



Åtgärder för ökad framkomlighet och minskade störningar vid vägprojekt i storstad

Titel: Åtgärder för ökad framkomlighet och minskade störningar vid vägprojekt i storstad

Publikationsnummer: 2009:131

Utgivningsdatum: 2009-10-20

Utgivare: Vägverket

Kontaktperson: Gunilla Freij

Analys och skribent: Jouko Säisä, Vectura

ISSN-nummer: 1401-9612

Layout: Ateljén, Vägverket

INNEHÅLL

Sammanfattning	4
Bakgrund	4
Projekt	5
Reparation av Älvsborgsbron, Göteborg.....	5
Tingstadstunneln, Göteborg	6
Norra länken Stockholm.....	7
Riksväg 73, Stockholm.....	9
E22 trafikplats Råby, Lund.....	10
E6 Glumslöv, Helsingborg.....	11
Åtgärder för minskade störningar, erfarenhetsåterföring	12
Planering/upplägg av entreprenad	12
Informationsinsatser	12
Marknadsundersökningar.....	13
Mobility Management	14
Sammanfattande tabell	14
Diskussion och slutsatser	16

Sammanfattning

Detta dokument är en sammanställning och beskrivning av arbetssätt som syftar till att minimera störningar för trafikanterna och som genomförts på sex stycken större investeringsprojekt i storstad under de senaste åren.

Vid genomförandet av vägprojekt i storstad kan störningar inte helt undvikas. Strävan är dock att göra dem så små som möjligt. En analys av merkostnader för trafikanterna och boende längs åtgärdssträckan eller omlidningsvägarna kan utgöra ett bra underlag för ett incitamentprogram till utförande entreprenörer för att reducera dessa merkostnader. En minskning av störningar för trafikanterna kan i sin tur ge utslag genom förbättrade betyg i våra kundundersökningar.

När väl den optimala planeringen av entreprenaden och trafiklösningen, givet förutsättningarna, arbetats fram och fastställts gäller det att få ut information till berörda så att de kan planera sin resa eller transport. Informationsinsatser genomförs också för att skapa förståelse för de trafikstörningar som oundvikligen uppstår vid vägprojekt. Av de informationskanaler som använts så har det visat sig att tidningar, skyltar, TV och radio har god genomslagskraft. Internet med olika hemsidor har ännu inte motsvarande genomslagskraft. Marknadsundersökningar visar att trafikanterna i stort sett är nöjda med den information som gått ut i de olika projekten.

Trots god information och Mobility management åtgärder så tycks det vara svårt att ändra resmönster hos trafikanterna. Erfarenheterna från dessa projekt visar att de är mycket få som provar alternativ till egen bil. Samarbete med kommuner och större användare av vägtransportssystemet har visat sig vara en framgångsrik strategi i och med det att de kan planera sina resor och transporter och därmed minska trafikbelastningen. Samarbete med kommuner har även visat sig vara ett effektivt sätt att nå ut med information till olika lokala målgrupper.

Erfarna projektledare och erfarna projektmedlemmar har visat sig vara en framgångsfaktor i projekten. Tydliga roller i projektgrupperna och en projektledning med stor tillit till medarbetarna har lyfts fram. För framtida vägprojekt är det därför viktigt att de erfarenheter som dessa projektgrupper gjorts förs vidare, genom sammansättning av kommande projektgrupper eller någon form av mentorskap och dokumentation.

Bakgrund

En av punkterna i Väg:s 90 punktsprogram anger att en handlingsplan för uppföljning av vägarbeten i storstad ska tas fram. Vägverket mäter och utvärderar numera enskilda objekt ganska ofta, dock görs sällan en sammanställning och samlad analys från mer än ett projekt åt gången. Syftet med föreliggande rapport är att presentera ett sådant underlag till nytta vid planering av kommande vägprojekt i storstad.

PROJEKT

I rapporten ges en beskrivning av 6 vägprojekt i storstadsområdena Stockholm, Göteborg och Malmö. Åtgärder och arbetssätt som genomförts för att underlätta framkomligheten och minska störningarna för trafikanterna under genomförandet av vägprojekten beskrivs.

REPARATION AV ÄLVSBERGSBRON, GÖTEBORG

Kostnaden för projektet uppgick till 70 Mkr. Informations- och kommunikationsinsatser hade en budget på 400 000 kr.

Trafikmängden över bron är normalt 70 000 ÅDT. För att kunna genomföra reparationsarbetet stängdes två av sex körfält av samt en av de två GC-banorna.

Ett utpekat ansvar för informationen på plats samt arbetet med omledningar har lagts på medarbetare, vilka har haft uppgiften genom hela projektet. Den vägledande principen för störningshantering har varit sk 80–20 regeln, dvs 80% av trafiken skall ha bra framkomlighet medan 20% får acceptera en nedsatt framkomlighet. Ytterligare en princip har tillämpats, den att omledningarna skall i så stor utsträckning som möjligt vara permanenta under byggtiden så trafikanterna skall hinna lära sig dem och kunna planera sina resor.

För att förkorta reparationstiden och därmed begränsa trafikstörningar över tid har arbetspass motsvarande 12 timmar/dag, sju dagar i veckan tillämpats.

Vid planeringen av projektet togs hänsyn till tidpunkter då trafiktoppar inträffar, dvs man undvek perioder med extra hög trafikbelastning.

Innan arbetet påbörjades genomfördes informationskampanjer för att inte starten av reparationsarbetet skulle överraska trafikanterna, samt ge dem möjlighet att planera sina resor. Informationsinsatser genomfördes sedan kontinuerligt under projektets gång genom annonsering i dagspress, via radio och TV. Information har också lämnats direkt till företagsledningarna på Volvo lastvagnar, Volvopersonvagnar, hamnen och kommunen. Dessa har i sin tur informerat de anställda.

Projektet hade en egen hemsida där "frågor och svar" uppdaterades kontinuerligt. Förändringar, både om bygget och gällande alternativa vägar, lades ut snabbt på hemsidan. Informationen fanns på vv.se och även på trafiken.nu.

Ett samarbete med Västtrafik inleddes vilket resulterade i förtätad turlista för de aktuella linjerna.

Projektet har beskrivits som lyckat och föranledde inte särskilt mycket negativ kritik, varken från trafikanter och media. Trafikstörningarna blev inte de befarade. En framgångsfaktor är den projektgrupp som arbetade med Älvsborgsbron. Den har erfarenheter från flera stora projekt och hittat ett arbetssätt som fungerar och där informationsinsatser utgör en viktig del.

Den marknadsundersökning som genomfördes i samband med projektet visar att, i stort sett samtliga anser att skyltarna kommit i rätt tid och att informationen varit begriplig, tillförlitlig och användbar. Det samma gäller informationen som kommit via media. I stort sett samtliga är också nöjda med den information de fått. Resultaten visa också att få har besökt de webbplatser där information om reparationerna funnits tillgänglig. Vad gäller resvanor så framgår det att nästan samtliga färdas med bil och att endast ett fåtal anger att de rest med den för reparationsarbetet nyinsatta busslinjen.

Slutligen, det är svårt att få trafikanter att överväga andra resätt än den egna bilen. Vidare, information via skyltarna på plats samt via traditionella media är tillräckligt för att nå trafikanterna. Varför trafikstörningarna inte blivit de befarade kan bero på att en del av trafikanterna valt annan väg eller valt att resa under andra tider än då trafiktopparna inträffar.

TINGSTADSTUNNELN, GÖTEBORG

Kostnaderna för projektet uppgick till 80 MKr. Informations- och kommunikationsinsatser hade en budget på 3 Mkr.

Trafikmängden uppgår till 130 000 ÅDT. För att kunna genomföra projektet stängdes ett antal av och påfarter för att undvika trafikproppar i anslutning till tunneln. För trafiken på E6 var endast två körfält öppna, ett i vardera riktningen. Normalt är sex körfält öppna.

Ett utpekat ansvar för informationen på plats samt arbetet med omledningar har lagts på medarbetare, vilka har haft uppgiften genom hela projektet. Den vägledande principen för störningshantering har varit sk 80-20 regeln, dvs 80% av trafiken skall ha bra framkomlighet medan 20% får acceptera en nedsatt framkomlighet. För att förkorta reparationstiden och därmed begränsa trafikstörningar över tid har arbete även skett under nattetid.

Informationsinsatser genomfördes före och under arbetet. Mycket arbete lades ner för att få allmänheten att förstå varför projektet genomförs. Dessa informationsinsatser förväntades ge en ökad förståelse för de störningar som uppstår. Informationen spreds genom annonsering i dagspress, via radio, TV och ljustavlor i staden. Information har också lämnats direkt till företagsledningarna på Volvo lastvagnar, Volvopersonvagnar, hamnen och kommunen. Dessa har i sin tur informerat de anställda.

Projektet hade en egen hemsida där "frågor och svar" uppdaterades kontinuerligt. Förändringar, både om byggprojektet, avstängningar och alternativa vägar lades ut på hemsidan.

En infartsparkering upprättades i Bäckebol, norr om Tingstadstunneln där besökare till Göteborg kunde ställa sin bil och få ett gratis dygnskort till kollektivtrafiken. Personal fanns på plats kl. 10-17 varje dag. I anslutning till parkeringen fanns en hållplats för en busslinje mot Centralstationen. Den avgick varje kvart och resan till centrala Göteborg tog ungefär femton minuter.

Projektet beskrivs framgångsrikt och föranledde inte särskilt mycket negativ kritik, varken från trafikanter och media. Trafikstörningarna har inte blivit de befarade. En framgångsfaktor som lyfts är att den projektgrupp som arbetade med Tingstadstunneln har erfarenheter från flera stora projekt och hittat ett arbetssätt som fungerar och där informationsinsatser utgör en viktig del.

Den marknadsundersökning som genomfördes i samband med projektet visar att, i stort sett samtliga tycker att de fått den information de behöver, framförallt genom skyltning, men även genom tidning och radio. De som vill ha information om framtiden vägprojekt vill förutom skyltning få den via tidning och radio.

Informationen från Vägverket upplevs vara till nytta och begriplig samt att den kommit i rätt tid. Det som kan bli bättre när det gäller informationen är tydligare datum både för avstängningar men även för när arbetet beräknas vara klart. Information som inte kommer från Vägverket har inte uppmärksammats i lika stor utsträckning som den som har Vägverket som avsändare. De flesta svarande färdas med bil i området kring Tingstadstunneln. Majoriteten av dessa upplever att skyltarna är begripliga och till nytta samt att de satts upp i tid. De förbättringsområden som påtalas är bland annat önskemål om lite utförligare information, samt skyltning längre ifrån tunneln. Trafikanterna är också nöjda med hur Vägverket hanterat avstängningar, omledningar och trafik vid tunnelmynningarna.

Slutligen, det är svårt att få trafikanter att överväga andra resätt än den egna bilen. Vidare, information via skyltarna på plats samt via traditionella media är tillräckligt för att öka trafikanternas förståelse för nödvändigheten av reparationerna och orsaken till störningarna vilket i sin tur ger färre missnöjda trafikanter. Orsaken till att trafikstörningarna inte blivit de befarade beror troligen huvudsakligen på att trafikanterna valt att resa en annan väg.

NORRA LÄNKEN STOCKHOLM

Norra länken är ett av Sveriges största pågående vägbyggnadsprojekt. Kostnad för hela projektet är 11,2 miljarder. Kostnad för informationsåtgärder är 3-4 miljoner per år inklusive informatör på heltid, totalt ca 25 miljoner.

Trafikmängderna är stora:

- Befintlig del av Norra länken 120 000 fordon/dygn
- Norr om Eugeniattunneln 140 000 fordon/dygn
- E4 från Uppsalavägen ner mot Norrtull 50 000 fordon/dygn
- Från Sveavägen 50 000 fordon/dygn
- Roslagsvägen 50 000 fordon/dygn
- Valhallavägen idag 50 000 fordon/dygn
- Lidingövägen/bron 30 000 – 35 000 fordon/dygn

Mycket av arbetet består av framdrivning av tunnel. En uttalad intention är att trafikstörningar skall hållas nere i så stor utsträckning som möjligt. Trafiken skall i princip fungera som innan arbetet påbörjades. Begränsad framkomlighet i form av till exempel smalare vägar samt att man stänger en körbana är dock ofrånkomligt.

Vid sprängningsarbeten kan vägen stängas av helt, kortare perioder (10 min). Inför dessa ges information i förväg direkt till boende i närområdet och via trafikradion.

Sprängningsarbetena har inneburit att arbete inte kan genomföras nattetid eftersom reglementet säger att sprängningar endast får genomföras helger mellan 09.00-20.00 samt vardagar 07.00-22.00.

På Internet uppdateras information kontinuerligt, däremot arbetar man inte med "frågor och svar" på grund av liten efterfrågan för denna typ av tjänst. Projektet har ett nyhetsbrev som går att prenumerera på samt en gratis SMS-tjänst. Bland annat är Karolinska sjukhuset prenumerant på SMS-tjänsten eftersom de har känslig utrustning som kan påverkas av vibrationer från sprängningsarbetet

Möten med boende hålls ca två gånger per halvår. Varje gång någon större förändring planeras hålls informationsmöte. Genom informationsmötena har berörd allmänhet fått ett namn och ansikte man kan vända sig till vid behov. Från projektledningens har följande uppmaning kommunicerats "*Om det är något som stör, kontakta oss när ni vill, vi finns här!*". Personliga kontakter och möten har visat sig framgångsrika.

När trafiken läggs om eller annan större händelse som påverkar boende och trafikanter informeras det via annonsering i tidningar, uppdatering på webben, Trafiken.nu och trafikradio. Köpt reklam i radio bedöms inte nödvändigt eftersom trafikradion är så etablerad. Pressmeddelande och pressträffar används bara vid tillfällena när informationen bedöms ha mycket stort allmänintresse. Information till trafikanterna ges även via skyltar vid infarterna till bygget och längs arbetsplatsen.

Ett samarbete pågår med andra aktörer för att åstadkomma så kallade Mobility Management åtgärder.

Följande insatser med den ansatsen genomförs:

- Kontinuerliga samtal med SL. Det kan till exempel gälla flytt av

busshållplatser. Diskussioner om utökad turtäthet har inte varit nödvändiga eftersom inget behov av detta har identifierats

- Kontinuerliga samtal med företag i omgivningen. För område kring Värtan, Hjorthagen har till exempel kungliga tennishallen och Stallmästargården informerats och bjudits in till studiebesök
- Stockholms stad har som medfinansierare visat särskilt intresse för projektet. Representanter från Stockholms stad medverkar vid alla allmänna informationsmöten.

Informationsarbetet ses som en viktig och naturlig del i projektet. Informationsinsatserna har en egen budget som revideras efter de aktiviteter som planeras. Projektledarna har en aktiv roll i informationsarbetet, detta har varit en framgångsfaktor. De, som experter, får framträda publikt. För att klara denna uppgift har de genomgått utbildning i media hantering och media träning. Utöver projektledarna så har även bygglidare fått genomgå utbildning i hur media hanteras. En kommunikationsplan har tagits fram där roller och ansvar mellan projektledare, bygglidare och informatörer i projektet tydliggjorts.

Kundundersökningar är gjorda under projektets gång, en nollmätning och ytterligare en mätning i ett senare skede. Resultatet visar att de flesta tillfrågade känner till vägprojektet Norra Länken. Projektet är känt genom massmedia men en stor andel har även sett projektet växa fram. Framförallt anger yrkestrafikanter att de har sett projektet växa fram, eller skyltar om projektet. Resultaten visar att det inte är klart för trafikanterna vem som driver projektet. De som har en åsikt svarar Vägverket samt Vägverket i samarbete med Stockholm Stad. Vidare visar resultaten att den huvudsakliga källan till information om Norra Länken är massmedia. Betydligt färre anger att de fått information från vägbyggets informationsblad och än färre från Vägverkets hemsida. Mer än hälften av trafikanterna anser att de får tillräckligt med information, även om endast ett fåtal varit med på informationsträffar eller varit i kontakt med projektkontoret. Ungefärligen lika stor andel anger att de inte vet var de ska vända sig för information om vägbygget. Sammanfattningsvis kan det konstateras att det är svårt att genom speciella informationsinsatser, såsom projektkontor och informationsträffar, nå ut till medborgarna med information kring vägprojektet. Massmedia är den stora källan till information.

RIKSVÄG 73, STOCKHOLM

Ny väg 73 följer till stor del nuvarande väg 73, förutom väster om Landfjärden, där den får ny sträckning. Vägen blir fyrfältig och mötesseparerad. Den förses med mitträcken och viltstängsel samt trafiksäkra sidoområden med flacka slänter och grunda diken eller räcke. Parallellt med väg 73 byggs en lokalväg för långsamtgående fordon, lokaltrafik, bussar, gående och cyklister.

Kostnad för projektet är 1,8 miljarder kronor. Budget för information är inte

fastställd i förväg utan verksamheten styr, dvs pengar tilldelas efter de informationsinsatser som blir aktuella.

Trafikmängderna uppgår till ca 12 000 ÅDT

Trafikstörningarna i projektet är mycket små eller inga tack vare förebyggande insatser, till exempel information till trafikanter och boende i god tid gällande arbeten och omledning av trafik.

För att effektivisera och lindra störningar kring heltrafiken så har arbetet genomförts till sena kvällen, måndag till torsdag. Ett mobilt asfaltverk ute på arbetsplatsen har möjliggjort arbete till kl 22.00. Fredag har varit arbetsfri, varför heltrafiken kunnat rulla ostörd.

Markägarna informeras kontinuerligt.

Hemsidan uppdateras kontinuerligt. Trafikanterna har möjlighet att prenumerera på nyhetsbrev via www.vv.se. Man har dock valt att inte arbeta med "Frågor och svar", eftersom efterfrågan på denna tjänst bedöms som liten.

Inga kundundersökningar är genomförda.

Projektet har haft ett nära samarbete med Haninge och Nynäshamns kommuner.

Det lyckade resultatet med få eller inga trafikstörningar tillskrivs projektledningens engagemang och kvalitetstänkande i hantering av projektet.

E22 TRAFIKPLATS RÅBY, LUND

Projektet har varit ett samarbete mellan Vägverket, Skånetrafiken och Lunds Kommun. Kostnaderna för projektet uppgick till 70 MKr. Informations- och kommunikationsinsatser hade en budget på 300 000 kr, exklusive skyltar ute på vägen. Lunds kommun har tagit kostnaden för information till företagen, informationsfolder och SMS-tjänst (med bidrag från Vägverket till den senare).

E22an är en viktig pendlingsväg som är hårt belastad. Planeringen startade tidigt och har resulterat i principer för hur den minskade framkomligheten ska hanteras. En princip var att kollektivtrafiken skulle prioriteras, vilket åstadkoms med särskilda körfält för buss. En annan princip var att pendlingstrafiken prioriterades före sällan åkare. Slutligen, avstängningar av vägen planerades till tider då det är lågtrafik som helger och vissa långhelger.

För att effektivisera byggprocessen har entreprenören erbjudits bonus för varje inarbetad kalenderdag.

Projektledaren har det yttersta ansvaret, även för informationen.

Informationsteamet tar fram förslag på innehåll och hur det ska presenteras i de olika informationskanalerna. En kommunikationsplan togs fram. Strategin är att kommunicera i god tid i flera kanaler samt att identifiera och rikta informationen till de olika målgrupperna och/eller geografiska områdena. Skyltar, annonser, radio, pressmeddelanden, flygblad, annonsering på bussar, direkt information till arbetsgivare nyttjades. Vad gäller informationen på Internet så har all information funnits korsvis länkade på vv.se, Lunds hemsida, Skånetrafiken och trafiken.nu.

Informationen utformades så att samtliga pendlare ska i god tid känna till varför arbetet genomförs, när arbetet startar och hur länge det pågår. De ska också förstå att det finns risk för köbildning, samt att de ska hålla avstånd och visa hänsyn t ex genom att köra så kallad "blixtlås körning". Information gick även ut om att kollektivtrafiklösningar erbjuds. I samband med den informationen gjordes försök att påverka trafikanterna att om möjligt välja att åka kollektivt under byggtiden, resa på andra tider, mm. En annan målsättning var att den långväga genomfartstrafik ska i god tid informeras om att de kan välja annan väg (köra västerut vid Lund N, och därifrån välja E6 mot Malmö, och vice versa när de kommer söderifrån).

Lunds kommun har varit en aktiv samarbetspartner i projektet och bidragit med kommunikationsinsatser. Bland annat gjordes ett utskick av information om det kommande projektet till berörda trafikanter. Urvalet av trafikanter gjordes genom nummerskrivning. Informationsträffar i berörda bostadsområden har hållits. Vid de tillfällena presenterades och diskuterades även alternativ till bilresor. De 500 största företagen i Lund fick informationspaket (både digitalt och foldrar) med material som de kunde använda i sin interna kommunikation. Kommunen erbjöd även en SMS-tjänst alternativt e-post där kunden fick aktuell störningsinformation. Tjänsten har varit gratis för kunden, för kommunen innebar det en kostnad på 70 öre/ per utskickat SMS. Totalt 774 personer anmälde sig till tjänsten. En kundundersökning visade att hade tjänsten marknadsförts på ett annat sätt hade det blivit många fler prenumeranter, vilket även uttryckts av tjänsteman på kommunen. Tyvärr så har kvaliteten på denna tjänst inte varit den bästa. Orsaken till detta har varit att kommunikation mellan Vägverkets kommunikationscentral och Lunds kommun brustit. Misstag har skett som satt ner tilltron på tjänsten hos kunderna. Lärdomen är bland annat att trafikledningscentraler måste var väl insatta i vad en sådan tjänst innebär och förstå vikten av den samt att om denna typ av tjänster blir vanliga i framtiden så krävs det att system, organisation och rutiner byggs upp kring dessa.

En marknadsundersökning är gjord som visar att trafikanterna tycker att informationen om projektet är tillräcklig. Informationen fås huvudsakligen via skyltar längs med vägen, via radio och tidningar. Det är också genom dessa kanaler som kunderna önskar få information om framtida vägprojekt.

E6 GLUMSLÖV, HELSINGBORG

Projektet var en renovering av betongväg, dvs betongplattor ska tas upp och ersättas med asfalt. Kostnaderna för projektet uppgick till 65 MKr.

Informations- och kommunikationsinsatser hade en budget på 400 000 kr.

Trafikmängden på sträckan uppgår till ca 38 000 ÅDT.

För att effektivisera byggprocessen fanns ett upplägg för entreprenören som innebar en bonus för förkortad byggtid.

Informationsinsatserna har varit prioriterade med anledning av erfarenheter från andra projekt på högtrafikerade vägar där informationsinsatserna varit undermåliga och därför lett till trafikchaos. En kommunikationsplan har tagits fram där det framgår hur informationen ska hanteras. Den baserades bland annat på en strategi, gemensam för Skåne, för hantering av informationskanaler. Internet används som informationskanal men inte "frågor och svar" (FAQ). Media bjöds in för information till byggstart. Projektet använder sig även av köpt reklam i radio. Skyltningen ute på vägen har varit uppe tidigt och ganska omfattande.

Vad gäller s k Mobility Management åtgärder så har det varit ett nära samarbete med Skånetrafiken.

En kundundersökning är gjord för att planera informationsinsatserna. Den visade att trafikanterna anser att information via radio och via skyltar utmed vägbygget är de bästa informationskanalerna. Därefter följer annonsering i dagspress.

Projektet har varit framgångsrikt vilket tillskrivs en bra projektledare som till fullo litar på deltagarna i sin projektgrupp samt duktiga medarbetare i de olika teamen i projektgruppen.

Åtgärder för minskade störningar, erfarenhetsåterföring

Nedan ges en översiktlig beskrivning av åtgärder för minskade störningar som har beaktas vid genomförande av de beskrivna vägprojekten.

Åtgärder för minskade störningar, erfarenhetsåterföring

PLANERING/UPPLÄGG AV ENTREPRENAD

Den tidiga planeringen av projektet bör ta hänsyn till förutsedda trafiktoppar som t ex särskilda evenemang, speciella helgdagar eller liknande. Klagomål från trafikanter om vägarbete under rusningstid eller s k resehelger är inte ovanliga.

För att minska störningarna krävs att genomförandet av vägprojektet är effektiv och om möjligt bedrivs i flerskift. Erfarenheten från dessa projekt visar att tidsincitament är ett effektivt verktyg för att korta byggtiden och därmed minska störningarna för trafikanterna.

Enligt återkommande trafikantsynpunkter bör även åtgärdssträckorna om

möjligt hållas relativt kort, dock med hänsyn till vad korta åtgärdssträckor betyder för den totala byggtiden. En god standard på omledningsvägarna väl genomtänkta trafikordningsplaner samt att hastigheterna vid arbetsplatserna justeras upp så fort det är möjligt är att eftersträva. För att kunna leva upp till detta krävs egen kompetens inom området hos beställaren.

Tre av Vägverkets åtta löften till kund handlar just om framkomlighet, komfort och information vid genomförande av vägprojekt, se nedan. Detta understryker vikten av att beakta trafikstörningar vid planering och genomförande av vägprojekt.

Vägverket lovar att:

- din framkomlighet ska störas så lite som möjligt vid vägarbeten
- hastigheten vid vägarbeten sänks enbart när det är risk för din eller vägarbetarnas säkerhet
- ge aktuell information om trafikstörningar på de statliga vägarna

INFORMATIONSSINSATSER

Information är viktigt för att förbereda trafikanterna på de konsekvenser som ett vägprojekt innebär. Lika viktigt är att få ut information till trafikanterna under genomförandet av vägprojektet. En del förändringar är förutsedda och informationen kan gå ut genom många kanaler och i god tid. Förändringar kan också vara akuta och informationskanalerna reduceras till snabba kanaler som radio, Internet, variabla meddelandeskyltar och möjligen även ljusskyltar i staden.

För stora "nyttjare" av vägtransportsystemet som t ex åkerier, kollektivtrafikbolag eller stora industrier kan det vara lämpligt att lämna direkt och personlig information. Samarbetet med kommuner och större arbetsplatser i närområdet har varit ett framgångsrikt koncept. Samarbete med kommuner har även visat sig vara ett effektivt sätt att nå ut med information till olika lokala målgrupper.

Följande informationskanaler har använts i projekten

- Annonsering i tidningar
- Köpt reklam – skrivet
- Köpt reklam - radio
- Webb med kontinuerligt uppdaterad information och en FAQ
- Trafikinformation via radio
- SMS tjänster
- Besök hos större företag som användare av vägtransportsystemet

Besök hos större företag som användare av vägtransportsystemet

MARKNADSUNDERSÖKNINGAR

Det kan vara av värde att göra marknadsundersökningar före, under och efter ett större projekt. Före - för att kunna rikta informationen mot de farhågor trafikanterna har och finna de lämpligaste åtgärderna för det specifika projektet. Under - för att undersöka ifall informationen når fram och att trafikanterna är hjälpt av den samt de åtgärder som vidtagits. Efter - för att utvärdera åtgärderna och informationen i en ständig förbättringsprocess. Sådana marknadsundersökningar har gjorts i projekten. Möjligen är det lämpligt att ligga lågt med mätningar en tid för att dra slutsatser av de erfarenheter som gjorts i projekten, arbeta fram nya standards och arbetssätt. När de tillämpats en tid kan ytterligare mätningar göras för att utvärdera dessa.

MOBILITY MANAGEMENT

Där det är tillämpligt kan man genom information beskriva för trafikanterna vad de själva kan göra för att minska trafikstörningar för sig själva och andra, t ex åka kollektivt, gå eller cykla när det gäller kortare resor, välja andra restider, etc. Samtidigt kan det krävas åtgärder som underlättar för trafikanterna att göra dessa val. Samarbete med andra aktörer är därför nödvändigt för att erbjuda alternativ till trafikanterna. Det kan gälla samarbete med bussbolag då nya busslinjer kan bli aktuella eller tätare turer på berörd linje. Prioritering av kollektivtrafiken genom arbetsplatsen har genomförts på några ställen för att främja en effektiv kollektivtrafik. Samarbete med och information till kommuner och större arbetsgivare kan ge möjlighet för anställda eller skolelever att starta och avsluta dagen så att trafikbelastningen morgon och eftermiddag minskas.

Sammanfattande tabell

I tabellen till höger sammanfattas åtgärder för att minska störningar och en bedömning görs för respektive projekt huruvida de olika åtgärderna vidtagits.

	N länken Sthlm	Rv 73 Sthlm	Tingsd stadstunneln	Älvsborgsbron	E6 trafikplats Råby	E6 Glumslöv
Översiktlig planering						
Hänsyn till trafikhelger, semestertrafik, evenemangstrafik	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	
Kommunikationsplan	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Analys av störningar för:						
Arbetspendlare med bil	Ja		Ja	Ja	Ja	Ja
Lokala näringslivstransporter	Ja		Ja	Ja	Ja	Nej
Kollektivtrafik	Ja		Ja	Ja	Ja, koll trafik prioritet	Ja
Genomfartstrafik	Ja		Ja	Ja		Ja
Boende längs åtgärdssträckan	Ja			Ja		
Boende längs omledningsväg	Nej			Nej		
Medborgarnas/Näringslivet förväntningar på projektet						
Marknadsundersökningar	Ja, före och under	Nej	Ja, före, under, efter	Ja, före, under, efter	Ja, efter	Ja
Mediaanalyser	Ja, före och under	Ja	Ja	Ja, före och under	Ja, före och under	Ja
Information via						
Skyltar	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Radio	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
VMS			Ja		Ja	Nej
SMS	Ja, för sprängningar	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Webbsidor	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Direktinformation till berörda boende	Ja, möten	Ja, markägare		Ja	Ja	
Direktinformation till berörda lokala företag	Ja, kontinuerligt		Ja	Ja	Ja	
Information om alternativa res sätt, restider, mm			Ja	Ja	Ja	Ja
FAQ	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej
Minska trafikstörningar genom:						
Eftersträva kort byggtid, två/treskift	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja, bonus	Ja, bonus
Korta åtgärdssträckor					Nej	
God standard på omledningsvägar inom arbetsområdet	Ja	Ja	Ja	Ja		Ja
Återgång till normal hastighet då det är möjligt	Ja	Ja	Ja	Ja		Ja
Erbjud alternativa vägar, omledningsvägar	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Erbjud alternativa färdmedel och färd sätt	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Engagera samarbetspartners i projektet						
Kommun	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Lokalt näringsliv	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej

Diskussion och slutsatser

Informationsinsatser är nödvändiga bland annat för att få trafikanterna att välja de omledningsvägar som erbjuds men också för att skapa förståelse för de trafikstörningar som oundvikligen uppstår vid vägprojekt. Ett av problemen är att nå ut med aktuell information till de olika målgrupperna. För de i rapporten beskrivna projekten kan Vägverket generellt sett vara nöjd med informationsinsatserna. Kundundersökningarna har visat på en nöjdhet med information upp emot 80-90%. Övervägande del av trafikanterna säger sig ha fått tillräcklig information och att informationen har varit korrekt, begriplig och användbar. I de fall missnöje uttryckts så har det handlat om att informationen kommit för sent. Trafikanterna önskar t ex en tidig skyltning så att de kan välja alternativa vägar. Av de informationskanaler som använts så har det visat sig att tidningar, skyltar, TV och radio har god genomslagskraft. Internet med olika hemsidor har ännu inte motsvarande genomslagskraft. Mycket beroende av att där måste trafikanten aktivt söka trafikinformation vilket inte är så utbrett. Huruvida köpt reklamplats ger någon utväxling av informationsspridningen kan diskuteras. Som det påpekats i några av projekten så är trafikradion så etablerad och har sådan genomslagskraft att den kan vara tillräcklig för de informationsbehov trafikanterna har via radio. Kostnaden för den köpta radioreklamen kan istället läggas på annonsering i lokal tidning eller till skyltning. Riktas informationen till ungdomar så kan köpt radioreklam på vissa kommersiella radiostationer med många lyssnare från ungdomsgrupperna vara motiverad.

Trots god information och mobility management åtgärder så tycks det vara svårt att ändra resmönster hos trafikanterna. Erfarenheten visar att de är mycket få som provar alternativ till egen bil, trots omfattande hinder i trafiken. Beteendeförändringar är alltid svårt att åstadkomma eftersom flera faktorer bestämmer valet av färdmedel. Det kan t ex vara så att en pendlarresa innehåller flera resmål och delresor som t ex hämtning och skjutsning av familjemedlemmar, shopping, mm. Bedömningen är att Mobility Management, trots vissa svårigheter i dagsläget, har stor potential och bör fortsatt utvecklas och erbjudas.

Som tidigare diskuterat så är tre av Vägverkets löften, s k serviceåtaganden direkt kopplade till att minska störningar för trafikanter vid åtgärder på väg. Dessa löften handlar om att planera rätt, vidta korrekta åtgärder vid byggplatsen samt informera så att trafikanten kan planera sin resa eller transport. Löftena har arbetats fram med hjälp av medarbetare på Vägverket med stor inblick i verksamheten, men också med trafikanterna som genom medverkan i fokusgrupper samt genom enkäter getts möjlighet att ange vad de anser vara viktigt. Dessa löften följs upp kontinuerligt under året, både genom egenkontroller men också via enkäter till kunderna. Vid vägprojekt i storstad skulle man kunna tänka sig att följa upp hur de enskilda projektet lever upp till dessa löften. Det är fullt möjligt att göra särskilda löftesmätningar kopplade till projekten, under och efter ett pågående vägprojekt, och därigenom få ett kvitto från trafikanterna hur man skött sig.

Det är av vikt att en analys görs av merkostnader för trafikanterna och boende längs åtgärdssträckan eller längs omledningsvägarna. De

samhällsekonomiska kostnaderna kan bli betydande och variera mellan olika trafiklösningar. Dessa beräkningar är inte vanligt förekommande vid *genomförandet* av vägprojekt och inte heller har det använts i de ovan beskrivna projekten. Vägverkets EVA-modell för att beräkna hur mycket bättre, i samhällsekonomisk mening, vägnätet skulle bli om ett projekt utförs jämfört med om det inte utförs – i förhållande till investeringskostnaden används i planeringsskedet. De samhällsekonomiska kostnader, som förseningar, olyckor, komfortförlust, försämrad tillgänglighet till näringsidkare och kundbortfall, etc., som uppstår i *samband med genomförandet* ingår inte i EVA-modellen så som den idag beräknas. Merkostnaderna kan bli betydande och variera beroende på hur de hanteras. De beräkningssamband som finns framtagna idag gäller inte alltid för de situationer som uppstår vid genomförandet av vägprojekt. Flertalet av merkostnaderna kan beräknas med någorlunda precision vilket ger en möjlighet att i förlängningen utforma tydligare ekonomiska och andra styrmedel så att entreprenörerna ges incitament att utveckla metoder som reducerar trafikanternas merkostnader vid genomförandet av vägåtgärder.

Erfarenheterna från de beskrivna projekten visar på betydelsen av erfarna projektledare och tydliga roller i projektgrupperna. För framtida vägprojekt är det viktigt att de erfarenheter som dessa projektgrupper gjorts förs vidare, genom sammansättning av kommande projektgrupper och/eller någon form av mentorskap i en lärande organisation. Risken är annars att arbetsätten blir personberoende och därmed sårbara.

Vägverket
781 78 Borlänge
www.vv.se vagverket@vv.se
Telefon: 0771-119 119. Texttelefon: 0243-750 30. Fax: 0243-785 28.

