

# Exploateringskontoret

## Attitydundersökning Hagastaden 2016

Mars 2016, Markör Marknad och Kommunikation





**Uppdrag:** Attitydundersökning Hagastaden 2016  
**Beställare:** Exploateringskontoret  
**Kontaktperson beställaren:** Anna Näslund  
**Projektledare Markör:** Jonas Karlsson  
**Datainsamlingsperiod:** januari-mars 2016

## **Markör Marknad och Kommunikation AB**

*Markör hjälper större företag och organisationer att fatta rätt beslut – det gör vi genom utredningar, undersökningar och utvecklingsarbete på plats hos våra kunder.*



# Innehåll

1.	Bakgrund och syfte .....	4
2.	Teknisk beskrivning.....	5
2.1	Utformning av enkät.....	5
2.2	Population och urvalsförfarande .....	5
2.3	Genomförande och utfall.....	5
3.	Resultat .....	8
3.1	Kännedom .....	8
3.2	Upplevelse.....	12
3.3	Erhållen information .....	15
3.4	Önskad information .....	19
3.5	Bakgrundsfrågor.....	21
4.	Summerande slutdiskussion .....	25
5.	Markörs sammanfattning.....	29



## 1. Bakgrund och syfte

Hagastaden är det nya namnet för hela Norra Stationsområdet. Stadsdelen växer fram i både Stockholm och Solna och kommer att integreras med det nya universitetssjukhuset, Nya Karolinska Solna, som öppnar under 2016. Exploateringskontoret har för avsikt att genomföra regelbundna enkätundersökningar för projektet Hagastaden med samma frågebatteri för att kunna följa trender och jämföra resultat mellan åren. Den första mätningen (nollmätningen) genomfördes 2013. Målet för undersökningen är att kartlägga kunskaper och attityder till projektet bland den allmänhet som är boende i området samt deras farhågor och förväntningar på det.

Därmed är syftet med denna undersökning att:

- Undersöka vad allmänheten som bor i Norra Stationsområde har för kunskaper, attityder, farhågor och förväntningar på projektet Hagastaden.
- Undersökningens resultat ska skapa ett underlag som kan användas av Exploateringskontoret för att planera och utvärdera informationsinsatser om projektet Hagastaden som riktas mot boende i Norra Stationsområdet.
- Jämföra resultaten över tid för att se om det skett några förändringar i allmänhetens upplevelse.



## **2. Teknisk beskrivning**

### **2.1 Utformning av enkät**

Enkäten är skapad i samråd mellan Exploateringskontoret och Markör Marknad & Kommunikation AB. Utgångspunkten i undersökningen 2016 var att använda samma enkät som vid mätningen 2013, men i samband med kvalitetssäkringen upptäcktes några brister i föregående års enkät, vilket justerades till årets mätning. I de fall frågor eller svarsalternativ förändrats mellan de två mätningarna kommer det kommenteras i anslutning till diagrammet i denna rapport, men de exakta skillnaderna kan utläsas i enkätbilagan (bilaga 1) som bifogas denna rapport. Precis som vid mätningen 2013 innehöll enkäten 29 frågeställningar.

### **2.2 Population och urvalsförfarande**

Undersökningens urvalsram är allmänheten i åldrarna 18-84 år som är boende i Norra stationsområdet, vilket är det område som berörs av projektet Hagastaden (området har definierats av postnumren: 11344, 11343, 11330, 11331, 11337, 11364, 17164 och 17165). Åldersintervallet på 18-84 år delades upp i tre intervall samt gjordes uppdelning av målgruppen mellan kvinnor och män. Detta skapade alltså sex olika strata där åldersgrupperna var 18-40 år, 41-62 år samt 63-84 år för kvinnor respektive män. Enligt utdrag från befolkningsregistret i december 2015 bodde det 6 721 personer i de postnummerområden som använts för att definiera området och som samtidigt var inom det aktuella åldersspannet.

Målsättningen i datainsamlingen var att genomföra 500 intervjuer. För att med säkerhet kunna genomföra dessa inhämtade Markör uppgifter till 2 500 personer. Uppgifterna till dessa personer hämtades från abonnentregistret vilket exkluderar personer som saknar ett registrerat telefonnummer. Att abonnentregistret valdes istället för befolkningsregistret beror på att datainsamlingsmetoden i undersökningen var telefonintervjuer och att använda befolkningsregistret skulle då inte ha någon egentlig påverkan eftersom de personer som saknat telefonnummer ändå skulle exkluderas från undersökningen i samband med kompletteringen av telefonnummer. Fördelningen på de 2 500 posterna var representativ utifrån kön och ålder för de boende i området och dessa uppgifter om fördelningen hämtades från befolkningsregistret. Det innebär att samma struktur för ålder och kön finns i urvalet som bland de boende i området.

### **2.3 Genomförande och utfall**

Eftersom datainsamlingen genomfördes med telefonintervjuer höll Markörs projektledare en utbildning med företagets intervjuarkår innan datainsamlingen påbörjades. Under denna utbildning förtydligades



bakgrund och syfte med undersökningen, enkäten visades och diskuterades samt fick intervjuarkåren möjligheter att ställa frågor om undersökningen. Markörs projektledare har funnits tillgänglig för intervjuarkåren under hela datainsamlingen och kunnat svara på eventuella frågor som kommit upp under intervjuerna. Tiden för datainsamling har varit vecka 4-9 2016. Då målet med datainsamlingen var att genomföra 500 intervjuer innebär det att urvalet hanteras som ett *ersättningsurval* där varje person som inte går att nå eller som inte vill delta ersätts med en ny person. I undersökningar som genomförs med den metoden är det inte relevant att uttala sig om exempelvis bortfall eller svarsfrekvens. I denna undersökning har dock inte urvalet enbart hanterats som ett ersättningsurval utan Markör har använt en metod där hanteringen till viss del liknar ett ersättningsurval och till viss del liknar ett *obundet slumpmässigt urval (OSU)*. I ett OSU är utgångspunkten att göra så många intervjuer som möjligt med ett i förväg fastslaget antal personer och det gör att uppgifter som svarsfrekvens och bortfall är relevanta att redovisa, men det är då aldrig möjligt att garantera ett visst antal intervjuer. I denna undersökning, där 500 intervjuer garanterades, utgick Markör från att en svarsfrekvens på 60 procent skulle uppnås och gjorde såldes 834 poster (personer) från urvalet på 2 500 tillgängliga för intervjuarkåren i det inledande skedet. Fördelningen på de 834 posterna var representativ utifrån befolkningssammansättningen gällande kön och ålder. Varje person i det tillgängliggjorda urvalet söktes upp till tolv gånger under olika dagar och tider innan de räknades som bortfall. Då antalet kvarvarande poster i urvalet var så lågt att det teoretiskt inte varit möjligt att nå det totala antalet intervjuer som skulle genomföras inom respektive strata (som också var programmerat att spegla befolkningssammansättningen) har ytterligare poster tillgängliggjorts och på så vis har också svarsfrekvensen sänkts. Denna påfyllnad av nya poster har skett med stor försiktighet för att nå bästa möjliga svarsfrekvens. Totalt nåddes en svarsfrekvens på 46 procent. Den fullständiga svarsfördelning, totalt och per strata, redovisas i tabellen på efterföljande sida. Att den totala svarsfrekvensen är 46 procent är förhållandevis lågt utifrån Markörs erfarenhet från liknande undersökningar. Det är dock fem procentenheter högre än den svarsfrekvens som uppnåddes i mätningen 2013. Förändringar som gjordes till årets datainsamling var att datainsamlingsperioden förlängdes med en vecka samt gjordes uppringningar från dolt telefonnummer i slutet på datainsamlingsperioden. I övrigt har datainsamlingsmetoderna varit de samma mellan åren. Att använda dolt telefonnummer är framförallt en effektiv metod för att komma i kontakt med de som inte väljer att svara i telefon, vilket är den stora bortfallsorsaken i denna undersökning och var även det i mätningen 2013.

Mellan undergrupperna finns det stora skillnader i svarsfrekvens då den varierar mellan 42-59 procent. I den äldsta åldersgruppen (för både kvinnor och män) har det varit tillräckligt med det första urval som gjordes tillgängligt medan i de yngre grupperna har det krävts betydligt fler poster. Att svarsbenägenheten är högre hos äldre än hos yngre är något som gäller i princip samtliga undersökningar och det var även fallet i den föregående mätningen 2013, även om skillnaderna inte var fullt så stora som vid



årets mätning. En hög svarsfrekvens ökar resultatets generaliserbarhet medan en låg svarsfrekvens ger en lägre generaliserbarhet. Det innebär alltså att en större försiktighet bör vidtas vid en granskning av resultaten för de två yngsta åldersgrupperna medan större generaliseringar är möjligt för den äldsta åldersgruppen där mycket goda svarsfrekvenser uppnåtts, för både kvinnor och män.

**Tabell. Svartsfördelning och svartsfrekvens**

<b>Målgrupp ålder/kön</b>	<b>Bruttourval (st)</b>	<b>Övertäckning (st)</b>	<b>Nettourval (st)</b>	<b>Vägran (st)</b>	<b>Antal svar (st)</b>	<b>Svartsfrekvens (%)</b>
Kvinnor 18-40 år	346	20	322	40	136	42
Kvinnor 41-62 år	143	1	142	16	68	48
Kvinnor 63-84 år	74	0	74	8	44	59
Män 18-40 år	333	14	319	40	145	45
Män 41-62 år	170	3	167	27	71	43
Män 63-84 år	61	0	61	5	36	59
<b>Totalt</b>	<b>1127</b>	<b>38</b>	<b>1089</b>	<b>136</b>	<b>500</b>	<b>46</b>



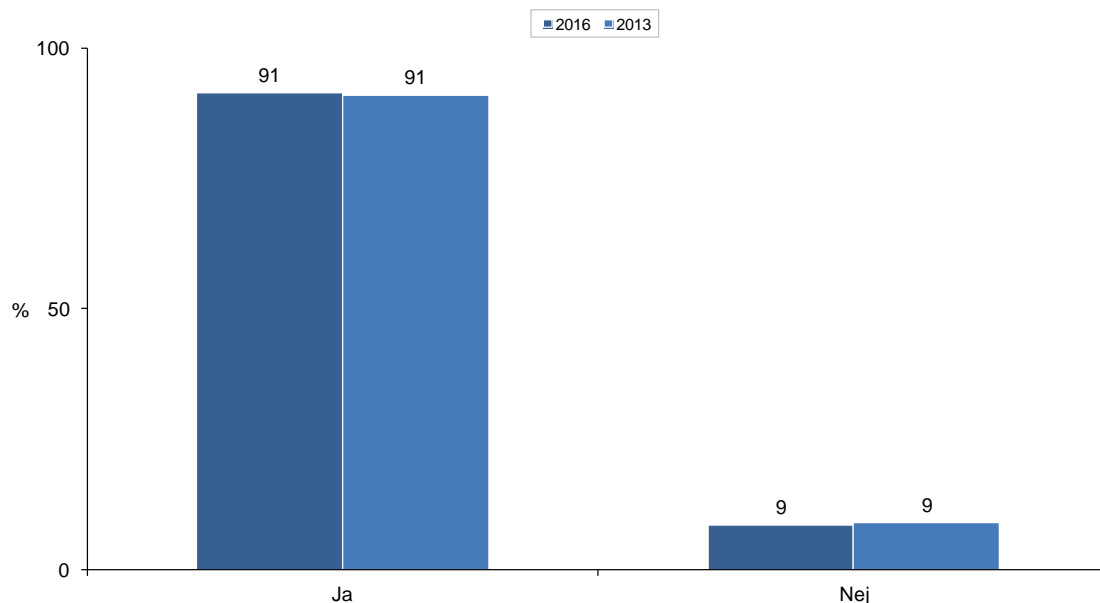
### 3. Resultat

Resultatpresentationen kommer göras på totalnivå och med 2013 års resultat som jämförelse.

Undersökningens inledande fråga handlade om personen hört talas om projektet som innebär att det gamla industriområdet vid Norra station ska bebyggas och omvandlas till en ny stadsdel. Då respondenterna tog ställning till denna fråga var undersökningens ämne okänt för personen.

#### 3.1 Kännedom

**Genom överdäckning av motorväg och järnväg ska det gamla industriområdet vid Norra station bebyggas och omvandlas till en ny stadsdel. Har du hört talas om detta projekt?**  
(Bastal: 2016, 500; 2013, 501)



Drygt nio av tio personer har hört talas om att det gamla industriområdet vid Norra station ska bebyggas och omvandlas till en ny stadsdel och således är det ungefär en av tio som inte har hört talas om det. Det är en lika hög andel som kände till projektet vid mätningen 2013.

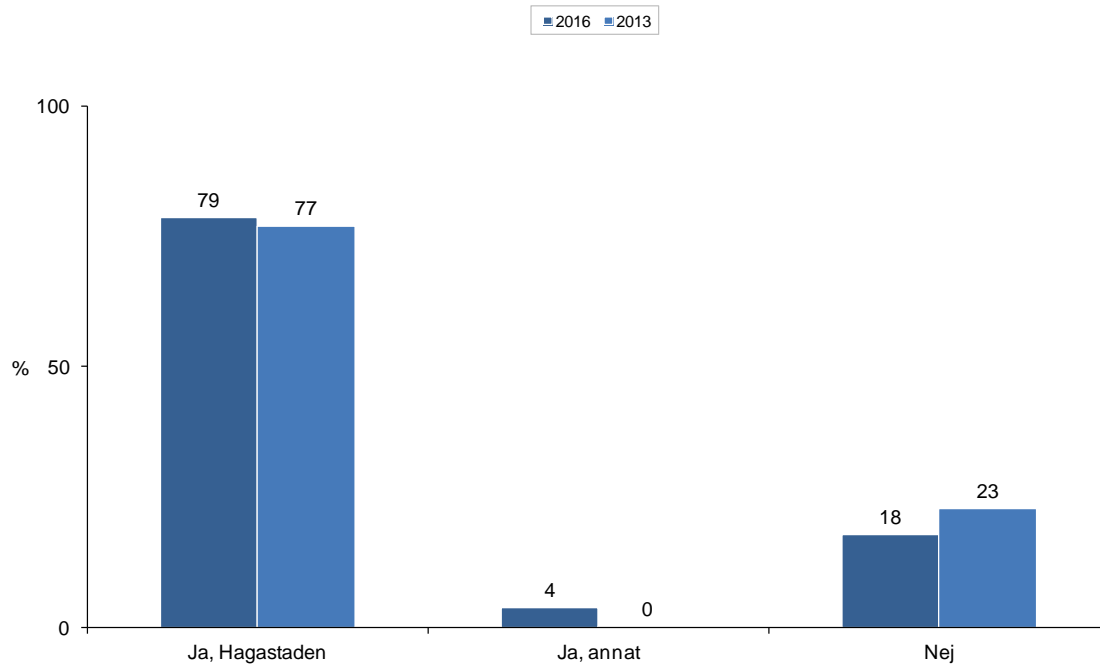




De personer som spontant svarade att de kände till projektet och den nya stadsdelen fick svara på vad den nya stadsdelen kommer heta. Här gavs inga svarsalternativ utan frågan besvarades helt fritt.

### Vet du vad den nya stadsdelen kommer att heta?

(Bastal: 2016, 457; 2013, 456)



Nästan åtta av tio personer som känner till projektet uppger att namnet på den nya stadsdelen kommer vara Hagastaden. I jämförelse med tidigare mätning visas ingen större skillnad i resultaten. Under svaret *Annat* återfinns felaktiga svar från de intervjuade. Dessa svar var:

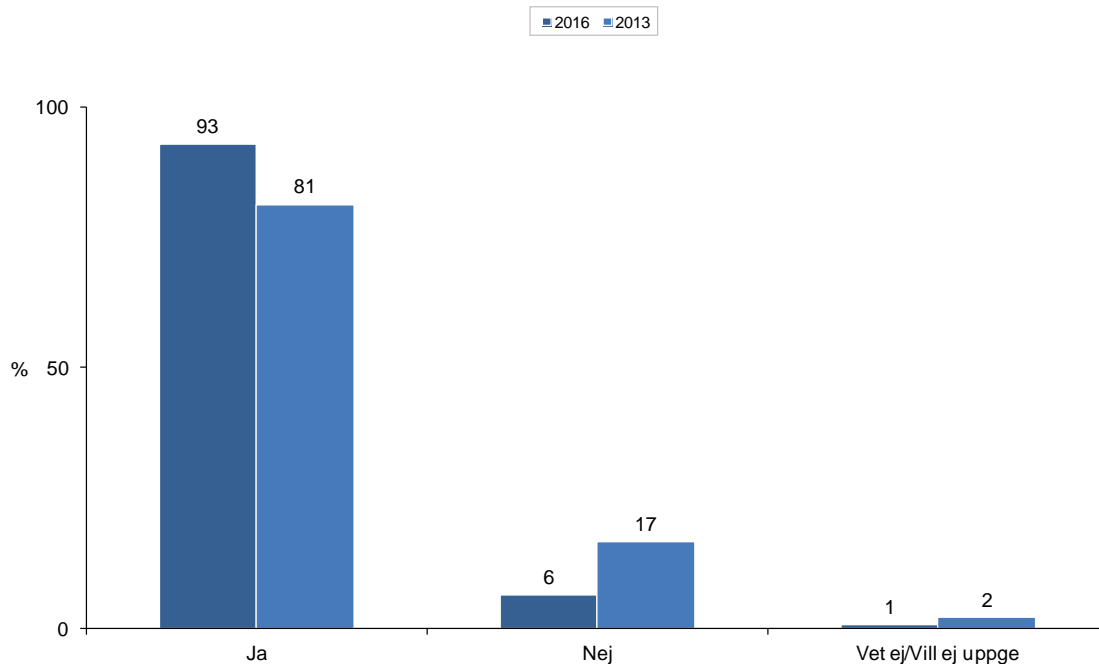
- Haga Norra. (5st)
- Torsplan. (4st)
- Haga (2st)
- Haga, någonting.
- Hagaplanen.
- Norra tornen.
- Nya Haga.
- Något med Haga eller arena.
- Södra och norra tornet.



De personer som inte hört talas om projektet, de personer som inte kunde komma på vad den nya stadsdelen kommer heta samt de som uppgivit ett felaktigt svar på frågan om vad stadsdelen kommer heta fick en kort beskrivning av projektet och det förtydligades också att den nya stadsdelen kommer heta Hagastaden. Därefter fick personerna ta ställning till om de då kände till projektet. De som inte kände till det exkluderades från undersökningen.

### Kan du då påminna dig om du hört talas om detta projekt?

(Bastal: 2016, 141; 2013, 150)



Det är 93 procent de 141 personer som inte minns att de hört talas om projektet eller som hört talas om projektet men inte vet att den nya stadsdelen kommer heta Hagastaden som känner till projektet när de får en kort information om det. Det innebär att det är den totala kännedomen om projektet är 98 procent då endast tio personer av de 500 intervjuade inte kände till projektet efter att ha fått förtydligande information om det. Dessa tio personer exkluderades från undersökningen och således var det 490 personer som haft möjlighet att besvara resterande frågor. I mätningen från 2013 var det 28 personer, vilket motsvarande sex procent, som inte kände till projektet och således exkluderades.

Då det var uttalat att undersökningen skulle handla om projektet Hagastaden fick de svarande ange maximalt tre saker som associerar med namnet Hagastaden. De fem vanligaste associationerna, från den högst nämnda till den femte högst nämnda, redovisas i denna rapport medan samtliga svar presenteras i bilaga 2.



- Hagaparken.
- Nya bostäder.
- Karolinska sjukhuset.
- Det låter bra.
- En ny stadsdel.

Det ställdes även en fråga om vilken inriktning/profil den nya stadsdelen kommer ha. De fem vanligaste svaren i ordning från högst nämnda till femte högst nämnda är:

- Bostadsområde och arbetsplatser.
- Life-Science.
- Bostadsområden.
- Forskning.
- Modernt.

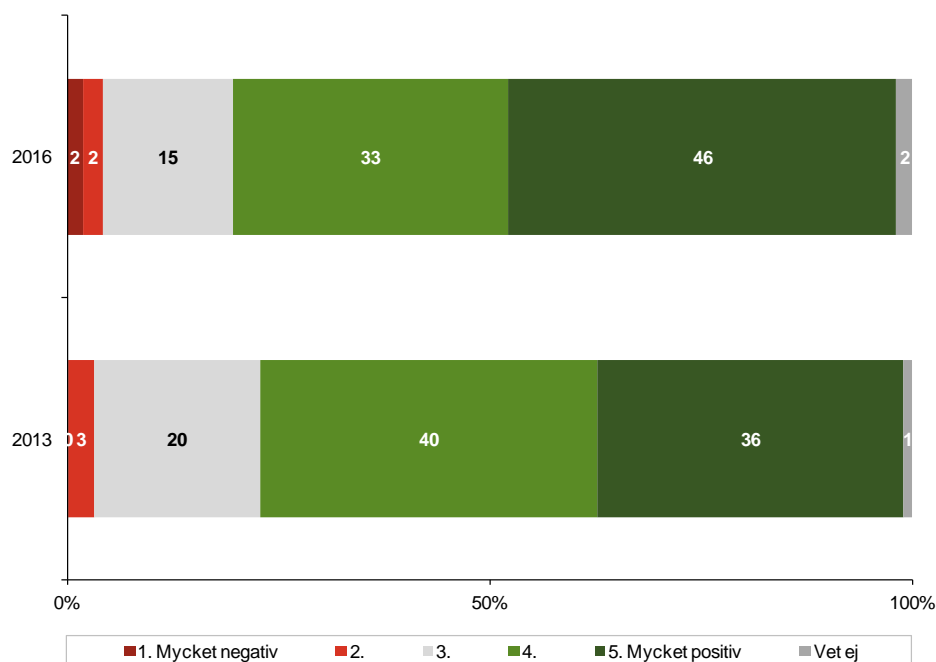
Samtliga svar om Hagastadens inriktning/profil återfinns i bilaga 2 och de återkommande teman som finns i dessa svar är att de handlar om bostäder, arbetsplatser samt om forskning/utveckling.



### 3.2 Upplevelse

De intervjuade fick ange vilken övergripande inställning de har till Hagastaden och de tog ställning genom att svara på en femgradig skala från mycket negativ till mycket positiv.

**Vilken är din övergripande inställning till Hagastaden?**  
(Bastal: 2016, 490; 2013, 473)



Nästan åtta av tio är positivt inställda till projektet Hagastaden. I jämförelse med resultaten från 2013 gällande andelen positiva (som uppgett något av de två positiva svarsalternativen) visas ingen större skillnad även om andelen ökat med tre procentenheter i årets mätning. Den skillnad som dock är tydlig gäller andelen som svarat det mest positiva svarsalternativet, alltså att de är mycket positiva till Hagastaden. I årets mätning är det 46 procent som svarat det vilket kan jämföras med 36 procent 2013. Endast fyra procent är negativ inställda vilket visar att de som inte är positiva överlag är neutralt inställda.

De som svarat något av de två positiva alternativen respektive de som svarat något av de två negativa alternativen ombads att motivera sin åsikt. Eftersom nästan åtta av tio är positivt inställda är det framförallt den typen av motiveringar som förekommer. Vid en tematisering av de svar som framkommit ser Markör att de vanligaste positiva motiveringarna handlar om:

- Positivt med fler bostäder.
- Bra att Stockholm växer.
- Smart byggsätt att däcka över vägar.



- Sammanfogning av stadsdelar.
- Positiv utveckling för området med exempelvis bättre service och utbud i närområdet.
- Ökar attraktionsvärdet på området.
- Bra sätt att nyttja områden som tidigare varit outnyttjade.
- Bättre kommunikationsmöjlighet för de boende.
- Blir en förbättring rent estetiskt.

Samtliga motiveringar till den positiva inställningen kan utläsas i bilaga 2.

Flera av de negativa motiveringar som framhålls handlar om att det antas bli trångt med ombyggnationen och att de höga byggnaderna kommer påverka negativt genom exempel mindre solljus. Några exempel på svar är:

*Eftersom man klämmer in mycket byggnader och folk på en liten yta. Skyskrapan kommer att mörklägga min lägenhet och de kommer vara trångt att gå mellan.*

*Man bygger alldeles för högt och trångt.*

*Det är för tätt samt trångt. Det finns för lite offentlig service för barn och ungdomar då det inte finns några skolor och jag tycker att det byggs för högt.*

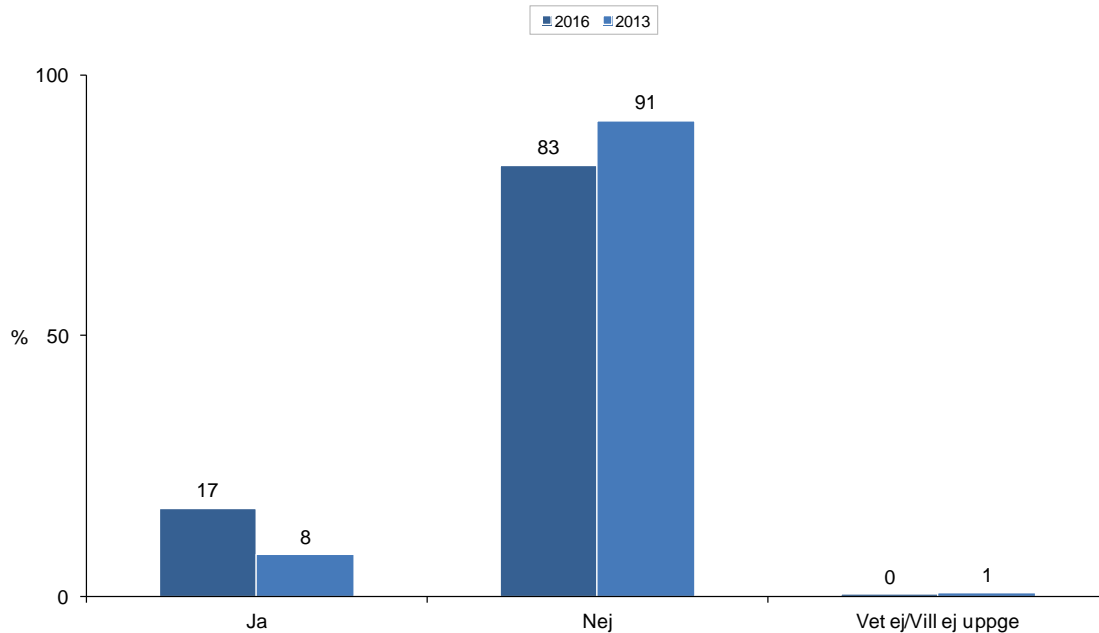
Samtliga motiveringar om varför personer är negativt inställda kan utläsas i bilaga 2.



De svarande fick även ta ställning till om de känner sig oroliga för vilka konsekvenser byggnationen kommer ha.

### Känner du dig orolig angående vilka konsekvenser byggnationen kommer ha?

(Bastal: 2016, 490; 2013, 473)



Nästan en av fem uppger att de känner sig oroliga över vilka konsekvenser byggnationen kommer ha. Det är en ökning med nio procentenheter jämfört med mätningen 2013. De personer som svarat att de känner sig oroliga har fått förtydliga sitt svar och ange vad de känner sig oroliga över. De övergripande och återkommande teman som nämns i dessa svar handlar om:

- Oro för att det kommer bli trångt då många nya människor kommer flytta till området.
- Det kommer bli mycket buller.
- Oro för att det inte kommer bli bra rent estetiskt
- De stora tornen kommer skugga området.
- Upplevelse av att det blir problem i området under själva ombyggnationstiden. Exempelvis utifrån trafiksituationen
- Osäkerhet hur det blir med kommunala verksamheter som skola, förskola och äldreomsorg.
- Dålig miljö i området.
- Oro över att gamla byggnader rivs alternativt att de redan har rivits.
- Resursfördelningen/kostnaden.
- Oro för att sprängningar kan orsaka sprickor i områdets byggnader.

Samtliga motiveringar till oron över projektet kan utläsas i bilaga 2.

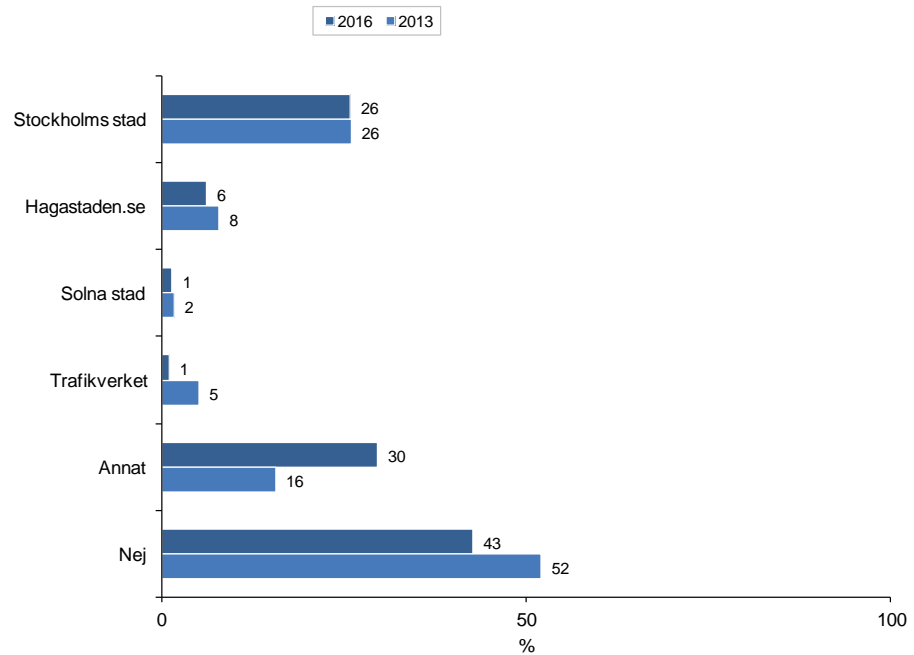


### 3.3 Erhållen information

Utifrån informationsaspekten fick de intervjuade inledningsvis svara på om de vet var de skulle vända sig för att få information om projektet.

#### Vet du vart du ska vända dig för att få information om projektet Hagastaden?

(Bastal: 2016, 490; 2013, 473)

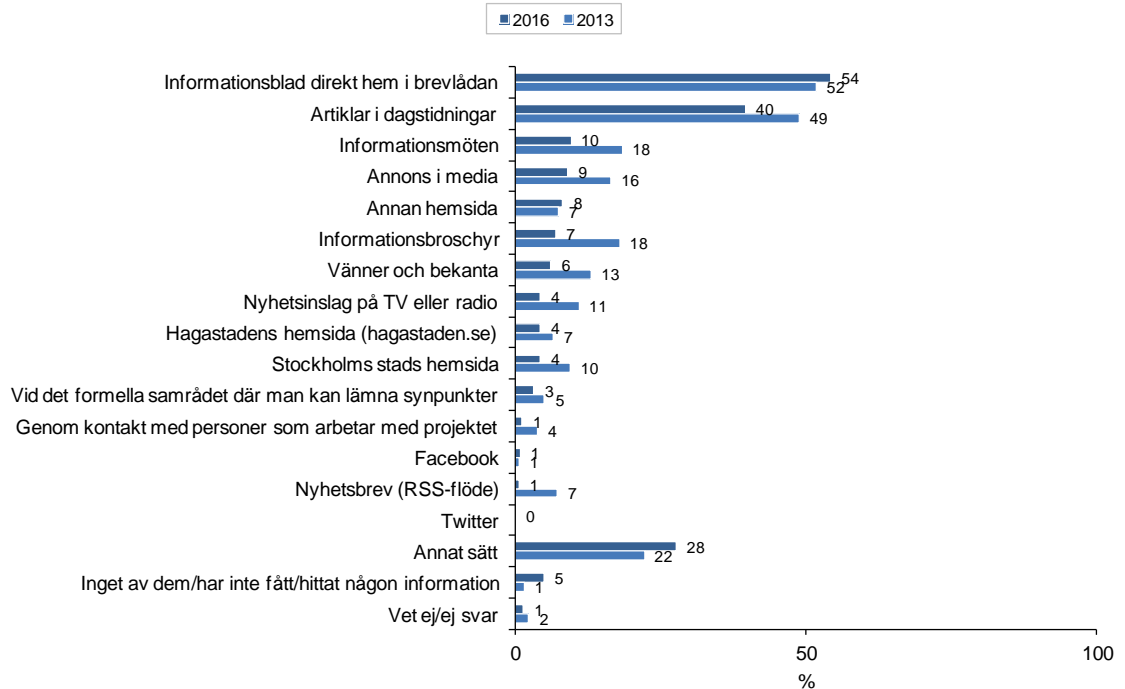


Nästan sex av tio uppger att de vet var de ska vända sig för att få information om projektet. Vanligast är att de skulle vända sig till Stockholms stad, vilket en av fyra uppger. Under svarsalternativet *Annat* är det absolut vanligaste svaret att de skulle söka fritt på Google. Exempel på andra aktörer som nämnts under det svarsalternativet är Stadsbyggnadskontoret, Stadsdelsnämnden samt byggföretagen som ansvarar för ombyggnationerna. I jämförelser med tidigare års mätning visas att det är en högre andel som vet var de ska vända sig, men den stora skillnaden beror på att en högre andel svarat andra kanaler än de i förväg angivna.



De intervjuade fick redogöra för hur de tagit del av information om Hagastaden. På denna fråga har svarsalternativen lästs upp och personerna har fått svara jakande eller nekande.

**På vilket eller vilka av följande sätt har du hittills fått/hittat information om Hagastaden? Är det via..?**  
(Bastal: 2016, 490; 2013, 473)



Precis som vid 2013 års mätning är det absolut vanligast att de boende i området har fått information via informationsblad direkt hem i brevlådan eller genom artiklar i dagstidningar. Drygt hälften svarar att de har fått informationsblad medan fyra av tio uppger att de har läst artiklar i dagstidningar. Det kan noteras att majoriteten av informationskanalerna har förmedlat information till en lägre andel av de boende jämfört med resultaten från 2013, även om skillnaderna överlag är små. Noterbart är även att andelen som inte fått någon information är fyra procentenheter högre i årets mätning, vilket innebär att fem procent inte fått någon information. Det bör påtalas att vissa svarsalternativ för frågan har formulerats om något jämfört med mätningen 2013 vilket påverkar jämförbarheten. Exakt vilka förändringar som har gjorts markeras i bilaga 1 där undersökningens enkät bifogas.

28 procent uppger att de tagit del av information på något annat sätt än via de fördefinierade informationskanalerna. Den absolut vanligaste typen av svar som kategoriserat som *Annat* är att personen tagit del av information när hen passerat arbetsplatsen. Antingen genom skyltar eller genom att granska själva bygget.

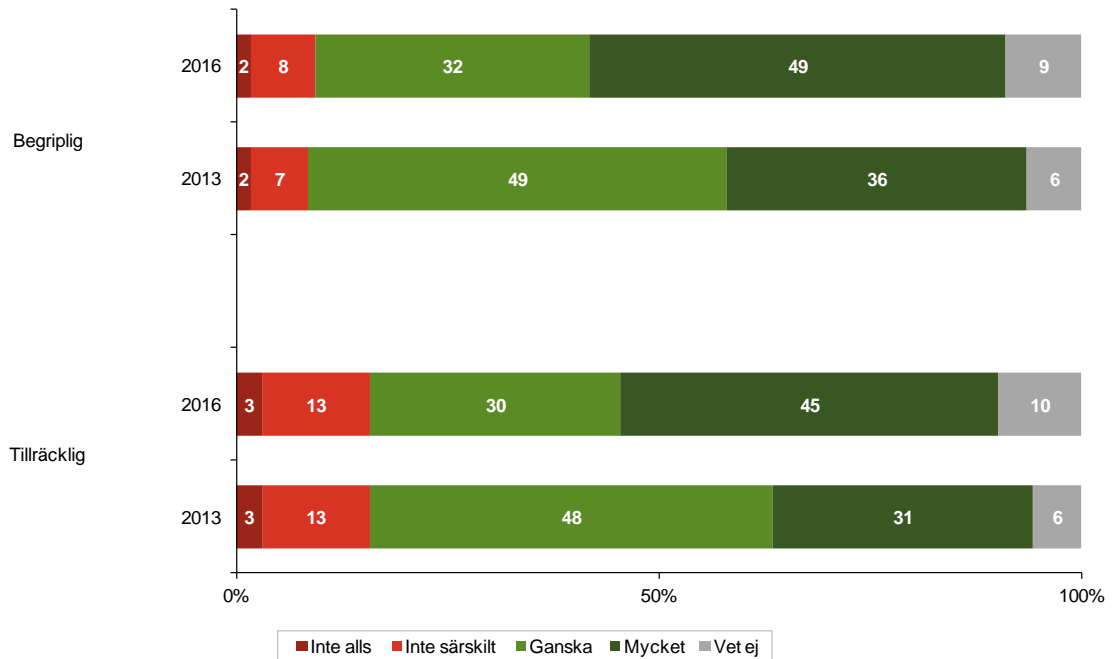




De personer som tagit del av information har bedömt hur de upplevt den utifrån dess begriplighet samt om den varit tillräcklig. Frågorna besvarades på en fyrgradig skala från *Inte alls* till *Mycket*.

### I vilken utsträckning tycker du att den information du hittills fått om Hagastaden har varit...?

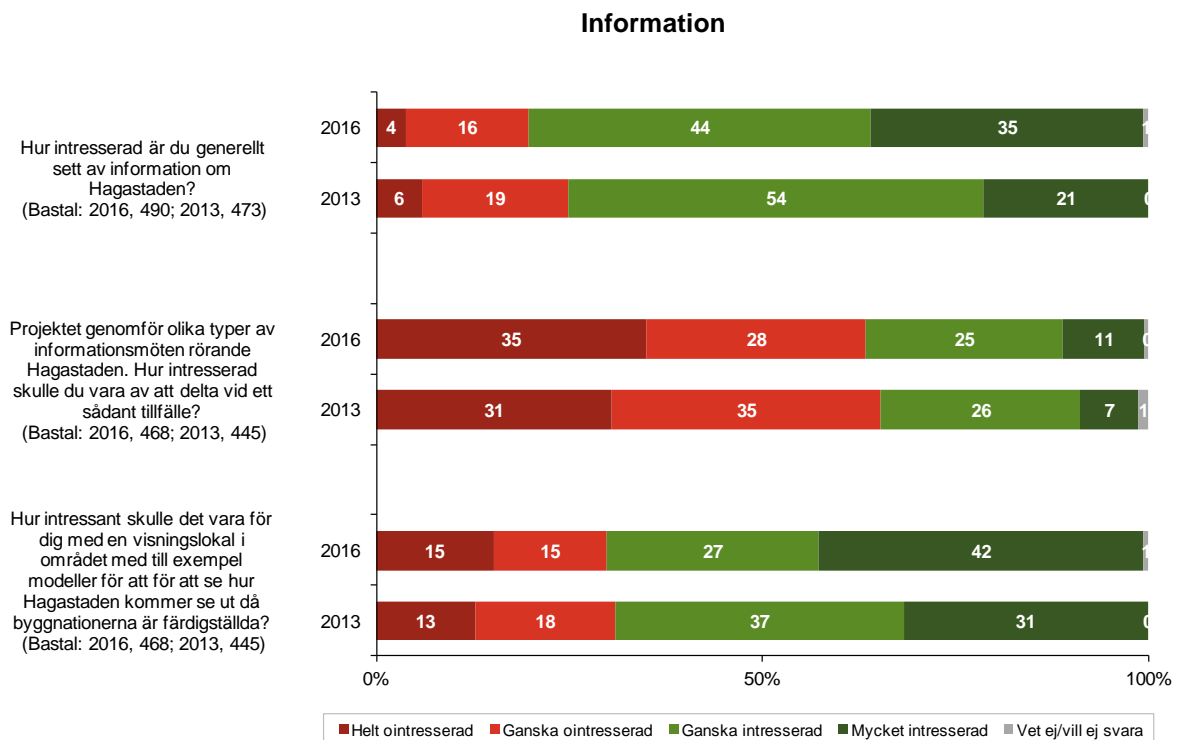
(Bastal: 2016, 459; 2013, 455)



Åtta av tio som tagit del av information upplever att den varit begriplig och tre av fyra svarar att informationen varit tillräcklig. En tydlig skillnad som förekommer mellan åren är andelen som svarat det mest positiva svarsalternativet för de två frågorna. I årets undersökning är det nästan hälften som uppger att informationen var *mycket begriplig* och för informationens tillräcklighet är motsvarande andel 45 procent. Jämförelsevärden för dessa två frågor från 2013 uppgår till 36 procent respektive 31 procent.



Vidare ställdes frågor om information utifrån ett intresseperspektiv. Dels hur intresserad personen är, generellt sett, av information om Hagastaden, dels hur intresserad personen är av att delta på ett informationsmöte om Hagastaden respektive hur intresserad personen är av att besöka en visningslokal med modeller som visar hur området kommer se ut när det är klart.



Åtta av tio svarar att de, generellt sett, är intresserade av information om Hagastaden. Det är en något högre andel än vad som uppgav motsvarande i den tidigare mätningen. Gällande intresset för att delta på ett informationsmöte anger 36 procent att de är intresserade av det vilket är snarlikt det resultat som framkom 2013 då 34 procent uppgav motsvarande. Inte heller intresset för att besöka en visningslokal visar på någon större skillnad mellan åren då nästan sju av tio framhållit ett sådant intresse i båda mätningarna. Det kan dock konstateras att 42 procent i årets mätning svarat att de är *mycket intresserade* av att besöka en sådan lokal med motsvarande andel 2013 var 31 procent.

Det är fyra procent som på frågan om hur intresserade de är, generellt sett, av information om Hagastaden som svarar att de är *helt ointresserade*. Dessa fick inte svara på några ytterligare frågor om information vilket förklarar det lägre antalet svarande för de efterföljande frågorna i undersökningen som handlade om information.

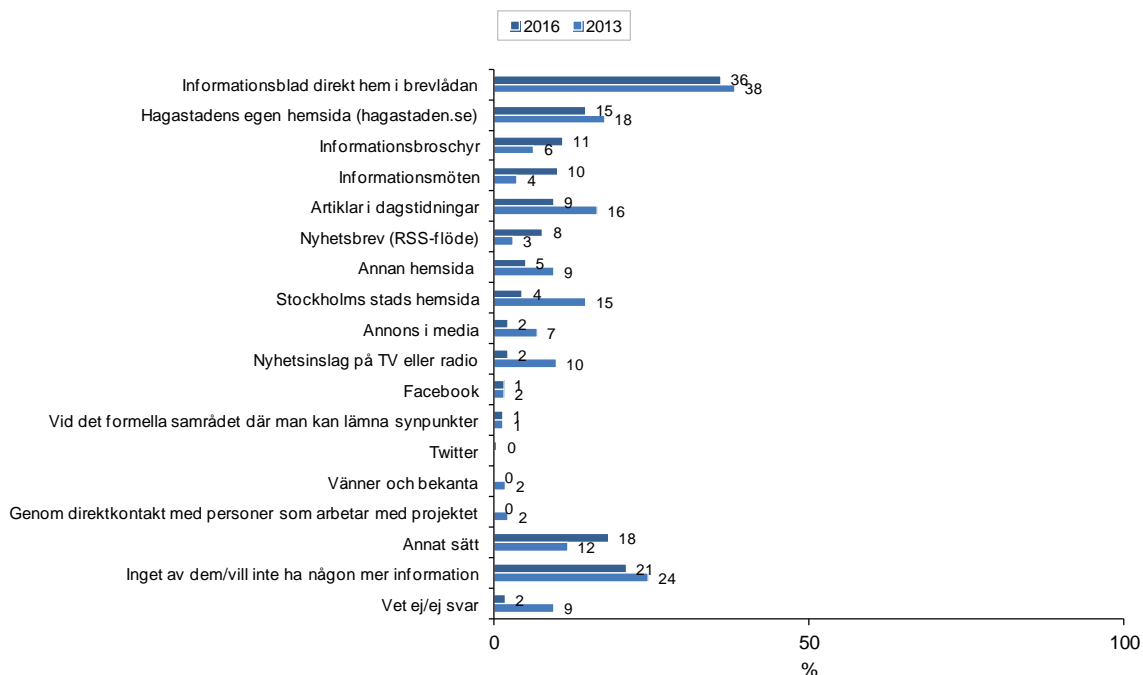


### 3.4 Önskad information

En fråga ställdes om på vilka sätt personerna önskade ta del av information framöver gällande Hagastaden. På denna fråga har svarsalternativen lästs upp och personerna har fått svara jakande eller nekande.

#### På vilket eller vilka av följande sätt skulle du vilja ha mer information om Hagastaden?

(Bastal: 2016, 468; 2013, 445)



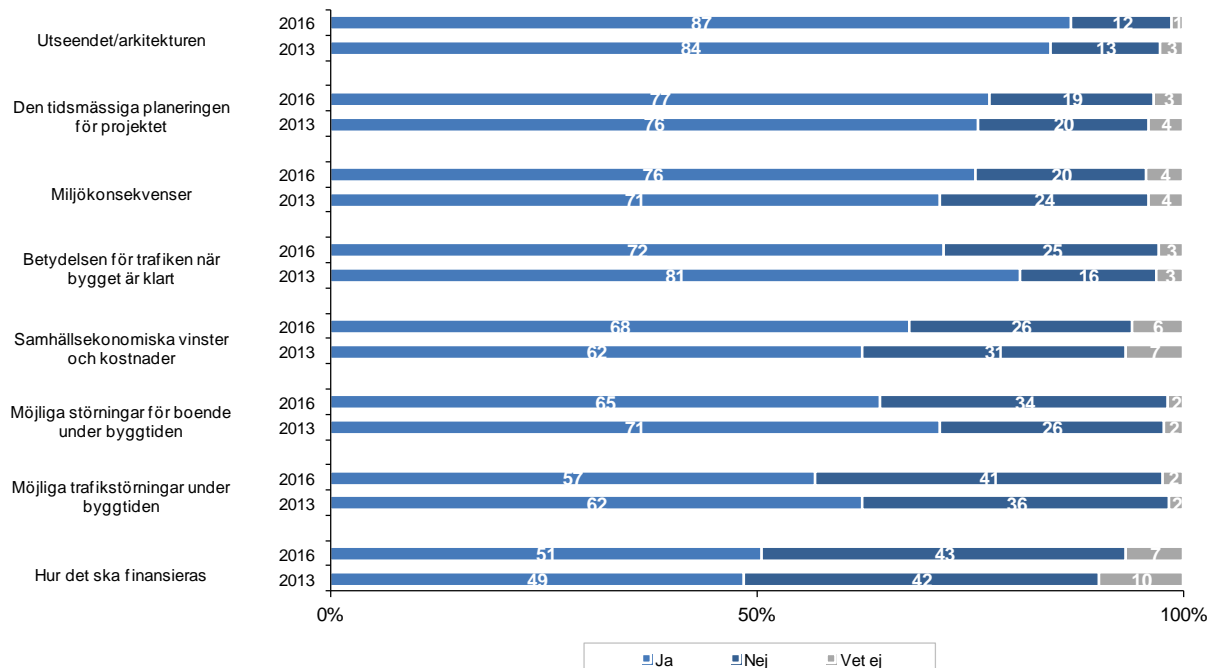
Precis som i föregående mätning är det högst andel som vill ta del av information genom informationsblad direkt hem i brevlådan och näst högst andel vill själva hämta information på Hagastadens egen webbplats. Drygt en av fem svarar att de inte vill ha någon mer information om projektet. Det bör påtalas att frågans svarsalternativ har formulerats om i viss utsträckning sedan 2013 vilket påverkar jämförbarheten. Ändringarna av svarsalternativen redovisas i bilaga 1.

Under svarsalternativet *Annat* är vanliga svar att personen inte vill ha någon information utan kommer söka den själv vid behov och ofta med hänvisning till att informationen behöver vara tillgänglig på internet. Andra vanliga svar är att visuell information som skyltar och modeller gärna får visas i anslutning till byggnationerna.



För att få en djupare förståelse för vilken typ av information som är intressant för de boende fick de svarande ta ställning till åtta informationsaspekter och ange om de var intresserade av respektive informationsaspekt.

### Är du intresserad av följande aspekter när det gäller projekt Hagastaden? (Bastal: 2016, 468; 2013, 445)



Den typ av information som högst andel uppger att de är intresserade av är utseendet/arkitekturen. Nästan nio av tio svarande uppger att de är intresserade av sådan information. Information om den tidsmässiga planeringen, miljökonsekvenser av projektet samt betydelsen för trafiken när bygget är klart är andra aspekter som relativt höga andelar (fler än sju av tio) uppger att de är intresserade av. Lägst grad av intresse för visas information om hur projektet ska finansieras, men det är trots allt drygt hälften som är intresserade av den typen av information. I jämförelse med tidigare års undersökning kan det noteras att intresset ökat för fem av de åtta efterfrågade informationsaspekterna, även om förändringarna i samtliga fall är relativt små. Den informationsaspekt som visar på den största förändringen är intresset för information om projektets betydelse för trafiken när bygget är klart där andelen som är intresserade av den aspekten minskat med nio procentenheter.

Förutom de förbestämda informationsaspekterna som efterfrågades ställdes även en helt öppen fråga om det var något annan information om Hagastaden som de boende skulle vilja ta del av. Ungefär tre av tio har svarat instämmande och det vanligaste svaret handlar om att personer vill ha mer information om kollektivtrafiken. Andra vanliga typer av information som nämns handlar om:

- Hur det kommer bli med skolor och förskolor.

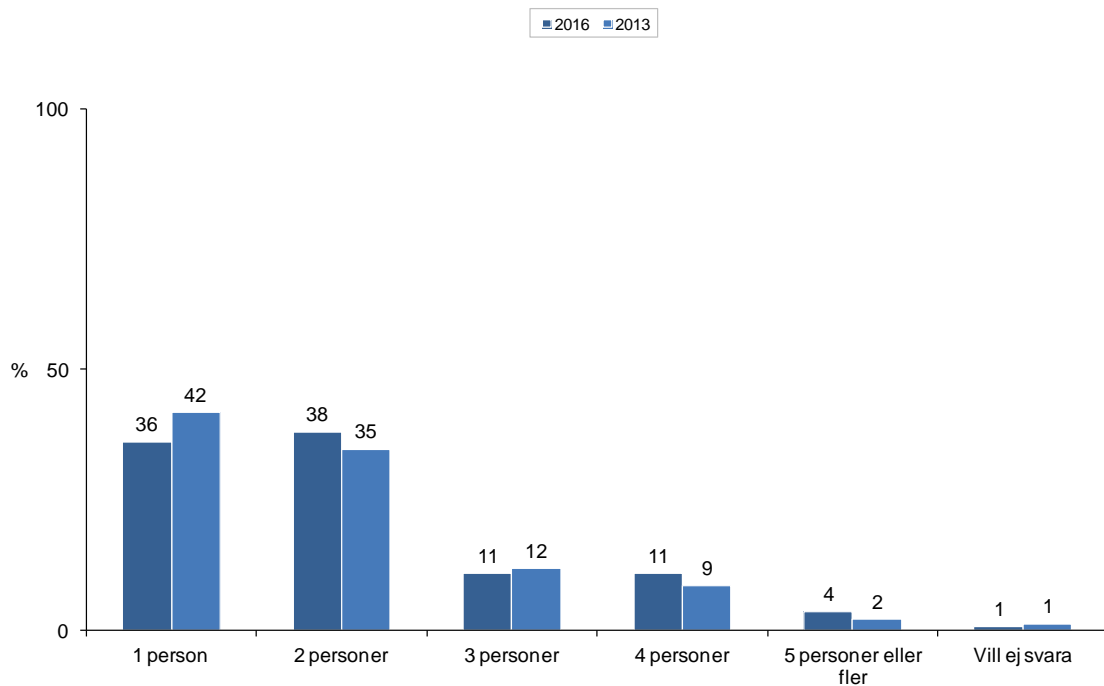


- Hur Hagastaden kommer se ut när projektet är färdigt. Mer detaljerad information efterfrågas, exempelvis kartor eller modeller som visar.
- Hur många nya bostäder som kommer skapas.
- Mer information om vilka typer av lägenheter som kommer byggas. Hur många hyresrätter och hur många bostadsrätter kommer byggas och hur kommer dessa fördelas.
- Vilka företag som kommer etablera sig.
- Hur det kommer vara med grönområden i Hagastaden.

### 3.5 Bakgrundsfrågor

Som avslutning på intervjun ställdes frågor om personen som intervjuades och dess hushåll.

**Antal personer i hushållet?**  
(Bastal: 2016, 500; 2013, 501)

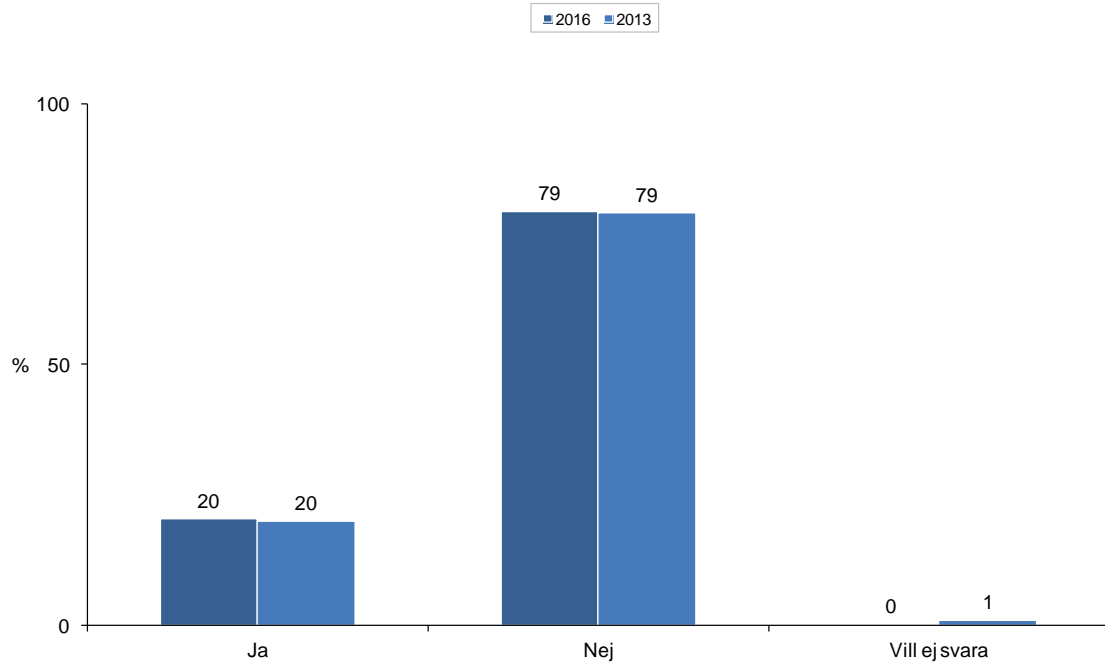


Vanligast är att de svarande i undersökningen antingen är ensamboende eller boende tillsammans med en person till. Drygt en av fyra uppger att de bor i hushåll med tre personer eller fler. I jämförelse med mätningen 2013 visas inga större skillnader även om andelen ensamboende minskat något.



### Finns det barn i hushållet som är 17 år eller yngre?

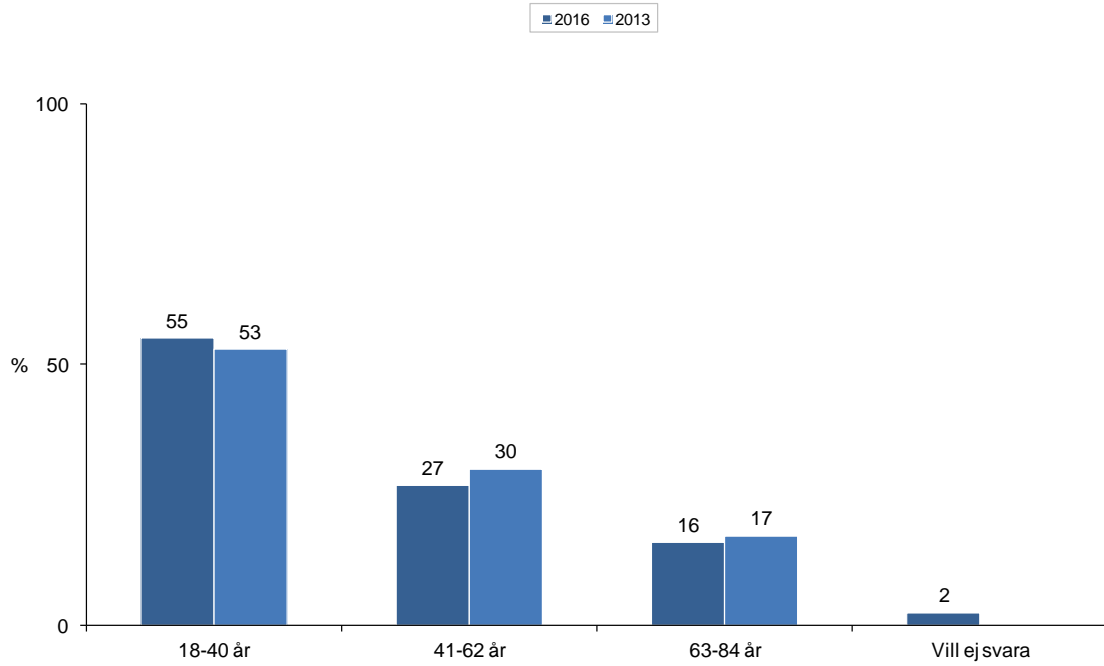
(Bastal: 2016, 500; 2013, 501)



Var femte intervjuad uppger att det finns barn i personens hushåll som är 17 år eller yngre, vilket är en lika hög andel som uppgav motsvarande i mätningen 2013.



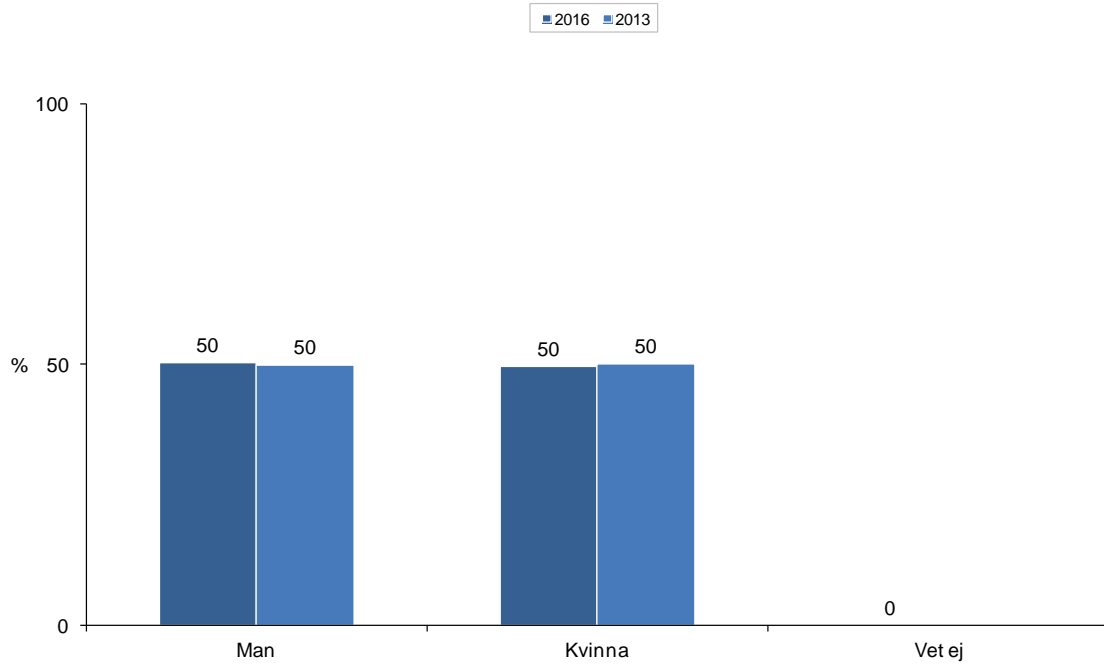
**Ålder:**  
(Bastal: 2016, 500; 2013, 501)



Åldersfördelningen bland de svarande är representativ med den åldersstruktur som råder i den stadsdel som senare kommer bli Hagastaden. Därmed är denna fördelning inte att se som slumpmässigt utan den har styrts till följande utfall där en majoritet är i åldern 18-40 år, något fler än var fjärde person är mellan 41-62 år och 16 procent är mellan 63-84 år. I jämförelse med 2013 års undersökning visas inga större skillnader för åldersfördelningen, vilket alltså innebär att ålderssammansättningen i området har varit relativt stabil under de tre år som passerat mellan mätningarna.



**Kön:**  
(Bastal: 2016, 500; 2013, 501)



Det är en jämn fördelning mellan kvinnor och män i undersökningen. Precis som för åldersfördelningen är detta utfall inte slumpmässigt utan har styrts av datainsamlingen utifrån att det är den könsfördelningen som råder i området.





## 4. Summerande slutdiskussion

### Kännedom och upplevelse

Projektet Hagastaden är något som i hög grad är känt bland de boende i området. Nio av tio uppger utan något som helst förtydligande att de känner till projektet och av dessa är det 79 procent som också vet att området kommer heta Hagastaden. Vid en summering av de som spontant känner till projektet och vet vad de kommer heta och de som uppger att de känner till projektet efter en kort information visas att den totala kännedomen är 98 procent. I 2013 års undersökning var den totala kännedomen 94 procent och således har det skett en ökning med fyra procentenheter. Markörs slutsats från detta resultat är att Exploateringskontoret tillsammans med andra inblandade aktörer har genomfört ett väl fungerande övergripande kännedomsarbete och att det är ett informationsområde där ytterligare insatser rimligtvis inte är nödvändiga. En annan aspekt gällande kännedomen som är intressant är att andelen som uppger att inriktningen/profilen på Hagastaden är *Life science* har minskat i årets mätning jämfört med mätningen 2013. I den tidigare mätningen var det knappt tio procent som antingen spontant associerade namnet Hagastaden med *Life science* eller svarade *Life science* på frågan om områdets profil/inriktning och i årets mätning är det alltså en något lägre andel som uppgett motsvarande. Istället är det bostäder och/eller arbete som många anger är Hagastadens profil/inriktning. Detta resultat kan visa på att Exploateringskontoret tillsammans med övriga aktörer antingen inte har arbetat i särskilt hög grad med att förmedla information om projektets profil/inriktning alternativt att de insatser som gjorts inte nått fram till de boende i området. Om det anses vara viktigt att lyckas förmedla vilken profilen/inriktningen är till de boende ser Markör att ytterligare insatser inom området kan vara relevanta för att öka den mer specifika kännedomen om projektet.

Det finns en genomgående positiv inställningen till projektet Hagastaden bland de boende i området. Om årets resultat jämförs med mätningen från 2013 visas ingen större skillnad gällande den totala andelen positiva då tolkningen görs utifrån de två positiva svarsalternativen (frågan har besvarats på en femgradig skala). I en sådan tolkning är 79 procent positivt inställda i årets mätning medan 76 procent var det vid mätningen 2013. Den skillnad som ändå visas är att 46 procent i årets undersökning svarat det mest positiva svarsalternativet medan motsvarande andel 2013 var 36 procent. Således är Markörs tolkning att inställningen till projektet Hagastaden har förbättrats och att den stora skillnaden är att personer som tidigare var positiva nu är mycket positiva. Den vanligaste motiveringen som ges till varför personerna är positivt inställda till projektet är att Stockholm växer som stad och då behövs fler bostäder, vilket projektet Hagastaden bidrar med. Utifrån att skapandet av nya lägenheter upplevs vara en faktor som ger en positiv inställning till projektet är det ett område som kan vara centralt i kommande informationsinsatser som syftar till att skapa en positiv inställning till projektet. De personer som är negativt inställda till projektet uttrycker i relativt hög grad att deras negativa upplevelse beror



på att det kommer bli ett högre antal boende i området vilket minskar utrymmet per individ. Ord som "trångt" används för att förtydliga upplevelsen. Även att det tillkommer fler nya byggnader och att dessa kommer vara höga bidrar också negativt genom mindre utrymme och mycket skugga över området. Andra resultat som kan kopplas till detta resonemang är andelen som är oroliga över byggnationerna samt anledningarna till denna oro. 17 procent av de intervjuade uppger att de är oroliga över byggnationerna, vilket är en ökning med nio procentenheter sedan 2013. Även om det är färre än var femte person som är orolig bör ändå den förändring som framträder beaktas. Vad är det som gör att oron har ökat? Då de svarande som är oroliga fått motivera sitt svar visas i flera fall liknande motiveringar som framhölls bland de som är negativt inställda till projektet. Det nämns att byggnationerna och inflyttningen av människor kommer minska utrymmet i området, men även andra aspekter som osäkerhet gällande tillgång till skola, vård och omsorg, stadsdelens utformning och utseende samt ökat buller och en sämre boendemiljö nämns i dessa motiveringar. Att det finns en ökad oro för projektet bland de boende är något som Exploateringskontoret tillsammans med andra involverade aktörer kan behöva bemöta och arbeta för att minska. För att inleda ett sådant arbete kan ett bra första steg vara att läsa in sig på samtliga svar i bilaga 2 till denna rapport för att få en större förståelse för vad det finns för faktorer som skapar en oro och en negativ inställning till projektet. Beroende på hur Exploateringskontoret ser på dessa farhågor och åsikter kan givetvis förbättringsarbetet se väldigt olika ut. Om det är en oro för en händelse som Exploateringskontoret vet eller tror kommer inträffa kan informationsinsatser om hur problemet kommer minimeras vara relevanta att genomföra medan om det är en oro som bygger på felaktiga antaganden kan kunskapsförmedling vara lösningen där det centrala i en sådan insats kan vara att belysa hur den slutliga utformningen av Hagastaden kommer vara och vad en sådan struktur kommer innebära. Exempelvis finns det en farhåga om ökat buller. Om detta inte är något som kommer inträffa utan tvärtom minska på grund av överdäckningen kan en spridning av den kunskapen vara effektivt för att minska oron och den negativa inställning som förekommer. Markör vill här framhålla att vi inte har kunskap om bullernivåerna kommer minska efter projektets färdigställande utan detta exempel är endast hypotetiskt.

### **Information**

Det är nästan åtta av tio personer i undersökningen som uppger att de är ganska eller mycket intresserade av information om projektet. Även vid tidigare års mätning var intresset för information relativt högt, men årets resultat visar att intresset har ökat. Det gäller både totalt sett om andelarna som är ganska respektive mycket intresserade av information summeras samt om endast resultaten för de som är mycket intresserade av information tas i beaktan. Det visar alltså att intresset för information har ökat samt att graden av intresse för information har blivit större. Ett resultat som kan vara intressant att sätta i relation till detta är att tre av fyra som tagit del av information om projektet uppger att den varit tillräcklig. Att det finns ett stort intresse för information tillsammans med upplevelsen av att



den information som tidigare förmedlats varit tillräcklig gör att Markörs tolkning är att det höga intresse som finns har inte sin grund i att personerna saknat information utan snarare beror på att de är intresserade av vad som händer och vill följa utvecklingen. Om upplevelsen av informationens tillräcklighet skulle visat på det motsatta, alltså en låg andel som upplevt att informationen varit tillräcklig, skulle det kunna visa på att informationsinsatserna inte varit tillfredsställande och att intresset för information då, till viss del, kunnat ses som en kritik mot att den information som förmedlats inte varit tillräcklig för att de boende ska känna sig informerade.

Gällande informationskanalerna visas att informationsblad direkt hem i brevlådan är den kanal som högst andel hittills erhållit information genom och det är även den kanal som högst andel önskar få information genom framöver. Det är samma kanal som både hade förmedlat information i högst grad och som var önskvärd som kommande informationskanal i den tidigare mätningen från 2013. Således är Markörs huvudsakliga slutsats från dessa resultat att information som skickas direkt hem i brevlådan är den kanal som de boende i området vill ha information genom och samtidigt är det den kanal som också förmedlat information i högst utsträckning. I ett framtida informationsarbete ser Markör således att Exploateringskontoret kan fortsätta använda samma kanaler som vid tidigare informationsinsatser. Att endast fem procent inte tagit del av någon information ser Markör som ett ytterligare bevis på att informationsinsatserna nått fram till de boende i hög grad även om det kan konstateras att andelen som inte fått någon information faktiskt ökat med fyra procentenheter jämfört med den tidigare mätningen.

De boende i området visar på ett relativt högt intresse för flera olika specifika informationsaspekter som efterfrågades. Det största intresset visas för utseende/arkitektur, den tidsmässiga planeringen, miljökonsekvenser av projektet samt betydelsen för trafiken när bygget är klart. Dessa områden kan därmed ses vara prioriterade vid kommande informationsinsatser som riktas mot allmänheten.



### **Framtida arbete**

I denna undersökning framkommer många resultat som kan visa på att det arbete som skett med projektet Hagastaden sedan 2013 framförallt har varit positivt för de boende i områdets upplevelse av projektet. Att den övergripande kännedomen har ökat är kanske inte så konstigt eftersom det pågår byggnationer runt deras bostäder, men att både andelen som är positivt inställda till projektet och att intresset för information om projektet ökat jämfört med tidigare kan visa att det arbete som gjorts haft god effekt. Även om det i nuläget finns en genomgående positiv upplevelse av projektet vill Markör framhålla att det kan vara viktigt att vara vaksamma från Exploateringskontoret och inte utgå från att denna inställning kommer vara bestående utan ytterligare insatser. Att däremot fortsätta arbeta enligt samma strukturer som använts de senaste tre åren kan dock vara bra utgångspunkter. Att en klar majoritet av de som tagit del av information upplever att den varit både begriplig och tillräcklig är bra betyg till utformningen på den information som förmedlats och kan även vara ett tecken på att liknande upplägg ska användas även framöver. Även om det finns en nöjdhet med den informationsförmedling som varit finns det samtidigt ett stort intresse för ytterligare information. Det område som högst andel är intresserade av är att se utseendet/arkitekturen och således kan ett prioriterat informationsområde vara att visa fler modeller och/eller bilder av hur Hagastaden kommer se ut då projektet är färdigställt. Det var även den typ av information som högst andel var intresserade av vid den förra mätningen vilket kan visa att om den typen av information har spridits sedan den föregående mätningen så har den inte varit tillräcklig för att dämpa intresset för ytterligare information inom området.



## 5. Markörs sammanfattning

- Nio av tio personer som intervjuats i undersökningen känner till projektet och av de som känner till det är det 79 procent som utan någon information kan ange att den nya stadsdelen som växer fram kommer heta Hagastaden. Då andelen som känner till projektet spontant summeras med andelen som först känner till projektet efter en kort information visas att den totala kännedomen uppgår till 98 procent. I jämförelse med resultaten från 2013 har kännedomen ökat.
- Det finns en genomgående positiv inställning till projektet då nästan åtta av tio uppger att de är ganska eller mycket positivt inställda. I jämförelse med tidigare års undersökning har andelen nöjda ökat något, men mest anmärkningsvärt är att andelen som svarat det mest positiva svarsalternativet (mycket positiv) ökat med tio procentenheter, vilket är en markant förbättring. Den vanligaste motiveringen till den positiva upplevelsen är att det är bra med nybyggnationer eftersom det behövs fler bostäder i Stockholm med omnejd.
- 17 procent uppger att de är oroliga över vilka konsekvenser byggnationerna kommer ha, vilket är en ökning med nio procentenheter sedan 2013. Vanliga svar som ges till varför personerna upplever oro är att utrymmet i området kommer bli mindre då fler personer flyttar dit samt kommer all ny bebyggelse bidra till den upplevelsen. Även höjden på byggnaderna uppges vara oroväckande då de antas skugga området i hög grad.
- Att få information direkt hem i brevlådan är den vanligaste kanal som använts för att förmedla information om projektet till de boende i området och det är dessutom även den kanal som högst andel uppger är önskvärd informationskanal i ett kommande informationsarbete. Endast fem procent har aldrig tagit del av någon information medan en av fem uppger att de inte vill ha någon ytterligare information.
- De personer som har tagit del av information upplever i hög utsträckning att den varit begriplig respektive tillräcklig. I jämförelse med 2013 års undersökning är den största skillnaden andelen som svarat det mest positiva svarsalternativet för dessa två frågor då den ökat med 13 procentenheter för begripligheten och 14 procentenheter för tillräckligheten.
- Det finns ett fortsatt stort intresse för olika typer av information om projektet Hagastaden där områdets kommande utseende/arkitektur är det som högst andel är intresserad av. Även tidplan för projektet samt de miljökonsekvenser som projektet innebär är områden som de boende i området i hög grad är intresserade av.