsikter har betydelse för översiktsplanens slutversion. Den ska också tydligt förankra planen och informera om projektets slutleverans på ett sätt som alla förstår och kan relatera till.

Mål

- Målgrupperna ska ha fått relevant information om processen liksom översiktsplanens funktion, betydelse och sammanhang.
- Målgrupperna ska få information i god tid för att hinna sätta sig in i och delta i dialogen

- Målgruppen ska ha deltagit i diskussion kring översiktsplanen och lämnat åsikter.
- Målgrupperna ska ha fått återkoppling om projektleveransen och kunna förstå och relatera till denna.

Strategi

Genom att göra samhällsplanering till något konkret, intressant och överblickbart genom tydlig information i olika kanaler vill vi engagera en mångfald av målgrupper till delaktighet.

Målgrupper

Externa målgrupper

- Vuxna kommuninvånare
- Unga kommuninvånare – då extra satsningar behövs för att engagera just denna grupp och då de utgör de framtida vuxna
- Besökare
- Potentiella invånare
- Företagare/ fastighetsägare
- Föreningar/ organisationer
- Myndigheter

Interna målgrupper

- Förvaltningar
- Kommunala bolag
- Politiska partier
- Nämnder

Budskap för översiktsplan

- Dina åsikter påverkar vår riktning
- En långsiktig plan tas fram för kommunens fysiska utveckling (en översiktsplan)

Budskap för tidig dialog

- Vi vill att Österåker ska bli länets mest attraktiva skärgårdskommun – hur vill du att den ska se ut?
 - Hur ser dina drömmars Österåker ut?
 - Hur blir vi länets mest attraktiva skärgårdskommun?
 - Hur ser Åkersberga ut år 2040?
 - Hur ska vi växa på ett hållbart sätt?

Budskap: Resultat dialog och övergripande inriktning

- Så här tycker ni om Framtidens Österåker!
- Övergripande inriktning för Översiktsplanen
- Så här går vi vidare
 - Detta gör vi nu och så här jobbar vi med era åsikter
 - Det här har vi kommit fram till.

Budskap samråd och utställning

- Det här är förslaget på översiktsplan – var med och tyck till!

Budskap antagande och laga kraft

(Fylls på när datumet närmar sig)

Kanaler

Plan- och bygglagen (2010:900), 3 kap, reglerar hur kommunen tillgängliggör förslag till översiktsplan, hur och till vilka information ska kommuniceras samt tidsperiod, kommunicering av beslut m.m.

Översiktsplanen är ute på samråd minst 2 månader (2016) och ställs ut för granskning minst 2 månader (2017).

Länsstyrelsen är en obligatorisk samrådspart liksom berörda kommuner och regionala organ som har ansvar för regionalt tillväxtarbete och planering av regional transportinfrastruktur. Kommunmedborgare och övriga enskilda samt andra myndigheter och sammanslutningar som kan ha intresse av förslaget ska även ges information om samrådet. Det ska framgå var samrådet äger rum och när samt hur och till vem synpunkter på förslaget ska lämnas. Synpunkterna sammanställs sedan i en samrådsredogörelse.

Ovan nämnda parter ges även information inför utställningen. Utställningen ska kungöras i post- och inrikestidningar, ortstidningar, anslagstavla och kommunens webbplats inför att den börjar. Det ska framgå var utställningen äger rum och när, hur och till vem synpunkter på förslaget ska lämnas. Synpunkterna sammanställs sedan i ett granskningsutlåtande.

Vid samråd och utställning bör nedanstående kanaler användas. Möten kommer att hållas inom ramen för dessa skeden i syfte att ge information om planförslaget samt ge tillfälle att ställa frågor och lämna synpunkter. I Information Österåker kommer material att finnas tillgängligt och webben kommer att uppdateras med aktuellt förslag. Särskilt under samrådet är det viktigt att få in så många synpunkter som möjligt varför ytterligare aktiviteter av mer uppsökande karaktär ska genomföras.

Huvudkanaler

Webbinformation

www.osteraker.se/Österåker2040

Navet för all kommunikation och information. Bidrar till gemensam kunskapsbas som skapar engagemang och leder besökaren vidare till mer information och plats för dialog och förslag.

Lokal: Information Österåker

Huvudsaklig plats för insamling av idéer och kunskap som behövs för att kunna dela med sig av idéer. Senare i projektet fungerar det som en visningsplats för idéer och mer förankrade förslag med möjlighet att tycka till på plats.

Inkastare

Bidrar till att öka nyfikenheten kring översiktplanen och meddela om processen och tillfällen för input av olika slag.

Magasin Österåker

Artiklar och notiser som bjuder in till delaktighet och ökar kunskapen om ÖP och processen.

Video

Tema Framtidens Österåker (2015). Väcka engagemang och leda personer till handling.

Österåkers kommuns övergripande kanaler i sociala medier

Inlägg som skapar intresse och kastar in till huvudkanaler.

Österåkers kommun facebook – inlägg som leder den externa målgruppen till huvudkanalerna

Österåkers kommun Twitter - inlägg som leder den externa målgruppen till huvudkanalerna

Instagram – Tävling i samband med tidig dialog (Framtidens Österåker, 2015). Få folk att via #Mittbästaosteråker dela med sig av sina smultronställen.

Lokaltidningar

Pressmeddelanden och annonser med inbjudan till delaktighet.

Utställningsdatum till kalender (Kanalen, Mitt i Roslagen och Tidningen Skärgården).

Övriga tidningar

I vissa skeden under projektets gång kommer information om översiktsplanen att publiceras i dagspress.

Din Kommun (Kommunens nyhetsannons)

Artiklar och notiser som bjuder in till delaktighet och ökar kunskapen om ÖP och processen.

Inomskärs

Informera anställda om milstolpar i översiktsplanen via nyheter och blogginlägg för att dessa ska fungera som ambassadörer i projektet.

Länkarbete

Få webbplatser att länka till vår kampanjsajt för att öka antalet besökare och sökresultat i Google. (Åkersberga aktuellt, Fastighetsägares hemsidor etc.)

Mobil utställning

För att kunna medverka på mässor och events.

Alceamöten

Information om projektets olika skeden ges vid Alceamöten.

BILAGA I - Måluppfyllelse för dialogen

Mål: Att öka medvetandet om översiktsplanen

Aktivitet	Värde	Ansvarig	Datum för mätning	Framgång
österåker.se/österåker2040				
<i>Tidig dialog</i>	100 besök/vecka på ÖP-webben	Kom	Nov 2015	133 per vecka
<i>Fortsatt arbete</i>	50 besök/vecka på ÖP-webben 100 besök/vecka på ÖP-webben vid samråd och utställning	Kom		
Information Österåker				
<i>Tidig dialog</i>	X besökare/vecka 2015-09-14 till 2015-10-18.	Kom	Nov 2015	V 38: 60-70 fler besökare. V 39-42: 20-25 fler besökare.
<i>Fortsatt arbete</i>	X besökare/vecka vid samråd och utställning.	Kom		
Inkastare				
<i>Tidig dialog</i>	Information sker enligt uppsatt tidplan	Kom	Nov 2015	Uppfyllt
<i>Fortsatt arbete</i>	Information sker enligt uppsatt tidplan	Kom	Nov 2015	

Dialogträffar				
<i>Tidig dialog</i>	Majoriteten av deltagarna är nöjda med presentationsunderlaget vid samtliga aktiviteter	SBF/näringsliv	Okt 2015 - enkät företagare <i>Enkät vid övriga workshops har tyvärr ej delats ut.</i>	Resultat enkät till företagare - positivt.
<i>Fortsatt arbete</i>	Tillfredställande presentationsunderlag vid samtliga aktiviteter	SBF	<i>Enkät vid workshops</i>	

Mål: Information i god tid

Information ska spridas i lämplig tid före planerad aktivitet påminnelse inför aktiviteten om eventuellt slutdatum (Görs enligt aktivitetsplan)

Aktivitet	Värde	Ansvarig	Datum för mätning	Framgång
<i>Tidig dialog</i>	0 synpunkter om att informationen inte har nått fram	KOM/SBF	Nov 2015	Ej tillräcklig information i delar av skärgården
<i>Fortsatt arbete</i>	0 synpunkter om att informationen inte har nått fram	KOM/SBF		

Mål: Högt deltagande i aktiviteter

Aktivitet	Värde	Ansvarig	Datum för mätning	Framgång
<i>Tidig dialog</i>	God representation från samtliga målgrupper	SBF	Nov 2015	Mycket lågt deltagande vid Öppet hus i KF och WS med unga. Det har kompenseras med ytterligare aktiviteter (gott resultat). I övrigt högt deltagande.
<i>Fortsatt arbete</i>	God representation från samtliga målgrupper	SBF	Löpande	

Mål: Återkoppling

Genom lämpliga kanaler som listas i kommunikationsplanen.

Aktivitet	Värde	Ansvarig	Datum för mätning	Framgång
<i>Tidig dialog och Fortsatt arbete</i>	Återkoppling till samtliga som deltagit i aktiviteter.	SBF		Genomfört.
<i>Tidig dialog och Fortsatt arbete</i>	Återkoppling till samtliga som deltagit i aktiviteter.	SBF		Uppfyllt