

Kommunikation Skutberget – inriktningsdokument höst/vinter 2018

Nulägesbedömning

- Samrådet avslutat, ny fas i projektet en möjlighet att efter behov göra vissa uppdateringar/justeringar av kommunikationen.
- Under samrådsfasen stort behov av att förmedla omfattande mängder information och betona den transparens som är en självklar del av kommunens arbete – detta innebär per definition ett stort fokus på ”vad” i kommunikationen. Framåt finns anledning att tydligare lyfta fram ”varför” kommunen planerar för att utveckla Skutberget på olika sätt.
- Delar av det material som finns publicerat på www.karlstad.se kan göras mer lättillgängligt för allmänheten, exempelvis genom korta inledande summeringar av olika avsnitt och genom att i en del fall undvika facktermer och byråkratiska begrepp.
- Genomslaget för att kommunen i stora delar svarar upp mot önskemål från allmänheten om hur Skutberget bör utvecklas har varit begränsat – här finns mer att göra både i egna kanaler och i kommande externa kommunikationsaktiviteter.
- Växande efterfrågan från intressegrupper, intresserad allmänhet och media att få del av uppdaterad tidplan för projektet.
- Under perioden fram till granskningen av förslaget till ny detaljplan inleds är det svårt för kommunen att kommunicera någonting ”nytt” – öppet fönster för kritiker att försöka få utrymme för nya perspektiv och initiativ.
- Sannolikt att bakomliggande kalkyler kommer att få mer uppmärksamhet i den fortsatta debatten, efter den intensiva samrådsfasen då huvudfokus per definition ligger på utformning och påverkan på lokaliseringsområdet.
- Bilden av en stor övervikt med fler negativa än positiva till etableringen av Muminvärlden väl etablerad genom tidigare undersökningar och generell mediebild – bekräftades senast i P1:s Godmorgon världen (20/10).

- Med ett nytt parti i kommunfullmäktige rimligt att anta att fler frågor kring Skutberget och Muminvärlden kommer att resas i olika politiska sammanhang (motioner, frågor etc) – alla partier behöver visa för sina väljare att man driver de frågor som man har gått till val på genom att vara aktiv i dessa frågor. Kommer också att ge medial uppmärksamhet och kan stimulera ytterligare debatt och aktiviteter även utanför politiken.

Strategiska utgångspunkter med tillhörande aktiviteter

1. Tydliggör kontinuerligt aktuell tidplan för att minska risken för spekulationer eller missförstånd om att det finns problem i projektet som gör att det drar ut på tiden eller liknande.
 - 1.1. Kommunera externt att den stora mängden synpunkter kommer att ta hela hösten att sammanställa (genomfört).
 - 1.2. Uppdatera även tidplanen på www.karlstad.se med information om att sammanställningen av inkomna synpunkter kommer att pågå under hela 2018.
2. Se till att kommunens motiv för utvecklingen av Skutberget framgår tydligt i all kommunikation. Komplettera det nödvändiga "vad" med mer av "varför".
 - 2.1. Formulera vad utvecklingen av Skutberget handlar om i en mening respektive några få meningar – för användning i olika sammanhang (webb, presentationer, tryckt material etc).

Sätt den breda utvecklingen av Skutberget (utifrån det som invånarna i Karlstad har önskat) ännu mer i centrum. Grunden är utvecklingen av Skutberget som ett öppet naturområde med bad, sol, motion och äventyr. Kompletterat med camping, restauranger och en sagovärld.

(Först det som är öppet för alla. Till det finns tjänster man får betala för. Samma princip som idag – fast ett bättre och bredare utbud av upplevelser och aktiviteter.)
 - 2.2. Översyn av texterna i Skutbergssektionen på www.karlstad.se – särskilt fokus på fler tydliga ingresser till de olika avsnitten.

- 2.3. Lägg in kort formulering på startsidan för Skutbergsinformationen på www.karlstad.se som tydligt kommunicerar "varför" kommunen vill utveckla Skutberget och att det görs utifrån tydliga önskemål från allmänheten.
 - 2.4. Lägg in några inledande frågor i FAQ-delen på hemsidan om motiven till de satsningar som planeras – överväg att ta bort och/eller flytta ned ett antal frågor i en undersektion och inled med topp-10 eller likande som ger den övergripande bilden.
3. Aktivera fler ambassadörer för att tydliggöra att det även finns många som ser positivt på den tänkta investeringen och hur denna kommer att bidra till Karlstad som turistdestination.
 - 3.1. Starta eget nyhetsbrev om projektet Skutbergets utveckling, som förser positiva med bra information att ta vidare i sina nätverk och som kan bidra till att felaktiga uppgifter och myter inte sprids vidare i lika stor utsträckning.
 - 3.2. När det gäller Muminvärlden: utnyttja den tänkta investeraren mer, exempelvis genom frukostseminarium/kvällsmöte (Business Värmland eller Handelskammaren) filminspelning, intervju med lokalmedia, intervju för kommunens hemsida och liknande vid det kommande besöket 6-7 november.
 - 3.3. Nå ut i fler kanaler (för första gången eller igen) – inventering av tidningar, webb etc för företagsorganisationer, fackförbund, studentorganisationer, idrottsföreningar med flera. Anpassade vinklar beroende på målgrupp/kanal.
 - 3.4. Efterfråga vilka aktiviteter den tänkta investeraren planerar/överväger/kan tänka sig (t ex hushållsutskick av information, fler medieframträdanden, annonsering etc) i Karlstad nu och under tiden fram till att Muminvärlden kan öppna för att skapa intresse hos kommunens invånare.

4. Stärk beredskapen för att hantera potentiellt fler och mer komplicerade frågor om den tänkta investerarens ekonomiska kalkyler och kommunens risker för framtiden utifrån dessa.

- 4.1. Dialog med den tänkta investeraren om behovet av att framöver kunna kommunicera tydligare marknadsanalyser än de antaganden som finns med i den ursprungliga förstudien. Ta upp vid mötet i Karlstad 6-7 november.

- 4.2. Ta fram eget Q&A-dokument om projektets ekonomiska bärkraft, vad som skulle hända vid en potentiell framtida konkurs eller stängning av verksamheten på grund av bristande lönsamhet.