

Styrelsen

Yttrande över motion 2003:72 om det offentliga rummet

Motionärerna föreslår att landstingsfullmäktige ger SL i uppdrag att utreda förutsättningarna för att utveckla potentialen i SLs lokaler, stationsområden och vagnpark. Utredningen föreslås beakta samhällsinformation, stärkande av det sociala och offentliga rummet, kommersiella möjligheter, möjligheterna till tredimensionellt tänkande för bostads och lokalbyggnader samt hur ett positivt varumärke långsiktigt kan byggas. Motionen bifogas.

SLs synpunkter

Motionen lyfter fram ett av våra mest spännande utvecklingsområden och belyser med ett antal exempel hur vi bör dra nytta av det faktum att mer än 600 000 människor dagligen befinner sig i SL-trafikens miljöer, och att dessa ofta är lokaliserade i centrala lägen. Att erbjuda mer attraktiva miljöer och efterfrågade tilläggstjänster bidrar till att vi når våra övergripande mål: att få fler och mer nöjda kunder, och att generera mer intäkter.

Kultur

Samspelet mellan konst och arkitektur i tunnelbanans miljöer har sedan 1950-talet givit ett värdefullt tillskott till resenärernas vardag. Ständiga åtgärder för att skydda och återställa "Världens längsta konstutställning" från attacker av klotter och annan vandalisering hör till vardagen, men även utvecklingsprojekt av olika slag, t ex tillfälliga utställningar. "Poesi på väg" är sedan ett tiotal år ett uppskattat del av resan med SL, liksom den kulturaffischering där olika kulturinstitutioner får exponera sig. Samspelet med Stockholms läns Blåsarsymfoniker - tidigare SLs Blåsorkester - är ytterligare en utvecklingsbar gren av kulturinslagen.

Exempel på evenemang som genomförts i trafikmiljöerna är föreställningar med teatergrupper, musikgrupper och reklam-events". Fantasien är här inte begränsningen, utan snarare säkerhetsmässiga och praktiska frågor.

Reklam

Kulturen kompletteras sedan många år av trafikreklamen, som utöver betydelsefulla intäkter är ett uppskattat inslag i våra miljöer. Tillsammans med företaget Clear Channel har vi ett

program för att utveckla nya former för reklamen, med syftet inte bara att öka intäkterna utan även skapa mervärden åt resenärerna.

Kringsservice

För ett par år sedan genomfördes en grundlig inventering av våra stationer med avseende på deras potential för att inrymma ett utbyggt serviceutbud. "Servicestationen" är arbetsnamnet på projektet, som har ökad kundservice och starkare varumärke som mål. En klassning av tunnelbanans och pendeltågens stationer utifrån ekonomisk potential och fysiska förutsättningar är genomförd. Ett möjligt utbud av automater på plattformar och i biljetthallar, kiosker och minimarkets har presenterats, och delvis börjat genomföras.

Gratistidning

För snart ett decennium sedan underströk tillkomsten av tidningen Metro i SL-trafiken kraften i den kommersiella potential som våra miljöer har. Metro finns nu i fler än 24 städer världen över. Konceptet innebär att resenärerna får en uppskattad tidning medan SL får en effektiv informationskanal och välkomna intäkter. Formerna för en utveckling av samarbetet diskuteras, liksom för- och nackdelar med att bredda tidningssortimentet.

Trygg samvaro

De miljöer vi erbjuder våra resenärer är en del av stockholmarnas vardagsrum. Här möts inte bara många människor, utan många människor med mycket olika förutsättningar och högst varierande syn på livet. De motsättningar och de problem som finns i samhället finns i SL-trafiken.

Våld och hot om våld, vandalisering och skadegörelse, tiggeri och social misär som välfärdssamhället inte undanröjt är negativa uttryck för dagens storstadsliv, som går att finna även i våra miljöer. För att nå vårt mål om fler och mer nöjda resenärer ska vi samverka med andra för att göra de vardagsrum vi erbjuder tryggare, välstädade och stimulerande.

"Den uppkopplade affären"

Inom några år ska vårt "smarta betalkort" lanseras, och det nya systemet för realtidsinformation tas stegvis i drift. Vår stora satsning på IT-stöd till kundkommunikation, som då kommer resenärerna till del, innehåller även nya affärsmöjligheter. Allt fler resenärer är "uppkopplade" via telefon eller handdatorer. Den fortsatta teknikutveckling skapar möjligheter att i samarbete med andra erbjuda ett brett utbud av tjänster och addera värden till SL-resan.

Arbetet med utveckla den strategi som på bästa sätt tillvaratar de nya möjligheterna till värdehöjande tjänster och intäkter pågår för fullt.

"SLs Galleria"

De fysiska uttrycken för den nya kringsservicen - dynamiska informationstavlor, varuautomater, tidningsställ, återvinningskärl, reklamvittriner, kiosker, butiker etc - ska på ett omsorgsfullt sätt samspela med konst och arkitektur till en tilltalande helhet.

Ett tydligt kundperspektiv och en effektiv samordning av olika miljöpåverkande faktorer är därför nödvändig.

"SLs Galleria" är ett uttryck för denna vision för en positiv utveckling av våra kundmiljöer. Här ska vi tillsammans med kommersiella, kulturella, sociala och andra partners så omdana våra resenärsmiljöer att vi når lösningar som säkrar trygga, trivsamma och stimulerande resor, samtidigt som vardagen underlättas av rätt utbud av kringsservice. Här ska vi samtidigt säkra det nödvändiga tillskottet av nya intäkter.

Lösningarna kommer att bli olika beroende på de lokala förutsättningarna: en annan användning av befintliga ytor, smärre om- och tillbyggnader eller större exploateringar i samklang med stadens utveckling.

Ett målmedvetet programarbete kring detta pågår sedan årsskiftet. Programmet kommer att presenteras för styrelsen efter sommaren. Något nytt uppdrag från landstingsfullmäktige, som föreslås i skrivelsen, är därför inte nödvändigt.

Förslag till beslut

Styrelsen föreslås besluta

att som yttrande över motion 2003:72 översända denna skrivelse.

Lennart Jangälv
Verkställande direktör

Bo Tengblad
Kanslidirektör

Bilaga

Motion 2003:72 om det offentliga rummet