

Motion om SL och det offentliga rummet

Stockholms län är Sveriges huvudstads- och verkliga storstadsregion. Här bor nära två miljoner människor i en lysande blandning av personligheter, bakgrunder, kompetenser, kulturer och idéer. De rör sig över hela länet mellan hem, arbete och fritid. För många av dem är kollektivtrafiken i SL:s regi sättet att ta sig fram. Tåg, tunnelbana, spårvagnar och bussar håller ihop regionen. Vi har ett stort utbud och ett högt utnyttjande vilket är oerhört positivt.

För framtiden gäller det att se möjligheterna och utvecklas ännu mer. SL bör bredda perspektivet: det handlar inte bara om persontransporter, även om det är kärnan och existensberättigandet. Det handlar om allt runtomkring. Även en kollektivtrafikresa till arbetet, mataffären, körrepetitionen eller träningen kan vara en upplevelse.

För att vara ett expansivt och attraktivt alternativ måste SL inrikta sig på helheten för resenären. Vi bör tänka mer som en resebyrå, det är inte transporten utan målet som är huvudsaken (vägen dit ska gå snabbt, smidigt, utan störningar och onödigt krångel).

Utrymmena kring kollektivtrafiken, inte minst tunnelbanan och pendeltågen, kunde utnyttjas betydligt bättre. I dag blir de ofta livlösa transportsträckor och tomma ytor, i värsta fall obehagliga, hotfulla, fula, ohygieniska, döda. Kollektivtrafiken är en del av stockholmarnas offentliga rum – en mötesplats mellan de olika människor som bor i regionen. Här finns en potential att vidareutveckla.

Redan nu görs en del. Konst på stationerna har gamla anor, poesi på väg och dylika projekt skapar oväntade sammanhang och tillfälle för reflektion. Kulturupplevelserna i kollektivtrafiken kan bli ännu fler och starkare.

Samhällsinformationen har en given plats. Kanske nyheter och information med ny digital teknik på storbildsskärmar? Varför inte ge kollektivtrafiken en folkbildningsprofil?

Embryon till ett socialt liv finns redan på en del håll, men förutsättningarna tas inte fullt tillvara. Ett exempel är Gullmarsplan där mycket mer kunde göras. Möjligheterna är stora: caféer, små butiker, kiosker, bok- och blomsterhandlare, dags-spa, mycket är tänkbart.

Tänk tredimensionellt – utnyttja ytorna på höjden. I bostadsbristens Stockholm kan byggen över stationer och spårområden bli viktiga tillskott. Spännande lösningar kunde tänkas exempelvis vid Vällingby, där en stor förtätning och upprustning stundar.

Fördelarna med ett nytt förhållningssätt är flera. Tunnelbanan och pendeltågen men också övrig kollektivtrafik är stockholmarnas vardagsrum som bör vårdas. Genom att förädla och vidareutveckla tankarna kring kollektivresandet kan vi uppnå större social gemenskap – då blir det på ett naturligt sätt alla resenärers gemensamma ansvar att vårda rummet. Vandalisering, våld och annan brottslighet motverkas.

En annan aspekt är självklart den ekonomiska. I rådande läge har vi inte råd att underutnyttja lokaler och platser. Vi måste bli mer kommersiella, för att säkra tryggheten, tillgängligheten och tillförlitligheten i kollektivtrafiken som framtidens transportmedel. Stora pengar behövs till utbyggnad

och underhåll. Hellre reklam och försäljning än dyrare resor. Samtidigt är balansen viktig när det handlar om det offentliga rummet. SL ska inte heller ta några kommersiella risker utan enbart stå som hyresvärd för privata företag.

Den röda tråden måste vara att stärka SL:s varumärke – det är både en förutsättning för och en effekt av att utnyttja möjligheterna fullt ut. SL kan samla många goda och positiva värden under samma tak.

För att utvärdera möjligheterna till förnyelse och förädling enligt ovan bör en utredning av potentialen göras.

Jag föreslår därför att landstingsfullmäktige beslutar:

- att** landstingsfullmäktige ger Storstockholms Lokaltrafik AB i uppdrag att utreda förutsättningarna för att utveckla potentialen i SL:s lokaler, stationsområden och vagnspark;
- att** i utredningen tas upp samhällsinformation, stärkandet av det sociala och offentliga rummet och kommersiella möjligheter;
- att** utvärdera möjligheter till tredimensionellt tänkande för bostads- och lokalbyggande;
- att** beakta hur ett positivt varumärke långsiktigt kan byggas.

Stockholm den 25 november 2003

Maria Wallhager (fp)

John Glas (fp)