

Giv slip og giv indflydelse

- At lytte til naboerne er vejen frem i det åbne land

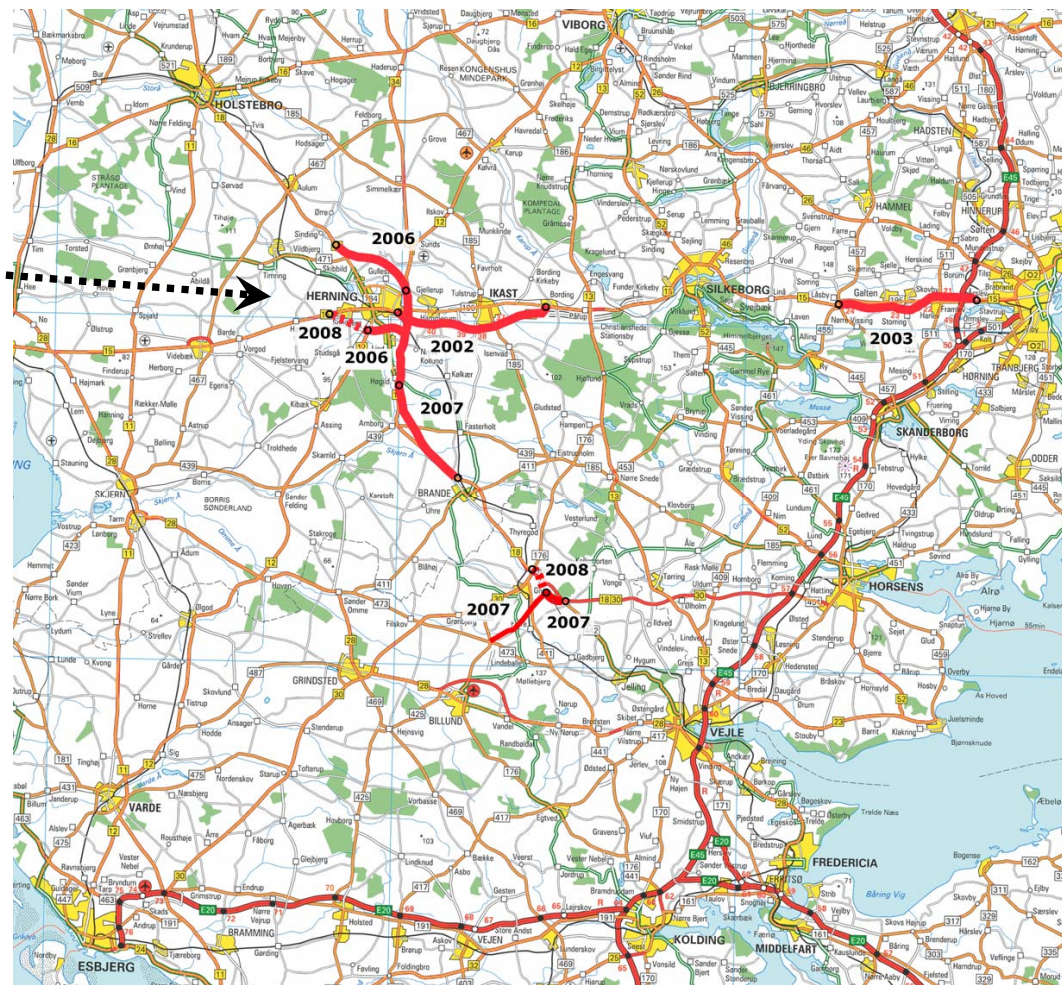
Via Nordica 2008
Kunder från hinder till resurs

Hvorfor kommunikere?

- **Vi får:**
 - Kendskab til behov
 - Nyttig information
 - Færre sager på ministerens bord
- **De får:**
 - Baggrundsviden så de kan involvere sig
 - En realistisk følelse af mulighederne for involvering
 - En forståelse for de beslutninger vi træffer
 - En følelse af ejerskab til projektet
- **Begge parter får:**
 - En lettere proces og færre skuffede og utilfredse naboer
 - En bedre vej



Herning - åbent land



- 45 km motorvej/motortrafikvej
- 2,4 million euro
- 2001-2008
- Cirka 700 lodsejere berøres
- Transport-trekanten 2012

Herning - resultater

- Normalt: 70-80 % tilfredse
- Personlig kontakt
- Kommunikation i tidligt og ved ekspropriation
- Vil også have noget at vide i de "stille" perioder
- Hvornår og i hvilken grad kan de påvirke projektet?
- Naboer længere væk kan også føle sig berørte



Herning - Kommunikation

Planlægning

Høringsfase med borgermøder
Visualiseringer

Projektering

Besigtigelsesforretninger
Ekspropriationsforretning

Anlæg

Husstandsomdelte aviser
Filmklip af anlægsarbejdet på hjemmeside

Åbning

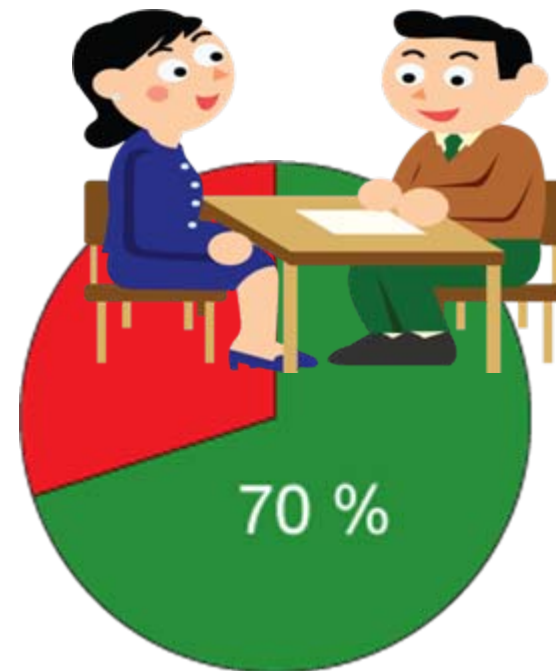
Åbningsavis
Invitation til åbning
'Farvel og tak'-brev
Åbningsceremoni
DVD-film sendt til berørte lodsejere
Husstandsomdelte aviser

Breve, møder, personlig kontakt, pjecer og hjemmeside benyttes i alle faser.



Brugerundersøgelser

- Siden 1999
- 2-3 projekter pr. år
- Analysefirma
- Naboerne: Hvor tilfredse er de med kommunikationen
- Fokusgrupper og telefoninterview
- Mål: 70 % tilfredse
- Vi får viden, og de føler sig hørt!
- Vi benytter resultater til forbedringer af fremtidige projekter



Det lange perspektiv

- Troværdighed
- Mængden af kommunikation
- Teknologi
- Loyalitet overfor borgere og politikere
- Videndeling mellem projekter

