

Technical University of Denmark



Bæredygtig ejendomsdrift med brug af sociale medier

Knudsen, Helene Hjort; Nielsen, Susanne Balslev

Publication date:
2015

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link back to DTU Orbit](#)

Citation (APA):
Knudsen, H. H., & Nielsen, S. B. (2015). Bæredygtig ejendomsdrift med brug af sociale medier. DTU Management Engineering, Center for Facilities Management.

DTU Library

Technical Information Center of Denmark

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Bæredygtig ejendomsdrift med brug af sociale medier



Helene Hjort Knudsen og Susanne Balslev Nielsen

Titel	Bæredygtig ejendomsdrift med brug af sociale medier
Udgave	1. udgave december 2015
Forfattere	Helene Hjort Knudsen, Arkitekt MAA Susanne Balslev Nielsen, lektor CFM, DTU Management
Grafiker	Karen Krarup
Sprog	Dansk
Emneord	Ejendomsdrift, Facilities Management, sociale medier, interaktive medier
Copyright:	Hel eller delvis gengivelse af denne publikation er tilladt med kildeangivelse
Udgivet af:	DTU Management Engineering, Center for Facilities Management, Bygning 426, 2800 Lyngby.
Støttet af:	Grundejernes Investeringsfond
Rekvireres:	http://www.cfm.dtu.dk
ISBN:	978-87-93130-82-1 (elektronisk udgave)

Forord

Sociale og interaktive medier ændrer måden på, hvordan ejendomsadministratorer og driftsorganisationer kan være i dialog med beboere om boliger og ressourceforbrug. Men i hvilket omfang benytter danske boligadministratorer sociale og interaktive medier i dag? Og med hvilke erfaringer?

Rapporten tegner et øjebliksbillede af driftsorganisationers aktuelle brug af sociale og interaktive medier; og formidler en række eksempler, som måske kan inspirere og kvalificere boligorganisationernes brug af sociale og interaktive medier til gavn for miljøet, beboerne og driftspersonalet.

Projektet er finansieret med støtte fra Grundejernes Investeringsfond og er gennemført i perioden 3. august - 27. november 2015. Projektet er gennemført af Helene Hjort Knudsen, der har været primus motor i projektet fra dets start og til dets afsluttende analyse; mens Susanne Balslev Nielsen har været sparringspartner undervejs.

Tak til alle som har medvirket ved interview, svaret på spørgeskemaet eller kommenteret teksten.

God læselyst!

Per Anker Jensen
Centerleder for Center for Facilities Management

Lyngby november 2015

Indhold

Forord	3	5. Cases - sociale og interaktive medier	40
Indhold	5	5.1 SMS TJENESTER	41
1. Indledning		5.1.1 Frederikshavn Boligforening "Blue Idea"	41
- fra lejer til deltager	6	5.2 APPS DER ANVENDES TIL KOMMUNIKATION	
2. Driftens kommunikation med beboerne om bæredygtig brug af boligen	8	OM EJENDOMSDRIFT	41
2.1 EJENDOMSDRIFT I ALMENE OG PRIVATE BOLIGADMINISTRATIONER	8	5.2.1 Boligforeningen ØsterBO i Vejle	41
2.2 MEDIEBRUG I KOMMUNIKATIONEN MED BEBOERNE	12	5.2.2 DEAS 24-7 APP - kontoret er åbent	41
2.3 KOMMUNIKATION OM BÆREDYGTIG BRUG AF BOLIGEN.....	16	5.2.3 "KAB - "Min Bolig App".....	42
2.4 KOMMUNIKATION MED ENKLE OG VISUELLE MEDIER	21	5.3 APP'S TIL AT SYNLIGGØRE ENERGI OG INDEKLIMA	44
3. Sociale og interaktive medier	23	5.3.1 Privatbo, Wilkenbo på Frederiksberg	44
3.1 HVAD ER SOCIALE MEDIER?.....	23	5.3.2 - 5.3.5 "Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima".....	44
3.2 AFGRÆNSNING - HVILKE SOCIALE MEDIER SER VI PÅ?	26	5.3.2 Boligforeningen Østerbo, Grejsdalsparken i Vejle.....	45
3.3 PÅ SOCIALE MEDIER SKABER BRUGERNE INDHOLD	26	5.3.3 fsb - Solbakken og Birkebo i København	45
3.4 SOCIALE MEDIER KAN UNDERSTØTTE SOCIALE NETVÆRK OG BEBOERDEMOKRATI	28	5.3.4 KAB/ AKB København; Karré 15 Sydhavnen.....	46
3.5 EN STRATEGI OM AT VÆRE TIL STEDE PÅ SOCIALE MEDIER.....	31	5.3.5 Boligselskabet Fruehøjgaard; Brændegårdsparken i Herning	46
3.6 SOCIALE OG INTERAKTIVE MEDIERS MULIGHEDER FOR AT UNDERSTØTTE DRIFTEN.....	32	5.3.6 ICMeter - dynamisk varmeregnskab med fokus på indeklima.....	47
3.7 UDFORDRINGER VED BRUG AF SOCIALE MEDIER.....	34	5.3.7 BDK - Årshjulet + SMS og Direct Mail	48
4. Konklusioner og perspektivering	37	5.3.8 Frederikshavn Boligforening, www.God Bolig Energi.dk	49
		5.4 FACEBOOK SIDER OG GRUPPER.....	51
		5.4.1 Lejerbo - Facebook, Twitter og YouTube.....	51
		5.4.2 KAB og AKB København - Facebook og en palet af medier.....	52
		5.5 VIRTUELLE COMMUNITIES	54
		5.5.1 BKÅ portalen - netværk for folkevalgte i Boligkontoret Århus.....	54
		5.5.2 Borigo - Virtuel Community - som socialt intranetmedie.....	55
		5.5.3 Digitale afdelingsmøder med "Puls"	62
		5.6 WEBSIDER MED SOCIAL-MEDIA FEATURES	64
		5.6.1 Prosedos foreningswebsider - Boligexperten	64
		Bilag A: Problemformulering og metode	66
		Bilag B: Informanter kvalitative interviews	69
		Bilag C: Referencer	70
		Bilag D: Den almene og den private boligsektor	71

1. Indledning - fra lejer til deltager

Dette projekt er gennemført af DTU med støtte fra Grundernes Investeringsfond, og har haft som formål at beskrive State of the art for brugen af sociale og interaktive medier i bæredygtig ejendomsdrift. På baggrund af interviews med repræsentanter fra almene og private boligorganisationer har vi indkredset, hvilke temaer, boligorganisationerne lægger vægt på i kommunikationen med beboerne om bæredygtig brug af boligen. Vi har fået indsigt i, hvilke medier, der anvendes i kommunikationen, og hvilke aktører, der varetager kommunikationen. Og vi har fået informanternes vurdering af, hvilke muligheder og barrierer, de ser for brugen af sociale og interaktive medier i kommunikationen med beboerne om deres brug af boligen. I kapitel 2 og 3 redegøres for resultaterne af interviewundersøgelsen og den supplerende spørgeskemaundersøgelse. Se bilag A.

Projektet tager udgangspunkt i det forhold, at boligsektoren tegner sig for en betydelig andel af det samlede energiforbrug og CO₂ belastning, og at det derfor har betydning at give beboerne viden om, hvordan deres adfærd kan påvirke energiforbruget og CO₂ belastningen. Byggeriet tegner sig i Europa og i Danmark for 40% af landets samlede energiforbrug, og 30% af det samlede energiforbrug anvendes til elektricitet og opvarmning i private hjem. Det svarer til ca. 12% af CO₂ belastningen fra det samlede energiforbrug i Danmark [1]. I forlængelse heraf beskrev den forrige regering i maj 2014 følgende indsatsområde som et af seks overordnede energipolitiske indsatsområder til gennemførelse af energirenovering: "Der skal opretholdes et højt vidensniveau og bevidsthed om energi hos bygningsejere og brugere via information" [2].

Nye undersøgelser, bl.a. fra SBI [3] viser, at energiforbruget i nybyggede og renoverede boliger af samme type og beliggenhed kan variere med en faktor 2 - 3 afhængigt af brugeradfærd. Det betyder, at energimæssigt optimerede nybyggerier og energirenoveringer sjældent opnår de beregnede energiforbrug eller energibesparelser. Et af problemerne er, at f.eks. energiberegningsprogrammet BE10 sætter nogle forudsætninger om indeklimaforhold, som ikke stemmer overens med beboernes valg af rumtemperatur, grad af udluftning mv. Det viser sig desuden, at

beboernes komfortbehov ifølge SBI's undersøgelser ændrer sig, når boligen bliver lettere at opvarme.

Kommunikationen mellem ejendomsdriften og beboerne i beboelsesejendomme synes væsentlig for beboernes brug af boligen og deres viden om bæredygtig brug, og i den sammenhæng giver sociale og interaktive medier boligorganisationen eller ejendomsadministrationen nye redskaber i kommunikationen. Vores undersøgelse bekræfter, at begge forhold gør sig gældende. I afsnit 6 redegør vi for en række cases og projekter, vi er blevet gjort opmærksomme på gennem litteraturstudier og interviews. Boligorganisationerne har blandt andet taget webmedier og applikationer i brug til synliggørelse og visualisering af energiforbruget med henblik på at påvirke beboernes adfærd. Andre boligorganisationer har udviklet mobilapplikationer og websider, der giver beboerne nye muligheder for at være i kontakt med boligorganisationen, driften og administrationen.

Bæredygtig ejendomsdrift skal forstås som en betegnelse for de tiltag boligorganisationerne tager med henblik på at inddrage energi- og miljøhensyn i den daglige drift af en ejendom. Det vil f.eks. være tiltag, der knytter sig til ejendommens energistyring samt overvågning af CTS anlæg, el, vand og varmeregnskaber, grønne regnskaber, synliggørelse af forbrug og dialog med beboerne om deres brug af boligen. Med reference til den bredere forståelse og definitioner af bæredygtighed, der knytter sig til Green Building Council's DGNB ordning for byggeri og renovering, har boligorganisationerne også øje for boligbebyggelsens sociale og økonomiske bæredygtighed.

I dette projekt har vi spurgt til, hvilke energi- og miljøaspekter vores informanter lægger mest vægt på i deres konkrete kommunikation med beboerne og drift af boligerne. I det bredere bæredygtigheds perspektiv vægter de almene boligorganisationer også beboernes demokratiske deltagelse og medvirken i beslutningsprocesserne omkring f.eks. "afdelingsmødet", og vores cases beskriver brugen af medier, der kan udvide deltagelsen og engagementet. Samtidig har både de almene boligorganisationer og de private ejendomsadministrationer overordnede målsætning

ger om at understøtte beboernes generelle trivsel, tryghed, sikkerhed, sociale aktiviteter og fælles liv i boligområdet. Det gøres blandt andet ved at tilbyde sociale og interaktive medier, der giver beboerne mulighed for at lære hinanden at kende på tværs af boligafdelingen, andels- eller ejerforeningen. Boligorganisationerne arbejder desuden med energistyring, grønne regnskaber og totaløkonomiske betragtninger.

Der er et grundlæggende behov for at sikre en bedre overlevering af et nybyggeri eller en renovering til driftsorganisationen, så ejendomsdriften og slutbrugerne ved, hvordan de bruger bygningen mest ressourceeffektivt. AFTER projektet, der er gennemført i samarbejde mellem Boligselskabernes Landsforening, Arkitektskolen Aarhus og Foreningen Bæredygtige Byer og Bygninger, og afsluttet med en rapport i 2014 [4], satte fokus på denne overlevering, og projektet peger på væsentlige potentialer for energibesparelser, når der sættes fokus på ibrugtagningen og driften af bygningen efter aflevering af et nybyggeri eller en renovering. Et delprojekt i Tjekkiet opnåede en energibesparelse på forbruget til opvarmning og varmt vand på 11,7% på baggrund af implementeringen af en webportal og intelligente målere til synliggørelse af forbrug koblet til en kampagne og personlig rådgivning [5].

En stor del af lejerne er motiverede for energibesparelser, viser beboerundersøgelsen "Energirenovering for lejere", der er udarbejdet i regi af BoEnergiNet, der er et initiativ mellem Bygherreforeningen, Ejendomsforeningen Danmark og BL AlmenNet [6]. Initiativet er udmøntet i en fælles handlingsplan for energirenovering på tværs af den almene og private boligsektor, som har fastlagt femten forskellige initiativer med henblik på at understøtte energirenovering af almene og private lejeboliger.

Også rapporten "Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklime" fra september 2015 [7] sætter fokus på lejernes ressourcer og motivation for at ændre adfærd. Med en antropologisk vinkel understreger Alexandrainstituttet og Energi og Miljø, der har udarbejdet rapporten, vigtigheden af at have forståelsen for, at målgruppen ikke oplever sig

selv som energiforbrugere, men at energiforbruget ligger skjult bag hverdagens handlinger, som eksempelvis tøjvask og madlavning eller det at have en behagelig temperatur i hjemmet.

Respondenterne, som vi har talt med, giver udtryk for, at der sker en øget digitalisering af ejendomsdriften. I forlængelse af den nye målerbekendtgørelse, der kom i 2014, forbereder boligorganisationerne sig på at øge digitaliseringen af målere og CTS systemer. I takt med den naturlige udskiftning af eksisterende målere, vil der således indenfor en overskuelig årrække være digitale målere i en større andel af boligmassen. Adgangen til digitale data for energiforbrug og indeklime vil lette boligorganisationerne i arbejdet, når de ønsker at synliggøre energiforbruget for beboerne, som et led i dialogen om boligernes energiforbrug og indeklime.

Flere respondenter understreger, at kommunikationen med beboerne ikke skal ske på en formynderisk måde og med en løftet pegefinger. De tager afstand fra den type "top-down" information fra boligorganisationerne til beboerne, som handler om, at: "Vi fortæller jer, hvad I skal gøre". Med dette projekts cases om brug af sociale medier, gives således også eksempler på, hvordan nye sociale og interaktive medier kan understøtte, at kommunikationen i stedet sker på beboernes initiativ, nedefra og op. Her understøtter medierne beboernes øgede deltagelse og engagement i udviklingen af boligområdet. Disse medier understøtter ikke alene kommunikationen mellem enkeltindivider, men i højere grad mellem de netværk, der eksisterer og opstår på tværs af beboerne i boligområdet. Beboere ses her som deltagere i fællesskabet om at bo, og denne rapport vil i konklusionen i Kapitel 6 åbne for perspektivet, at sociale medier kan understøtte beboernes fælles praksis om bæredygtig brug af boligen og boligområdet.

2. Driftens kommunikation med beboerne om bæredygtig brug af boligen

Det overordnede formål med projektet er som nævnt at undersøge, hvordan almene og private boligorganisationer anvender sociale og interaktive webmedier i kommunikationen med beboerne om deres bæredygtige brug af boligen. Kapitel 5 beskriver en række cases om brug af sociale og interaktive medier.

I dette kapitel redegøres for konteksten omkring kommunikationen. Hvad kendetegner boligorganisationens øvrige kommunikation med beboerne, og hvilke medier indgår i kommunikationen? Hvilke forhold finder respondenterne fra de private ejendomsadministrationer og de almene boligorganisationer har væsentlig betydning for kommunikationen, og hvilke områder indenfor bæredygtig ejendomsdrift, har respondenterne primært fokus på at involvere beboerne i.

Redegørelsen baserer sig på interview med kommunikationschefer og ledende medarbejdere i fire store almene boligadministrationer og tre store private ejendomsadministrationer. Desuden har vi fået uddybende information gennem en spørgeskemaundersøgelse, hvor 10 større almene boligorganisationer og 10 private, fortrinsvis store og mellemstore ejendomsadministrationer, har besvaret undersøgelsens hovedspørgsmål.

SBi-rapporten "Miljøstyret bygningsdrift i danske boligejendomme" [8] redegjorde i 2008 for behovet for at have et øget fokus på mulighederne for at styrke driften i almene og private boligejendomme med henblik på at understøtte miljøstyret bygningsdrift. Driften er her de ejendomsfunktionærer, som enten er tilknyttet de enkelte ejendomme eller boligafdelinger/ bebyggelser, eller er tilknyttet områdekontorer, der varetager driften af ejendommene. Rapporten konkluderer, at ejendomsfunktionærerne kan betragtes som en vigtig ressource og som mulige ambassadører, når der skal iværksættes en energi- og miljøindsats i ejendommene.

De respondenter fra almene boligorganisationer og private boligadministrationer, vi har talt med, giver samstemmende

udtryk for, at den primære kommunikation med beboerne om driftsspørgsmål varetages af den lokale drift. Særligt i den almene sektor betragtes den lokale ejendomsfunktionær som en vigtig nøgleperson i kommunikationen med beboerne. De private boligadministrationer har i højere grad en kontaktflade til ejerne og bestyrelserne i de administrerede udlejningsejendomme samt andels- og ejerforeninger, og de har ikke nødvendigvis et ledelsesansvar for servicemedarbejderne på ejendommene.

2.1 EJENDOMSDRIFT I ALMENE OG PRIVATE BOLIGADMINISTRATIONER

Undersøgelsen vedrører boligejendomme, herunder almene boliger, det vil sige almene boligafdelinger/ bebyggelser, der udgør selvstændige økonomiske enheder, og boliger på det private ejendomsmarked, det vil sige andelsboligforeninger, ejerforeninger og private udlejningsejendomme. Vi har afgrænset os fra at se på grundejerforeninger, da disse i højere grad er selvforvaltende og selv varetager ejendomsservicen i boligområdet. I Bilag A redegøres for boligmassens fordeling på henholdsvis den almene og den private boligsektor.

BL AlmenNet og Boligkontoret Danmark har udarbejdet "AlmenVejledning i en innovativ vej til effektiv drift" [9], der lister følgende fire forskellige former for organisering af ejendomsdriften i almene såvel som private boligadministrationer:

Model 1: Afdelingsopdelt drift, hvor driften er tilknyttet den enkelte boligafdeling med et lokalt ejendoms kontor.

Model 2: Fællesdrift - hvor der er fælles ejendoms kontorer som flere afdelinger deler, men stadig i lokalområdet.

Model 3: Teamopdelt drift – hvor driften er opdelt i geografiske eller faglige teams der betjener flere afdelinger.

Model 4: Facility Service modeller – hvor ejendomsservicen styres fra et centralt Call Center.

Med udgangspunkt i disse modeller redegør vi i det følgende indledningsvis for, hvad der karakteriserer ejendomsservicen hos de almene og private boligorganisationer, der indgår i denne undersøgelse.

2.1.1 Ejendomsdrift i almene organisationer

Størsteparten af de almene boliger administreres af store boligadministrationer, der har fælles administration for et antal boligorganisationer, der igen har opført en række boligbebyggelser, som er karakteriseret ved at være afgrænsede og selvstændige boligafdelinger med egen økonomi. Større boligselskaber som fsb har egen administration, mens mindre boligselskaber i udstrakt grad er gået sammen med andre om at være del af en større fælles almen boligadministration. Når et alment boligselskab er knyttet til en større boligadministration, varetager boligadministrations-selskabet som regel også ledelsen af ejendomsfunktionærerne, selvom de er ansat direkte hos boligselskabet.

Blandt almene boligadministrationer har vi gennemført interview hos KAB med 50.000 boliger, Domea med 42.000 boliger; Lejerbo med 42.000 boliger og Boligkontoret Danmark med 32.000 boliger. Vi har også gennemført interview i to boligorganisationer, der administrerer sig selv: Boligkontoret Aarhus med 5.600 boliger og Frederikshavn Boligforening med 3.500 boliger. Desuden har vi udsendt et spørgeskema til 14 større almene boligorganisationer og boligadministrationer. Ti af disse organisationer har svaret på spørgeskemaet, og fordeler sig med:

- 1 boligselskab, der administrerer mellem 2.000 og 5000 boliger
- 6 boligselskaber, der administrerer mellem 5.000 og 10.000 boliger
- 3 boligselskaber/ boligadministrationer, der administrerer mere end 10.000 boliger

Driftsorganisationen er i de store almene boligadministrationer administrativt understøttet af afdelinger og stabsfunktioner, som varetager udlejning, huslejeopkrævninger, budgetter og regnskaber, byggeri og renovering, energi og miljø samt udvikling og kommunikation. I de almene boligorganisationer, der er indgået i interviewundersøgelsen, er driften af organiseret således:

Domea: Ejendomsfunktionærerne er ansat hos Domea og er organiseret i 31 servicecentre rundt om i landet. Medarbejderne kører ud i teams i stedet for at være i de enkelte afdelinger. Beboerne ringer ind til en servicekoordinator i servicecentret, hvor en servicekoordinator aftaler tidspunkt for besøg. (Model 4)

KAB: Ejendomsfunktionæren er ansat hos Boligorganisationen, men administreres af KABs kundecentre. Driften er fortrinsvis tilknyttet lokale boligafdelinger og afdelingskontorer, og refererer til en kundekonsulent og kundechef, der er centralt placeret i administrationen. (Model 1 og 2)

Lejerbo: Ejendomsfunktionærerne er tilknyttet lokale ejendomskontorer i de fleste større afdelinger, men nogle steder, eksempelvis i Aalborg, går flere afdelinger sammen om driftsfællesskaber med et centralt servicekontor for fem til otte afdelinger. Ejendomsfunktionærerne refererer til en varmemester, der refererer til en lokalinspektør, som er tilknyttet lokale kontorer. (Model 1 og 2)

Boligkontoret Danmark: Ejendomsfunktionærerne er fortrinsvis tilknyttet den enkelte afdeling eller et lokalt kontor i området. De er ansat i boligorganisationen, men administreres fra Boligkontoret Danmarks lokale afdelingskontorer, hvor de refererer til en driftschef, der refererer til en forretningsfører. (Model 1 og 2)

Boligkontoret Aarhus og Frederikshavn Boligforening: Ejendomsfunktionærerne er tilknyttet lokale ejendomskontorer i den enkelte boligafdeling. De refererer til en inspektør i teknisk afdeling. Der lægges stor vægt på ejendomsfunktionærernes service og uddannelse. (Model 1)

Blandt de almene organisationer, der har besvaret spørgeskemaundersøgelsen, er der kun i en enkelt af de større boligadministrationer etableret et egentligt Call-center, der varetager fordelingen af ejendomsfunktionærernes opgaver. I de øvrige er ejendomsfunktionærerne overvejende tilknyttet en enkelt boligafdeling (i tre boligselskaber gælder det for 75% - 100% af afdelingerne) eller et områdekantor, som flere afdelinger deler (i tre boligselskaber gælder det for 75% - 100% af afdelingerne). Direktøren i en af de store almene boligadministrationer giver udtryk for, at: "Der anvendes flere modeller, afhængig af størrelsen på de administrerede ejendomme. Tendensen går i retning af etablering af driftscentre og samdrift af forskellig art."

Konkluderende kan man sige, at selv om tendensen går i retning af driftscentre og samdrift, er der i de almene boligorganisationer, vi har været i kontakt med, stadig en stor overvægt af organisationer, der har organiseret ejendomsdriften omkring den lokale boligafdeling, enten med kontorer i bebyggelsen eller med områdekantorer, som flere

afdelinger deler, men som er placeret i nærområdet. Det giver ejendomsdriften mulighed for at have et godt kendskab til boligafdelingen, bygningernes vedligeholdelsesstand og beboerne.

2.1.2 Ejendomsfunktionæren er en nøgleperson

De almene boligorganisationer, der er indgået i interviewundersøgelsen, fremhæver det personlige møde mellem ejendomsfunktionærerne og beboerne som et vigtigt element i den service, boligorganisationen yder beboerne. I Boligkontoret Aarhus optræder ejendomsfunktionæren som en "butler" i den grafiske formidling på hjemmesiden, og boligorganisationen lægger vægt på, at der opbygges en god og tillidsfuld relation mellem beboeren og ejendommens "vicevært". Ejendomsfunktionæren betragtes som en vigtig kontaktperson for beboerne, og der gøres meget ud af det første møde ved indflytningen. Ejendomsfunktionærerne klædes på til at yde en udstrakt og fleksibel service overfor beboerne.

Kun en enkelt af de ni almene boligorganisationer, der har besvaret spørgsmålet om ejendomsfunktionærernes service overfor beboerne, giver udtryk for, at de ønsker at reducere den tid, ejendomsfunktionærerne anvender på møder og samtaler med beboerne. De øvrige organisationer giver udtryk for, at servicen i boligafdelingerne er "aftalt med bestyrelser og beboere" og, at "ejendomsfunktionærerne anvender den tid, der er nødvendig for at løse opgaverne". Jf. Tabel 1.

Direktøren for en af de store almene boligadministrationer giver som nævnt udtryk for, at boligorganisationen gerne vil begrænse både antallet af møder, breve og telefonsamtaler, og han uddyber det således: "Vi mener, at det er vigtigt med den personlige kontakt og fremmøde, men at der er mange opgaver, der med fordel kan rykkes over

i selvbetjeningsløsninger og kontakt via nettet." I alt fire ud af de ti almene boligorganisationer ønsker at reducere omfanget af breve, der sendes til beboerne.

Afdelingslederen for HR og kommunikation i et af de større almene boligselskaber ser ikke et behov for at begrænse servicen og uddyber det således: "Det er et område, der er under konstant udvikling, da vi skal møde beboerne der, hvor de ønsker det. De seneste år er antallet af mails steget betragteligt, mens der ikke er så mange besøgende på ejendomskontorerne."

I nogle boligselskaber gennemføres der 1:1 servicebesøg i hver eneste bolig i en boligafdeling, hvor ejendomsfunktionærerne aftaler besøg i boligen. Lejerbo gennemfører sådanne servicebesøg, der skal varsles tre gange med seks uger, tre uger og tre dage. Ejendomsfunktionæren foretager registreringer af forhold i boligen på en iPad, og besøget handler også om at få en dialog med beboerne om boligens sundhed og vedligeholdelse. Der foretages en screening af indeklimaet i boligerne, og det registreres, om der er lejligheder med høj luftfugtighed, som kan give risiko for, at lejligheden kan blive inficeret med skimmelsvamp. Besøget kan også medvirke til at forebygge, at beboere får store regninger ved fraflytning. Og det kan sikre, at der ikke er boliger, hvor der er illegale installationer med risiko for brandfare eller vandskader. Nogle steder kan det bidrage til at opdage evt. boligsociale problemer og beboere, som har vanskeligt ved at klare sig i boligen.

En anden væsentlig tendens er ifølge flere respondenter, at ejendomsdriften bliver stadigt mere digitaliseret. Byggeschef Christian Kierkegaard fra Domea forklarer således, at Domea arbejder på at digitalisere så meget som muligt, bl.a. med udvikling af intelligente syn ved fraflytning og digitale syn samt digitalisering af drift- og vedligeholdelsesplaner. Det gør det bl.a. muligt at gruppere bestemte opgaver i

Almene boligadministrationer

Tabel 1:
Hvordan vurderer I ejendomsfunktionærernes kommunikation med beboerne?

Svarmuligheder	Antal af 9 besvarelser
Vi mener, at ejendomsfunktionærerne bruger den tid, der er nødvendig for at løse opgaverne.	8
Vi aftaler ejendomsfunktionærernes serviceniveau med bestyrelserne og beboerne.	8
Vi mener, at de fysiske møder og samtaler er en vigtig del af servicen til beboerne.	5
Vi ønsker at reducere den tid, ejendomsfunktionærerne anvender på møder med beboerne	1
Vi ønsker at reducere den tid, ejendomsfunktionærerne anvender på at tale med beboerne over telefonen.	1
Vi ønsker at reducere den tid, ejendomsfunktionærerne anvender på at sende breve til beboerne.	4
Vi ønsker at reducere det tidsforbrug ejendomsfunktionærerne anvender på at sende mails til beboerne.	0

flere afdelinger og lave entrepriser på tværs af afdelingerne. Næste skridt kunne ifølge Christian Kierkegaard være at udforme en "intelligent boligafdeling" med "intelligente hjem", hvor der er en styring af installationer for el, vand, varme og ventilation samtidig med at beboerne har mulighed for at interagere med installationerne.

Konkluderende betragtes ejendomsfunktionæren i den almene boligsektor som en nøglemedarbejder, og boligorganisationerne prioriterer de fysiske møder med beboerne. Nogle boligorganisationer har fokus på, at undersøge, om det er muligt at begrænse antallet af breve til beboerne.

2.1.3 Ejendomsdriften i private ejendomsadministrationer

I forbindelse med dette projekt er der gennemført interview med tre private boligadministrationer: DEAS, PrivatBo og Boligexperten. Desuden er der sendt et spørgeskema ud til yderligere 15 store og mellemstore samt 20 mindre ejendomsadministrationer. Ti af disse indgår i spørgeskemaundersøgelsen og fordeler sig med fire mindre samt seks store og mellemstore ejendomsadministrationer:

- 2 administrerer under 1.000 boliger
- 2 administrerer mellem 1.000 og 2.000 boliger
- 1 administrerer mellem 2.000 og 5.000 boliger
- 4 administrerer mellem 5.000 og 10.000 boliger
- 1 administrerer over 10.000 boliger

De private ejendomsadministrationer, der indgår i undersøgelsen, varetager alle administration af boligejendomme, overvejende andelsboliger og ejerboliger samt en mindre andel af udlejningsejendomme.

I den private sektor varetages ejendomsadministrationen og ejendomsdriften på mere forskellig vis, alt efter om der er tale om en mindre advokatvirksomhed, der varetager administrationen af nogle få ejendomme, eller om der er tale om større ejendomsadministrationer, som eksempelvis DEAS, hvor der er en stor organisation bag ejendomsfunktionæren.

DEAS: Der er enten fastansatte ejendomsfunktionærer på ejendommen (Model 1), et eksternt servicefirma eller DEAS Facility Service firma (Model 4). DEAS har også ansvaret for de eksterne ejendomsfunktionærer. DEAS eget Facility service firma er organiseret fra et Call Center med 200 ansatte ejendomsfunktionærer. Hertil kommer et arbejdsgiveransvar over for yderligere ca. 700 ejendomsfunktionærer.

Ejendomsadministrationen er understøttet af en forretningsupport, som er opdelt i følgende fire funktioner:

- Administrator, varetager indtægter, varsling af husleje mv.
- Driftschef, der varetager udgifter på ejendommene og de tekniske opgaver på ejendommene.
- Regnskabsansvarlig regnskabschef, der varetager det regnskabsmæssige til kunden
- Kundeansvarlig.

Desuden varetages byggetekniske forhold og energitiltag under andre afdelinger.

Boligexperten: Ejendomsfunktionærene er ansat på ejendommene, og Boligexperten har ikke ansvaret for ejendomsservicen, men samarbejder med de eksterne ejendomsservicefirmaer eller med foreninger, der selv varetager driften. Ejendomsadministrationen varetages af en administrator som har support fra kolleger, der varetager økonomi, bogholderi mv.

PrivatBo: Ejendomsbestyrerne ledes af to ejendomsinspektører, som sidder i PrivatBos administration. Ejendomsbestyrerne er fysisk placeret på de enkelte ejendomme, eller på kontorer, der deles af flere ejendomme i et nærområde. (Model 1 og 2) PrivatBo har desuden en administrativ "boliggruppe", hvor beboerne kan ringe ind med spørgsmål omkring kontrakter, husleje mv., samt en teknisk afdeling, en økonomiafdeling og andre stabsfunktioner, der udgør administrationen.

Kun fem af de ti private boligadministrationer, der har besvaret spørgeskemaet, varetager ansvaret for ejendomsfunktionærene på ejendommene. Det gælder overvejende, at ejendomsfunktionærene er ansat direkte hos ejendommens bestyrelse eller ejer, eller hos en ekstern ejendoms-servicevirksomhed. I de store ejendomsadministrationer gør flere muligheder sig gældende. I modsætning til den almene sektor er den private sektor kendetegnet ved, at ejendomsdriften i højere grad varetages af ejendoms-servicefirmaer, der refererer direkte til bestyrelsen eller ejeren af ejendommen.

Blandt de store ejendomsadministrationer, som varetager ansvaret for ejendomsdriften, er der den samme opfattelse som hos de almene boligorganisationer, at ejendomsfunktionærene er nøglepersoner i kommunikationen med beboerne. Nikolaj Carlsson, teknisk chef hos PrivatBo, giver udtryk for, at det kræver nogle specifikke kompetencer at varetage den funktion. Ejendomsbestyreren skal have et særligt servicegen og menneskekundskab, der betyder, at han møder beboerne i øjenhøjde på en lyttende og imødekommende måde. Samtidig skal han have en håndværksmæssig baggrund, så han kan finde løsninger på de tekniske problemer, beboerne står med. Også Anette Merlin, der er afdelingschef for forretningsupport hos DEAS

giver udtryk for, at ejendomsfunktionærerne er beboernes primære kontakt til organisationen, og at så meget kommunikation som muligt skal foregå ude på ejendommene direkte mellem lejere og viceværterne.

Har I en kommunikationsstrategi for kommunikationen med jeres beboere?



Vi har nogle retningslinjer: Så meget kommunikation som muligt skal helst foregå ude på ejendommene. Direkte mellem lejere og viceværter derude. Vores viceværter løser jo langt størstedelen af de henvendelser, der må være fra lejerne ude på ejendommene. Kommunikationen sker ofte direkte til viceværterne; Anette Merlin, afdelingschef for forretningsupport i afdelingen for investeringsejendomme, DEAS.

Af de ti private boligadministrationer, der indgår i undersøgelsen, er der kun en enkelt, der ønsker at reducere det tidsforbrug, ejendomsfunktionærerne anvender på kommunikation med beboerne. For fem af de adspurgte organisationer er spørgsmålet imidlertid ikke relevant, da de ikke varetager ledelsen af ejendomsfunktionærerne.

Konkluderende kan man sige, at ejendomsdriften i den private boligsektor, i langt højere grad end i den almene sektor, varetages af eksterne servicevirksomheder, som refererer direkte til ejeren af ejendommen eller til ejerforeningens eller andelsforeningens bestyrelse. De større private ejendomsadministrationer, der også varetager ledelsen af ejendomsfunktionærerne, vurderer på linje med de almene boligorganisationer, at ejendomsfunktionærerne er nøglepersoner i kontakten til beboerne, når det drejer sig om brugen af boligen og ejendomsdriften på ejendommene.

2.2 MEDIEBRUG I KOMMUNIKATIONEN MED BEBOERNE

I de store almene boligorganisationer er kommunikationsafdelingerne ofte stabsfunktioner med reference til boligadministrationens administrerende direktør, og de varetager både boligadministrationens interne og eksterne kommunikation. Kommunikationscheferne i de almene boligadministrationer, vi har talt med, giver udtryk for, at kommunikationen primært har fokus på en branding af det at bo alment. Det sker blandt andet ved at dele de gode fortællinger, der både skal understøtte, at beboerne føler sig stolte af at bo alment, og styrke sektoren i forhold til det øvrige boligmarked og tiltrække nye lejere. De private ejendomsadministrationer har også fokus på en branding, der skal sikre og styrke positionen overfor kunderne på markedet, bestyrelserne i de private ejer- og andelsforeninger samt ejendomsejere på det private udlejningsmarked.

Syv af de ti almene boligorganisationer, der har besvaret spørgeskemaet, udsender et trykt nyhedsbrev eller trykt blad til alle deres beboere. Nogle boligorganisationer sender også digitale nyhedsbreve til beboerne, som eksempelvis Lejerbo, der giver beboere mulighed for at oprette en profil på Lejerbos webside og her vælge at få tilsendt et elektronisk nyhedsbrev. Det gælder for tre af de ti boligorganisationer, der indgår i spørgeskemaundersøgelsen.

Ingen af de ti private boligadministrationer, der har besvaret spørgeskemaet, udgiver et trykt eller digitalt nyhedsbrev med beboere som målgruppe.

I højere grad branding end information

Beboerbladene har som primære formål at dele de gode fortællinger om boligområderne. Desuden kan de understøtte kampagner, der understøtter boligorganisationernes overordnede målsætninger, f.eks. kampagner om, at beboerne skal udnytte midlerne på boligens vedligeholdelseskonto til istandsættelse eller vandsparekampagner ol. Beboerbladene kan ifølge Lejerbos kommunikationschef Tine Staun

Private ejendomsadministrationer

Tabel 2:

Howdan vil du karakterisere ejendomsdriften i de boligejendomme, I administrerer? Evt. flere muligheder.

Svarmuligheder	Svar af 10
A: Ejendomsfunktionærerne er ansat direkte hos vores ejendomsadministration.	3
B: Ejendomsfunktionærerne er ansat hos ekstern ejendomsservicevirksomhed.	5
C: Ejendomsfunktionærerne er ansat direkte hos ejendommens bestyrelse eller ejer.	8
D: Vi har ikke ansvar for ejendomsfunktionærerne på ejendommene	5

Pedersen og Boligkontoret Danmarks kommunikationschef Eva Rastén kun formidle generel information, der kan sendes ud til alle de administrerede boligorganisationer. Der er væsentlige individuelle forskelle mellem de forskellige afdelinger, når det drejer sig om driftsspørgsmål. Afdelingerne kan desuden have en vidt forskellig beboersammensætning, og geografisk kan de være spredt ud over landet.



Bladet ["Lejlighedsvis"] er ikke et informationsblad. Det er et koncernmagasin,

Tine Staun Petersen, Kommunikationschef, Lejerbo.

Privatbos kommunikationsmedarbejder, Søren Hjortdal, fortæller om beboerbladet, der udsendes til Frederiksberg Boligfunds ejendomme, at det skal formidle livsstilsstof og historier, som beboerne kan spejle sig i. Det kan være portrætter af naboerne eller fortællinger om spændende projekter, som beboerne er involverede i. Kun i et lille omfang er der tale om information i form af f.eks. gode råd om opvarmning og andre driftsspørgsmål; den form for anvisninger kan beboerne finde på Privatbos hjemmeside. Også Lejerbos kommunikationschef Tine Staun Petersen understreger, at når det kommer til driftsinformation, kan det af og til finde plads i det elektroniske nyhedsbrev til beboerne, men da oftest med en henvisning om at hente mere information på Lejerbos eller boligafdelingens hjemmeside.

KAB's kommunikationschef Anders Tybjerg fortæller, at KAB ud fra ønsket om mere målrettet kommunikation, har planer om at nedlægge KAB's beboerblad "Bedre Boliger". I stedet arbejder kommunikationsafdelingen på at udvikle et magasin med arbejdstitlen: "KAB Indblik", der målrettes til medarbejdere og de beboervalgte bestyrelser. Det skal bruges til at kommunikere de gode fortællinger og eksempler samt vigtige budskaber, der vedrører hele organisationen, f.eks. kampagner. Ved at tage den beslutning, bevæger KAB sig i retning af de private boligorganisationer, som DEAS, DATEA og Boligexperten, der også giver udtryk for, at administrationen fortrinsvis varetager kommunikationen med bestyrelserne, og at de lokale servicemedarbejdere varetager den daglige kommunikation med beboerne:

Seks ud af de ti almene boligadministrationer og seks ud af de ti private ejendomsadministrationer sender et nyhedsbrev til henholdsvis bestyrelserne for boligafdelingerne og bestyrelserne i andels- og ejerforeninger.

Digitale medier understøtter personlig kontakt

I kommunikationen til beboerne vil KAB fremover have øget fokus på at involvere ejendomskontoret og anvende personlig kontakt, hvor ejendomsfunktionærene kan fungere

som KAB's ambassadører over for beboerne, fortæller Anders Tybjerg. KAB har blandt andet et mål om, at bestyrelsernes vurdering af samarbejdet med ejendomslederne og driftslederne/ driftschefer skal være mindst 4 på en skala fra 1 til 5.

Som det fremgår af case 5.2.3 har KAB udviklet mobilapplikationen "Min Bolig App" med målrettet information til beboerne om "Min afdeling" og "Min bolig". Her ligger både information om regler og rammer samt guides med gode råd om, hvad man kan gøre, hvis man støder på et problem i boligen.

'Boligkontoret Danmarks miljøchef Jesper Telcs forklarer i forlængelse heraf, at Boligkontoret Danmarks mål for kommunikationen om miljøspørgsmål er at kommunikere én til én. Det vil sige målrettet kommunikation til ét boligselskab, én boligafdeling eller én beboer. Han fortæller, at Boligkontoret Danmark ønsker at undersøge, hvorvidt boligafdelingernes websider kan understøtte én til én kommunikationen ved, at beboerne kan gå ind på "Min side" og finde specifikke oplysninger om netop "Min bolig".

Også Boligkontoret Århus' kommunikationsmedarbejder Mogens Vindbjerg fremhæver afdelingernes websider som det sted, hvor der kan ligge opdateret information om hvad beboerne "Need to Know", f.eks. information om regler og husordener, langtidspaner, budgetter, regnskaber mv. Boligkontoret Århus har planer om at udvikle nye afdelingswebsider i et system, der er integreret med administrationssystemet.



"Der sendes meget ud pr. mail. Vi vil gerne aflaste mailstrømmen. Det vil man kunne hvis bestyrelserne kan finde det hele samlet et sted." Kommunikationsmedarbejder

Mogens Vindbjerg, Boligkontoret Aarhus.

2.2.1 Interaktive medier er under udvikling

Ni af de ti almene boligorganisationer og syv ud af de ti private ejendomsadministrationer, der indgår i undersøgelsen, vil indenfor de næste 3 år investere i nye webmedier eller applikationer, App's.

Som det fremgår ovenfor, ser boligadministrationerne webmedier og mobilapplikationer som en mulighed for, at stille opdateret viden til rådighed for beboerne, hvorimod de trykte magasiner i højere grad formidler de gode fortællinger om beboerne og boligområdet. Der er også et ønske

hos flere af boligorganisationerne om, at beboerne kan få lettere adgang til data, og via webmedier og App's få øget service fra boligorganisationen. Med Deas 24-7 App (Case 5.2.2) og KABs Min Bolig App (Case 5.2.3) kan beboerne således sende en besked til ejendomskontoret, uafhængigt af kontoret åbningstid, når de står med et aktuelt problem.

Fem af de ti almene boligorganisationer, der indgår i spørgeskemaundersøgelsen, har etableret websider, hvor der er interaktive funktioner som kalender, debatfora, eller en væg til beskeder. SMS tjenester, der kan anvendes til at sende beskeder til beboernes mobiltelefoner, anvendes af 9 af de almene organisationer.

Brug af Facebook og andre sociale medier

Som det fremgår af case 5.3.4 og 5.5.2 har nogle boligorganisationer også fået øjnene op for, at beboernes brug af Facebook-grupper for boligafdelingen giver driften øget viden om beboernes ønsker og krav til boligen og boligområdet. Det er imidlertid kun få boligorganisationer, der bruger denne mulighed.

Fire af de ti almene boligorganisationer, der har besvaret spørgeskemaet, har en strategi for brug af Sociale medier og Facebook. Af disse er tre organisationer til stede på Facebook og den fjerde organisation har følgende begrundelse for deres strategi om ikke at være til stede: "Tilstedeværelse på Facebook er bevidst fravalgt, da vi ikke ønsker at afsætte de ressourcer, der ville kræve at imødegå brok og usandheder". Også direktøren for en af de store boligadministrationer uddyber med en begrundelse for ikke at være til stede på sociale medier: "Vi kommunikerer ikke med beboerne via de sociale medier, da vi ikke mener, at det

er det rette forum at søge løsninger i". Fem almene boligorganisationer svarer, at de er bekendt med, at nogle af deres boligafdelinger bruger Facebook. Brugen af Facebook og andre sociale medier uddybes i kapitel 3.

Fire af de ti private ejendomsadministrationer, der har besvaret spørgeskemaet, har en strategi for brug af sociale medier og webmedier i kommunikationen. Tre private ejendomsadministrationer har egen Facebookside, og syv af organisationerne har kendskab til, at der er boligejendomme, som har deres egen Facebookgruppe. Der er ingen af de ti private organisationer, der anvender mobile applikationer i kommunikationen med beboerne.

Barrierer for brug af sociale medier

Fire af de almene boligorganisationer betragter det som en væsentlig barriere for at anvende interaktive medier i kommunikationen med beboerne, at ikke alle beboere har adgang til internettet. Sprogbarrierer, og beboere som er svage læsere, betragtes kun som en mindre barriere, jf. Figur 4.

De private organisationer finder heller ikke, at det at kommunikere til beboere, som taler flere sprog, og til læsesvage beboere, er væsentlige barrierer for brug af interaktive webmedier. To organisationer vurderer, at det er en betydelig barriere, at de ikke har en medarbejder, der kan varetage kommunikationen på de sociale medier eller interaktive websider. Syv af de ti svarer "ikke relevant" eller kun "i lille grad relevant" til det problem, at "ejendomsdriften ikke har ressourcer og tid til at kommunikere med beboerne på sociale medier". Der er imidlertid en af de mindre private ejendomsadministrationer og en af de største, der finder problemstillingen i relevant i betydelig grad.

Almene boligadministrationer

Figur 4

Er følgende forhold en barriere for at anvende interaktive medier i kommunikationen med beboerne?

Svarmuligheder	Nej, ikke relevant	Ja i lille grad	Ja, i betydelig grad	Ja, i høj grad
Vi har ikke nogen medarbejder i administrationen, der kan varetage kommunikationen på sociale medier.	5	3	0	1
Ejendomsdriften har ikke ressourcer og tid til at kommunikere med beboerne på sociale medier.	3	4	2	0
Lovgivning forhindrer os i at sende information til beboerne via SMS eller mail.	7	2	0	0
Ikke alle beboere har adgang til Internettet.	4	1	3	1
Ikke alle beboere har adgang til SmartPhone eller Tablet.	3	2	3	1
Vi skal kommunikere på mange forskellige sprog.	3	6	0	0
Vi har mange beboere, der er læsesvage.	5	3	1	0

Private ejendomsadministrationer

Figur 3
Er følgende forhold en barriere for at anvende interaktive medier i kommunikationen med beboerne?

Svarmuligheder	Nej, ikke relevant	Ja i lille grad	Ja, i betydelig grad	Ja, i høj grad
Vi har ikke nogen medarbejder i administrationen, der kan varetage kommunikationen på sociale medier eller websider	6	1	2	0
Ejendomsdriften har ikke ressourcer og tid til at kommunikere med beboerne på sociale medier eller websider	4	4	0	2
Lovgivning forhindrer os i at sende information til beboerne via SMS eller E-mail	4	4	1	0
Ikke alle beboere har adgang til Internettet	2	6	0	1
Ikke alle beboere har adgang til SmartPhone eller PC og internet	2	6	0	1
Vi skal kommunikere på mange forskellige sprog	8	1	0	0
Vi har mange beboere, der er læsesvage	9	0	0	0

Øget fokus på digitale medier

De større private ejendomsadministrationer, der indgår i undersøgelsen, nævner flere fordele ved at anvende digitale medier. Nogle finder det "hurtigt og nemt", og de finder, at digitale medier giver "God dokumentation".

Direktøren for en af de større ejendomsadministrationer, som har en strategi for brug af sociale og interaktive medier, finder at: "Fordelene er omfattende og endeløse: Bedre kommunikation og forventningsafstemning, procesunderstøttende, rapportering, øget service mv."

Direktøren for en ejendomsadministration, der administrerer mere end 10.000 boliger, giver udtryk for, at "Der er nok en stigende forventning fra beboerne om, at de kan hente oplysninger via webmedier". Denne ejendomsadministration anvender en webløsning som har bestyrelser som målgruppe, men har ikke kommunikation til beboerne med hverken trykte eller digitale medier. En anden af de mindre private ejendomsadministrationer uddyber, at de anvender Unik Boligs bestyrelsesweb, og at de overvejer at udvide med et BeboerWeb.

Også en anden af de store private ejendomsadministrationer forventer at tage et webbaseret medie i brug ultimo 2015, hvor både bestyrelser, beboere, udlejere og eksterne kan tilgå data. Målet er at digitalisere arbejdsprocesserne både internt og eksternt og at gøre kontoret så papirløst som muligt. Samtidig er det imidlertid holdningen i denne organisation, at: "Apps og sociale medier er som udgangspunkt ikke relevant, da det synes tungt at vedligeholde. Et digitalt medie skal som udgangspunkt kunne erstatte

konventionelle forretningsgange og kommunikationsmåder 1:1, ellers er der ikke vundet noget". En anden mellemstor boligadministration angiver også, at selv om sociale medier er i "tidens ånd", "kan det betyde øget tidsforbrug i kommunikationen, da sociale medier kræver umiddelbar respons på indlæg fra kunder og andre eksterne". Således har ejendomsadministrationerne fokus på, at brugen af sociale og interaktive medier skal være effektiv og rentabel.

Nogle beboere foretrækker digital kommunikation

Rambøll gennemførte i 2012 undersøgelsen: "Energirenovering for lejere - en undersøgelse om lejernes holdninger og adfærd i relation til energirenovering af private lejligheder"[6], som indgår i "Handlingsplanen for energirenovering af lejligheder", der er udviklet i et samarbejde mellem Bygherreforeningen, Ejendomsforeningen Danmark og Boligselskabernes Landsforening, AlmenNet. Undersøgelsen viste, at en stor del af beboerne foretrak at få digital information, men en fjerdedel af beboerne ønsker fortsat at modtage information med et brev eller på de årlige beboermøder.

- 49% foretrækker at modtage elektronisk information (E-mail og internet)
- 25% ønsker at modtage et brev
- 13% foretrækker at få informationen på beboermøder
- 10% foretrækker individuelle samtaler

Undersøgelserne taler således for, at en stor del af lejerne kan nås via elektroniske medier, men at især den ældre del af beboerne over 60 år foretrækker at modtage et brev.

Konkluderende kan man sige, at både private og almene boligorganisationer står overfor en stigende digitalisering, og at der er interesse for at investere i løsninger, der kan gøre forretningsgangene mere smidige og effektive og kan øge servicen ved at lette beboernes adgang til information og kommunikation med administrationen uafhængigt af åbningstider. Særligt i de almene boligadministrationer, som har ansvar for ejendomsfunktionærernes service, som også involverer en omfattende én til én kommunikation, er der interesse for løsninger, der kan understøtte og supplere denne kommunikation og øge servicen. I kapitel 3 uddybes erfaringerne med brugen af sociale og interaktive medier, der er beskrevet i cases i kapitel 5.

2.3 KOMMUNIKATION OM BÆREDYGTIG BRUG AF BOLIGEN

Da dette projekt har et overordnet perspektiv om at undersøge mulighederne for at styrke en bæredygtig ejendomsdrift, har vi også undersøgt, i hvilket omfang boligorganisationerne har mål om at varetage bæredygtig ejendomsdrift med særligt fokus på energirenovering og energistyring.

Ejendomsforeningen Danmark udarbejdede i 2014 strategiundersøgelsen: "Investeringsstrategier og grønne ejendomme" [10], som blandt andet redegør for de private ejendomsinvestorer's grønne initiativer. Denne undersøgelse viste, at samtlige respondenter arbejder med energioptimering af deres ejendomme og at halvdelen af respondenterne havde en CSR/ bæredygtighedsstrategi. Men kun en tredjedel af investorerne benchmarker energiforbruget i ejendommene. En anden undersøgelse fra 2013 om renovringsbehovet blandt ABF's medlemsforeninger viser, at 87% af de 855 andelsforeninger, der har deltaget i under-

søgelsen, finder det vigtigt, at deres renoveringer også fører til et mindre energiforbrug og et bedre indeklima.

Alle de store almene boligadministrationer, vi har talt med, har strategier for bæredygtighed og energirenovering. Blandt respondenterne i spørgeskemaundersøgelse har otte af de ti mindre og mellemstore almene boligorganisationer en strategi for energirenovering, og fem af disse har også en CSR eller bæredygtighedsstrategi. Alle ti organisationer varetager løbende tilsyn med varmeanlæggene. Af disse er der imidlertid kun fire organisationer, der har en strategi for energistyring i deres ejendomme og fem, der har en løbende dialog med driften om deres CTS styring af anlæggene. Syv organisationer overvåger udsving i el-, vand- og varmemeforbrug. Men kun én af de organisationer, der har svaret på spørgeskemaet, har en strategi for at påvirke beboeradfærd. Der er dog seks af disse organisationer, der informerer beboerne om deres muligheder for at spare på el-, vand- og varmemeforbrug. Samtlige boligorganisationer finder det vigtigt at informere beboerne om indeklima og fugtforhold i boligen.

De private ejendomsadministrationer varetager i mindre omfang energistyring og bæredygtig ejendomsdrift. Fire af de større eller store ejendomsadministrationer svarer "ikke relevant", eller "Nej vi har ikke en strategi vedrørende energibesparelser, CSR eller bæredygtighed." Vores vurdering er på den baggrund, at det kun er nogle af de større private ejendomsadministrationer, som eksempelvis DEAS og Privatbo, der varetager energirenoveringer og energistyring på ejendommene. Denne vurdering bygger også på konklusionerne i rapporten Miljøstyret Bygningsdrift i danske boligejendomme fra 2008, hvoraf blandt andet fremgår, at: "Private andelsboliger, ejerboliger og privat udlejning er præget af mange små ejendomme, og ligeledes er de private administratorer mange og små, med administration som deres primære kompetenceområde; meget få tilbyder bygningsmæssige kompetencer og endnu færre miljødelser."

Almene boligadministrationer

Figur 5:
Har jeres organisation en strategi for at opnå energibesparelser i boligafdelingerne?

Svarmuligheder	Antal af ti
Ikke relevant	0
Ja, vi har en strategi for energirenovering af vores ejendomme	8
Ja, vi har en strategi for energistyring af vores ejendomme	4
Ja, vi har en strategi for at påvirke beboeradfærd	1
Ja, vi har en CSR eller bæredygtighedsstrategi	5
Nej vi har ikke en strategi vedrørende energibesparelser, CSR eller bæredygtighed.	2

Almene boligadministrationer

Figur 6:
Varetager jeres ejendomsadministration en eller flere af følgende opgaver?

Svarmuligheder	Antal af ti
Dialog med ejendomsdriften om deres CTS styring af anlæg.	5
Løbende tilsyn med og optimering af varmeanlæg.	10
Overvågning af udsving i el, varme og vandforbrug.	7
Information ved udsendelse af forbrugsregnskaber.	6
Information om beboernes muligheder for at spare på el-, vand- og varmekonsum.	6
Information om grønne regnskaber.	1
Information om indeklima og fugt i boligen.	10

Beboerne beder om gode råd

Boligkontoret Danmark har på en workshop haft en dialog med 120 afdelingsbestyrelsesmedlemmer om deres ønsker til kommunikationen om energi og miljø. Bestyrelserne gav udtryk for, at de gerne vil have administratorerne til at tage ansvar for, at beboerne får den nødvendige information om korrekt adfærd eller god brug af boligen. Hvis der er behov for, at boligerne og beboerne bliver monitoreret på en måde, hvor driften har adgang til data for el, vand og varmekonsum, så er det blot et spørgsmål om, at indhente tilladelsen til at monitorere forbruget i de pågældende afdelinger.



Den overordnede tilbagemelding fra bestyrelserne er: Vi er jo ikke professionelle, vi ved jo ikke, hvornår vi har en forkert adfærd. Og i bund og grund, så vil vi jo gerne have, at I som de professionelle administratører tager ansvaret;

Jesper Telcs, miljøchef Boligkontoret Danmark.

I forlængelse heraf viser også rapporten fra IC Meter/ Exergis forsøg med dynamiske varmeregnskaber i to boligafdelinger, at ejendomsfunktionærerne har en vigtig rolle i formidlingen omkring, hvordan beboerne kan have en hensigtsmæssig adfærd, der sikrer et godt indeklima i boligen som i forsøget er afspejlet i en grøn smiley [11].



"Afdelingens driftspersonale spiller en central rolle, når konceptet skal introduceres til at besvare spørgsmål og fastholde interessen over tid. Interviewundersøgelserne dokumenterer et behov for supplerende information og faglig vejledning og ikke mindst konkrete anvisninger omkring brugsadfærd."[11]

Der kan være behov for ekstern rådgivning

Energitjenesten København og Vedvarende Energi København, VEKBH, har erfaringer med at kommunikere om energi- og miljøtiltag med driften i almene boligafdelinger og andelsforeninger. Ann Vikkelsø, energirådgiver og sous-chef hos VEKBH opsummerer på baggrund af erfaringerne fra denne rådgivning, at:

- der er stor forskel på, hvor meget erfaring den lokale drift har med at styre energiforbruget og justere CTS anlæggene.
- VEKBH ofte kan pege på forslag, der ikke er nævnt i energimærket. F.eks. hvis vaskemaskinerne i vaskeriene er forberedt til at køre med varmt vand, men er koblet på det kolde vand.
- den lokale ejendomsdrift nogle gange har fokus på nogle tiltag, der ikke batter så meget, mens de overser oplagte lavthængende frugter eller energitiltag, der giver store besparelser med god rentabilitet.
- der kan være tiltag, som den lokale drift har forsøgt at rejse overfor bestyrelsen, driftslederen eller driftschefen, som de ikke er lydhøre for.

Konkluderende kan man sige, at organiseringen af ejendomsdriften har stor betydning for, om der er lokale ressourcer til at varetage kommunikationen med beboerne med henblik på at opnå energibesparelser, godt indeklima og en hensigtsmæssig brug af boligen. I nogle afdelinger, som hos Frederikshavn Boligforening, som har et stort fokus på energistyring, og hvor man gør meget ud af efteruddannelse, er driften bedst klædt på til at varetage opgaverne. I andre almene boligorganisationer, hvor ejendomsfunktionæren skal varetage alle opgaver i en afdeling, og i mindre private ejendomsadministrationer eller ejendoms-servicevirksomheder, der varetager ejendoms-service i private ejerforeninger og andelsforeninger, kan der være behov for efteruddannelse af ejendomsfunktionærerne og

servicemedarbejderne, eller det kan være relevant at søge ekstern rådgivning, når det handler om energistyring og dialog med beboerne om bæredygtig brug af boligen.

Her er det relevant at rejse spørgsmålet om, hvorvidt sociale og interaktive medier kan understøtte ejendomsdriften i formidlingen af information til beboerne om god brug af boligen. Afsnit 3 behandler dette spørgsmål. I det følgende opridser vi indledningsvis nogle af de forhold, respondenterne lægger vægt på i kommunikationen med beboerne og bæredygtig brug af boligen.

2.3.1 Kommunikation og videndeling i netværk

Som nævnt ovenfor har bestyrelser for både andelsforeninger og almene boligorganisationer og boligafdelinger et ønske om, at administrationen rådgiver dem om god brug af boligen. I de enkelte private ejendomme eller almene afdelinger vil der imidlertid være stor forskel på, hvor motiverede lejerne er for at agere, hvis de får information om bæredygtig brug af boligen.

Førnævnte undersøgelse: "Energireovering for Lejere" [6] fra 2012 viser, at halvdelen af lejerne vil være villige til at acceptere en huslejeforhøjelse, hvis deres ejendom blev energireoveret. 55% af disse angiver økonomiske besparelser som den væsentligste årsag til at spare på energiforbruget. Andre 40% angiver "det at skåne miljøet" som den væsentligste årsag. 89% vil acceptere en husleje stigning i en kortere (3 år) eller længere periode (5 år og mere). Og 41% vil acceptere en huslejestigning på 5-9%, mens 23% vil acceptere en stigning over 10%. Undersøgelsen viser desuden, at 57% af respondenterne i nogen grad eller i høj grad forventer, at de vil ændre adfærd, hvis de bliver gjort opmærksomme på, at deres energiforbrug er højere end a-conto forbruget eller forbruget i tilsvarende lejemål. Det er den samme gruppe, der vil være interesserede i at indgå frivillige aftaler om energiforbedringer mod huslejestigninger.

Der er således en betydelig andel af lejerne, der ønsker at reducere deres energiforbrug, og er villige til at betale til reovering over huslejen. Når det overordnede mål for driften er at give beboerne bedre information om energi- og miljø og bæredygtig brug af boligen, er det imidlertid vigtigt at have for øje, at man ikke når ud til alle beboere og slet ikke igennem et enkelt medie. De færreste beboere læser alt, der kommer ind ad døren, og nogle vil måske have et ønske om at få "Hands on" eller at drøfte muligheder på et møde. Der vil også være mange beboere, der slet ikke er motiverede for at søge viden om deres energiforbrug. Og mange, som ikke handler på det, de ved.

Der er stor enighed blandt informanterne om, at driften ikke skal møde beboerne med løftede pegefingre og en formynderisk tone. I stedet skal driften have fokus på at give beboerne mulighed for at træffe bevidste valg omkring komforten i deres bolig og omkring energibesparelser.



Hvordan kan vi sikre, at beboerne har de rette værktøjer, har den rette viden om den rette energiadfærd. Vi vil gerne have at beboerne enten foretager et bevidst tilvalg eller et bevidst fravalg - f.eks. af temperatur i boligen mv. Sådan at adfærden ikke er baseret på, at de ikke har viden;

Jesper Telcs, miljøchef i Boligkontoret Danmark.

Informationskampagner har flyttet sig fra primært at være understøttet af massemedier over mod at være båret af en flerspektret og flermedieret kommunikation, der understøtter læring og videndeling i netværk, og information, der i højere grad er målrettet til den enkelte og til den lokale kontekst i tid og sted, der knytter sig til borgernes konkrete praksisser [12]. I henhold til Windahl m.fl. bygger netværksteorien bl.a. på det forhold, at information spredes i netværk fra såkaldte "firstmovers", "opinion leaders" eller "rollemodeller" til deres kontakter i netværket og derfra videre. Der sker en gensidig videndeling og forhandling af mening over tid. [13]



Det er vigtigt ikke kun at nå ud til dem, der er meget interesserede. Men nogle kan være rollemodeller for andre. F.eks. beboerformanden, bestyrelsen og miljøgruppen. Indvandrerkvinderne kan have et socialt fællesskab, der kan være understøttende;

Ann Vikkelsø, energirådgiver, VE København.

Empowerment dækker det perspektiv, at beboerne tager ejerskab og del i de beslutninger der vedrører boligområdet. I et kommunikationsperspektiv handler det ifølge svenske forskere Thunberg m.fl. [13] om, at 1) individer udtrykker sig med den hensigt at skabe en identitet, 2) at de ved at kommunikere med hinanden udvikler en oplevelse af fællesskab, 3) at de deler information i netværk og derved øger deres viden 4) og at kommunikationen fører til fælles handling, der forbedrer situationen for både individer og grupper af borgere.

Tre af rapportens cases [6.4.2, 6.5.2 og 6.5.3] viser, hvordan sociale medier som Facebook, Borigo/ 8-book og Puls kan understøtte virtuelle communities i lokale boligområder - det kan være fælles for en ejendom, andelsforening, ejerforening, grundejerforening eller almen boligforening.

Kapitel 3 beskriver, hvordan sociale medier og virtuelle communities har potentiale for at understøtte beboernes øgede deltagelse og fælles praksis.

2.3.2 Beboernes engagement og ressourcer skal understøttes

Det forhold, at "Der er meget andet end viden, der påvirker, hvordan vi mennesker forbruger energi", redegøres der også for i rapporten "Proaktiv Energiadfærd i den Almene Boligsektor", som Alexandra Institutet og Energi og Miljø udgav i september 2015 [7]. Energi og Miljø er en energivejledningsorganisation for en række almene boligselskaber med i alt 70.000 boligenheder. Udgangspunktet er en evaluering af fire cases om synliggørelse og visualisering af energiforbrug overfor beboerne ved hjælp af bl.a. Apps og digitale skærme samt en række øvrige virkemidler. Evalueringen blev gennemført på baggrund af kvalitative interview med beboere i de fire almene boligafdelinger, og rapporten kan downloades på Alexandra Institutets webside: <http://alexandra.dk/dk/cases/proak-proaktiv-energiadfaerd>

Rapporten redegør for, at flere af tiltagene/indsatserne er baseret på en forsimplet forståelse af, hvad det betyder at give information. Det, at der bliver stillet information til rådighed, fører ikke nødvendigvis til ny viden hos beboerne, og ny viden bliver ikke nødvendigvis sat i handling. Beboere forstår ikke sig selv som energiforbrugere, men opfylder blot nogle behov, og de handlinger fører til energiforbrug. Energiforbruget er således ikke synligt for beboerne, det er en afledt effekt af en handling. Rapporten tager udgangspunkt i en praksisteoretisk tilgang, hvor energiforbrug forstås som en konsekvens af beboernes daglige praksisser, der handler om f.eks. at lave mad, vaske og tørre tøj, se fjernsyn mv. Når beboerne vasker tøj eller tænder lys, er det afledte energiforbrug et skjult forbrug. Således argumenteres for, at boligorganisationerne skal flytte fokus fra tekniske løsninger over på beboernes praksis og at det har afgørende betydning, at boligorganisationerne har et godt kendskab til målgruppen i den konkrete boligafdeling.

Rapporten fremdrager en række konklusioner vedrørende målgruppens motivation, ressourcer og incitament:

- Mangler beboerne ressourcer og engagement, kan det være vanskeligt at motivere for energibesparelser.
- Særligt i den almene sektor er der nogle beboere, som er meget dårligt stillede, og de har ikke ressourcer til at se på energiforbrug.
- Forholdet til boligselskabet, og beboernes vurdering af bebyggelsens kvalitet, har betydning.

Om beboernes incitament for at spare energi, konkluderer rapporten, at:

- Økonomi og sundhed er mere motiverende for beboerne end miljøhensyn
- Det er motiverende at anerkende de tiltag beboerne allerede gør.
- Der er behov for konkret viden, råd og vejledning om, hvad man kan gøre som beboer.

Ovenstående parametre vil have betydning for, om der er barrierer eller muligheder for succes ved at iværksætte en energisparekampagne i en boligafdeling. Der vil desuden være parametre, der knytter sig til bygningens tilstand, økonomien i boligafdelingen mv.

Mikkel Jungshoved fra DriftNet hos BL, Danmarks Almene Boliger giver udtryk for, at branchen er opmærksom på, at beboernes ressourcer og motivation har stor betydning for de resultater, man opnår ved en energireovering, og de indsatser, boligorganisationerne gør for at motivere beboerne for at ændre adfærd. Han ser et behov for at iværksætte længerevarende forsøg og undersøge mulighederne for forankring af indsatsen.

Boligorganisationen skal drive indsatsen

Hvis boligbebyggelsens tekniske tilstand er dårlig, går det også ud over beboernes motivation for at spare på energiforbruget. Det gælder eksempelvis, hvis boligerne har et stort varmetab fordi de har uisolerede facader, tidsvarende vinduer eller lange, uisolerede jordledninger til varmforsyning. Alexandrainstitutet og organisationen "Energi og Miljø" råder derfor boligorganisationerne til først og fremmest at feje for egen dør, det vil sige at vurdere bygningernes tilstand og mulighederne for at optimere de tekniske installationer og bygningens klimaskærm. Der kan være et uudnyttet potentiale for energibesparelser gennem renovering eller driftstiltag, som har et større besparelspotentiale med en bedre rentabilitet end en kommunikationsindsats overfor beboerne.

Rapporten peger på en række forskellige aktører, der kan spille en rolle i indsatsen: Ejendomsfunktionær, administration, afdelingsbestyrelse, målerfirma, kommune og forsyningsselskab, og boligorganisationen anbefales at tage en beslutning om, hvem der skal være afsender for kommunikationen på baggrund af en vurdering af, hvilke aktører, der allerede er i god dialog med beboerne.

Her fremhæver informanterne i vores undersøgelse, at ejendomsfunktionærerne altid vil have en særlig rolle i kommunikationen med beboerne, idet det oftest er dem, beboerne møder i hverdagen. Det kan være væsentligt også at se på, hvilke ressourcer, ildsjæle og rollemønstre, der er blandt beboerne i ejendommen eller boligafdelingen.

Og boligadministrationen skal overveje, hvordan man kan understøtte ejendomsdriften i kommunikationen. Kommunen og forsyningsselskabet er længere ude i periferien, når det handler om at være i dialog med beboerne i den almene sektor, mens de i den private boligsektor kan have en større rolle.

2.3.3 Varmebesparelser, sunde boliger og god brug af boligen

Da respondenterne i undersøgelsen "Energirenovering for lejere" [6] blev spurgt om, hvilke tiltag de gør for at mindske varmemeforbruget, viste svarene, at beboernes egne tiltag langt overvejende handler om at spare på el (50%) og i en vis grad på vandforbruget (25%). Kun en femtedel af respondenterne anvender tiltag til at spare på varmemeforbruget. I betragtning af, at varmemeforbruget særligt i den store del af boligmassen, der bebos af borgere, der bor alene (næsten en million husstande, hvoraf 71% er lejere), udgør langt den største del af energiforbruget, peger disse resultater på, at der kan være behov for at øge beboernes viden om, hvad de kan gøre for at spare på varmemeforbruget.

Med en viden om, at for hver grad temperaturen sænkes i boligen, reduceres varmemeforbruget med 5-7% [11], er der et væsentligt potentiale for at opnå varmebesparelser. Samtidig hænger boligens opvarmning tæt sammen med boligorganisationernes ønske om at sikre sunde boliger med et sundt indeklima. Det, at der ikke er jævn opvarmning i boligen, og at nogle beboere lader naboerne opvarme deres bolig, er væsentlige problemstillinger omkring opvarmning, som driften i boligorganisationerne ofte støder på. Sunde boliger med et sundt indeklima, synes således at være det miljøspørgsmål, der har størst bevågenhed, når man taler med boligorganisationernes energi- og miljøkonsulenter og driftschefer og blandt alle de organisationer, der har besvaret spørgeskemaet. Indeklimaspørgsmålet har afgørende betydning, når der skal ske en formidling til beboerne om varmemeforbrug og varmebesparelser.

Forståelige varmeregnskaber

Administrator Tine Ravnebjerg fra Boligexperten giver udtryk for, at hun modtager "en del henvendelser omkring varme- og vandregnskaber". Spørgsmålene drejer sig både om "hvordan der aflæses, hvordan og hvornår der afregnes", og der er "en del henvendelser fra ejere, som ikke forstår størrelsen på deres evt. varme- og vandopgørelse". Hvis man følger debatten på 8-tallets virtuelle community "8-book", fremgår det også, at flere beboere har vanskeligt ved at læse varmeregnskabet. Der kommer mange kommentarer og lange tråde (af kommentarer på kommentarer), når varmeregnskabet sendes ud, hvor beboerne drøfter talene. De fleste både private og almene boligorganisationer

lader forsyningsselskaberne om at stå for formidlingen af varmeregnskabet. Og flere giver udtryk for, at der er behov for at forbedre formidlingen.



Vi kunne godt forestille os, at få en bedre kommunikation af varmeregnskabet. Det er vanskeligt at forstå regningerne. Der er mange beboere, der kommer og taler med ejendomsfunktionærerne;

Brian Thomsen, inspektør, Frederikshavn Boligforening.

Hvordan skal visualiseringen formidles?

Særligt når der arbejdes med at synliggøre el-, vand- og varmemeforbruget for beboerne, har det afgørende betydning, hvordan visualiseringen bliver formidlet. Hvis beboerne opfordres til at spare mest muligt på varmemeforbruget, så der opstår en konkurrence om, hvem der bruger mindst energi, er der en risiko for, at nogle beboere sænker temperaturen til et niveau, der ikke er sundt for boligens indeklima. Kolde boliger kan blive til fugtige boliger med potentiel risiko for at blive angrebet af skimmelsvamp. Respondenterne giver derfor udtryk for, at det vil være bedre at formidle, hvilken temperatur der er sund for boligen, så der sikres et sundt indeklima - hvor der hverken skal være for koldt eller for varmt.



Det, vi kan se, er, at rigtigt mange af beboerne ikke har den rette energiadfærd. Vi kan se på rumniveau, at 40-50% af beboerne har en forkert energiadfærd. Det er ikke godt for deres pengepung, og det er ikke godt for bygningen. Hos rigtigt mange beboere, er der kun en radiator tændt i lejligheden ud af fire radiators, det er ikke særligt økonomisk. Vi kan se helt ned på den enkelte bolig, om radiatorerne er tændt.

Jesper Telcs, miljøchef Boligkontoret Danmark

Virksomheden IC Meter/ Exergi har udviklet et "Dynamisk varmeregnskab", der tager udgangspunkt i det forhold, at et godt indeklima betyder, at der hverken skal være for koldt eller for varmt, og der skal være en hensigtsmæssig udluftning eller ventilering af hensyn til fugtforholdene i boligen. Med målinger og adfærdsregulerende tariffer, søger IC Meter/ Exergi at skabe et incitament for beboerne til både at spare energi og samtidig at holde boligen opvarmet og fri for fugt. (se Case 5.3.5).

Vejledning om god brug af boligen

Udover problemet med brug af varmeinstallationerne giver boligorganisationerne også udtryk for, at der er en del beboere, der ikke forstår installationerne til ventilation

af deres bolig. Lejerbos driftschef Inkie Holst forklarer, at ejendomsfunktionærerne ved servicebesøg i boligerne møder en del beboere, som ikke vil tænde for ventilationen, fordi de føler, at varmen bliver suget ud af boligen. Hvis beboerne oplever træk eller kuldenedfald fra ventilationen, sker det ofte, at den stoppes til. Boligkontoret Danmarks miljøchef peger på behovet for brugsanvisninger omkring god brug af boligen.



Generelt, når man køber en vaskemaskine, så får man en vejledning - når man lejer en bolig, så er der ikke nogen vejledning. Hvordan skal boligen bruges? Hvad kan vi gøre for at skabe bedre rammer for beboerne?
Jesper Telcs, miljøchef, Boligkontoret Danmark.

Både Jesper Telcs og byggechef Christian Kierkegaard fra Domea, der som chefkonsulent hos "Energi og Miljø" har varetaget rådgivning til boligselskaber om deres energi- og miljøindsats, vurderer, at ejendomsfunktionærernes rolle, og særligt hvor meget tid på opfølgning, driften skal bruge, afhænger af hvilken beboersammensætning og interesse for miljøtiltag, der er i den pågældende afdeling.



. hvis der er en tillid til ejendomsfunktionærerne, har de også en rolle i forhold til at tale med beboerne om den mere bløde del, der handler om at påvirke adfærd. Det kan også være afdelingsformanden eller en gruppe af frivillige beboere, der tager sig af energiområdet.

Christian Kierkegaard, byggechef Domea.



Der, hvor en række beboere ikke har muligheder for at ændre på tingene, og det kan have mange årsager, f.eks. manglende ressourcer eller manglende interesse, kan ejendomsfunktionærerne have en større rolle. Hvis man er i en boligafdeling, hvor beboerne faktisk tager meget godt fra, de kan selv agere på det her. Så kan ejendomsfunktionæren have en mindre rolle;
Christian Kierkegaard, byggechef Domea.

Interviewer: Hvad har ejendomsdriften behov for i det arbejde?



De skal have noget information og tal på energistyring. Jo mere de kender til energiforbrug og indeklima i de enkelte lejemål, jo mere proaktiv rolle, og jo bedre kan de tage hånd om det, de gør;

Christian Kierkegaard, byggechef Domea.

I afdelinger med mange ressourcetsvage beboere kan det være relevant, at driften foretager servicebesøg i alle boliger, som hos Lejerbo. Ifølge driftschef Inkie Holst er det dog ikke altid tilstrækkelig at have fokus på adfærd. Hun påpeger, at problemer med u hensigtsmæssige ventilationsinstallationer, der f.eks. giver træk og kuldenedfald, bedre løses ved at have en dialog med rådgivere og leverandører.

Diskussionen af, hvorvidt det er muligt centralt at styre indeklimaet med digitale installationer i boligen, som "gør det" for beboerne, vinder indpas i takt med den øgede digitalisering af forbrugsmålere. I forlængelse af ovenstående er Inkie Holst af den opfattelse, at beboerne bør have indflydelse på deres indeklima og selv have en mulighed for at styre det. Hun oplever, at beboerne gerne vil "have det rart i boligen", men at det, de definerer som "rart", er meget forskelligt fra beboer til beboer. Derfor er det ifølge hende ikke er så enkelt, hverken at foretage en central styring af indeklimaet eller at påvirke brugeradfærd.

2.4 KOMMUNIKATION MED ENKLE OG VISUELLE MEDIER

Flere informanter, blandt andet KABs kommunikationschef Anders Tybjerg vurderer, at der af hensyn til læsesvage beboere bør anvendes forenkede medier, som f.eks. en flyer ind ad brevsprækken og plakater i opgangen og visuelle medier. KAB og Lejerbo har begge udviklet omfattende biblioteker på YouTube af videoer, der visuelt formidler, hvordan beboerne kan løse forskellige opgaver i boligen. Der er gode råd om at rense afløb, og afkalke perlatorer mv. Boligkontoret Danmark har online illustrerede Pixi-vejledninger med gode råd om varmebesparelser.

Også rapporten Proaktiv Energiadfærd [7] konkluderer, at budskabet og indholdet i visualiseringerne af energiforbrug ikke skal være for komplekst. De simple virkemidler virker bedst, fordi de er intuitive og hurtige at sætte sig ind i. Det skal ikke kræve en stor indsats at forstå dem. Således er det blandt andet erfaringen fra fsb og Energi og Miljø

projekt om visualisering af energiforbrug i to fsb-afdelinger, at beboerne forholdt sig til forsiden af rapporten med let aflæselige smileyer men ikke til den mere komplicerede bagside med yderligere information. Vores informant Brian Thomsen fra Frederikshavn Boligforening fremhæver også det letforståelige i det touch Smiley Panel, der er installeret i afdelingens energirenoverede ejendomme med henblik på at visualisere forbruget af el, varme og vand. Ifølge ham er panelet så intuitivt, at alle beboerne kan finde ud af at bruge det, også beboere med ringe it-erfaring.



..Vi er så sikre i vores sag, at det er en succes. Vores oplevelse er, at det er en succes.

Den taler både tyrkisk, serbisk, dansk, og det er visuelt. Alle kan forstå en Smiley;

Brian Thomsen, inspektør,

Frederikshavn Boligforening.

Fysiske møder og "Hands on"

Ann Vikkelsø, souschef og energirådgiver i Vedvarende Energi København, VEKBH, lægger vægt på, at det også er nødvendigt med fysiske møder, hvor beboerne kan få "Hands on", hvad energibesparelser handler om. Ann Vikkelsø har blandt andet undervist på et forløb om energi og miljø på en sprogskole i Furesø Kommune, hvor mange var beboere i den almene boligbebyggelse Farum Midtpunkt. Her var det ifølge hende muligt at overkomme sprogbarriererne ved at bruge visuel kommunikation og Hands on.



Vi har gerne dimser med; der skal være noget, folk kan se på og røre ved. Det kan være LED pærer, tætningslister til vinduer, papirstrimler, der kan måle, om vinduet er tæt;

Ann Vikkelsø, souschef VEKBH.

Flere af respondenterne fortæller imidlertid om deres forsøg på at involvere beboere i fysiske møder, at der ikke har været nævneværdig tilslutning til møderne. Det gælder eksempelvis Frederikshavn Boligforening, der ville sætte beboerne på skolebænken på fysiske kurser, men endte med at tilbyde informationerne på en webside. Boligselskabet Fruehøjgaard har haft held med at dele fysiske "dimser" ud ved besøg hos beboerne. Det visuelle og konkrete fremhæves af flere af informanterne som et væsentligt virkemiddel i kommunikationen.

Den intuitive handling

I forlængelse heraf peger informanterne samstemmende på "Nudging" som et vigtigt nyt element i kommunikationen. Den mest hensigtsmæssige løsning og det bedste design er, når løsningen er "nem og enkel", så beboerne ikke behøver at tænke for meget over, hvordan de har den rigtige adfærd. Designet skal udformes på en måde, der gør, at beboerne intuitivt handler på en mere hensigtsmæssig måde. Handlingen sker mere eller mindre ubevidst, som i eksemplet med fodsporene hen til skraldespandene i København, der gør at flere bruger spanden. Med det udgangspunkt har Inkie Holst, som er driftschef for Lejerbos afdelinger i København, indledt en dialog med ventilationsfirmaerne om at designe ventilationsanlæggene på en måde, der understøtter en mere hensigtsmæssig adfærd. Hendes vurdering er, at kampagner alene ikke kan gøre den store forskel. Digitale medier giver nye muligheder for at indbygge alarmer og visuelle tegn, der kan give beboerne et vink om, at nu er deres adfærd mere eller mindre hensigtsmæssig.

Sammenfattende peger boligorganisationerne på behovet for at anvende flere typer medier i kommunikationen med beboerne og at kommunikere med enkle og visuelle medier. Sociale og interaktive medier kan ikke stå alene, der er også behov for det fysiske møde med ejendomsfunktionæren. De ser et behov for at give beboerne information om hensigtsmæssig brug af boligen, og de vurderer, at sociale og interaktive medier kan supplere og udbygge den eksisterende information, der i dag fortrinsvis sker ved møder og i dialogen mellem ejendomsfunktionærene og beboerne. Det er vigtigt, at kommunikationen sker på en måde, der ikke er formynderisk, og at informationen gøres så enkel og letforståelig som muligt.

3. Sociale og interaktive medier

Af det foregående kapitel fremgik, at både private og almene boligadministrationer forventer at udvikle nye applikationer eller webmedier inden for de kommende tre år. Dette kapitel vil indkredse, hvad der kendetegner forskellige typer sociale og interaktive medier, når de indgår som del af kommunikationen. Hvornår er der tale om sociale medier og hvornår er der tale om almindelige webmedier, der er udvidet med sociale media-features?

På baggrund af interviews med forskellige aktører i boligsektoren, herunder kommunikationschefer og ledende medarbejdere i både private og almene boligadministrationer, redegør vi for deres oplevelse af styrken ved at anvende Apps, webmedier og sociale medier. Desuden opridses en række udfordringer og barrierer, som organisationerne støder på, når de tager de nye medier i brug.

3.1 HVAD ER SOCIALE MEDIER?

Overordnet betragtet er "Social Media" medieindhold, der er offentligt tilgængeligt og skabt af slutbrugerne.



Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content.”; [14]

Statistik - hvilke sociale medier bruger danskerne?

Adgang til internettet

- 90% af danskerne mellem 16-89 år adgang til internet i deres bolig.
- 70% af borgerne går på internettet fra mobiltelefonen.
- 85% af borgerne fra 16 - 74 år anvender internettet dagligt, er steget fra 57% i 2005.

Ældre er stadig ikke helt med

- 23% af ældre mellem 65 og 89 år har aldrig brugt internettet; blandt de 75-89 årige er det 41%.
- 60% af ældre mænd mellem 65-89 år er på nettet dagligt eller næsten dagligt, det gælder 45% af kvinderne i samme aldersgruppe.

Brug af sociale medier

- 67% af internetbrugerne mellem 16-89 år anvender sociale netværk.
- Det gælder 74% i gruppen 35-44 år og lidt under 50% i gruppen fra 55-64 år.
- 95% af de der anvender sociale netværk bruger Facebook.
- Kun 24% af de, der bruger sociale medier, bruger Instagram og 18% har en Twitter konto.

Brug af Apps og SMS

- 90% af danskerne havde i 2014 anvendt en mobiltelefon eller smartphone i løbet af de seneste tre måneder. Det gælder også for 67% af ældre over 75 år.
- 58% af mobilbrugerne har downloadet forskellige App's til deres mobiltelefon. Det gjorde kun 24% i 2011. 92% af brugerne anvender SMS og 39% bruger mobiltelefonen til betalinger i 2014.
- 39% = 920.000 personer har hentet Apps, der kan hjælpe med kontakten til den offentlige sektor. Det kan være E-boks, skat mv.

Kilde: Danmarks Statistiks redegørelse for it-anvendelse i befolkningen fra 2014.

Ifølge OECD 2007 skal sociale medier opfylde følgende tre basale krav for at blive opfattet som socialt medieindhold [15]

- 1: Det skal publiceres på en offentlig tilgængelig webside eller en social netværks side, som er tilgængelig for en udvalgt gruppe mennesker. (det udelukker indhold i mails)
- 2: Indholdet skal være frembragt med et vist niveau af kreativitet (ikke bare deling af links)
- 3: Indholdet skal være udenfor en ramme af professionelle rutiner og praksisser - det udelukker indhold der er produceret med henblik på kommercialisering og marked.

Lipschultz [16] definerer sociale medier som en paraply af medier, der er kendetegnede ved, at de understøtter deltagelse og samtaler. Mediet skal indbyde til, at brugerne åbent kan dele deres meninger med andre brugere.



Social media refers to online communities that are participatory, conversational, and fluid. These communities enable members to produce, publish, control, critique, rank and interact with online content. The term can encompass any online community that promotes the individual while also emphasizing an individual's relationship to the community, the rights of the members to collaborate and be heard within a protective space, which welcomes the opinions and contributions of participants; Tuten 2008, ref. Lipschultz 2015 [16].

Forskning viser, at vi bruger sociale medier for at: "få information om verden omkring os, til afslapning, underholdning, spænding, og som en mulighed for at slippe væk fra dagligdagens stress." [16]

De mest benyttede typer af sociale medier er:

- Blogs (business-blogs)
- Sociale netværk (f.eks. Facebook og MySpace)
- Microblogs, (f.eks. Twitter)
- Content Communities (f.eks. YouTube, Vimeo)
- Fora (f.eks. Kimadebat.dk; Kattevenner.dk)
- Ratings og reviews (f.eks. trustpilot.dk)

Sociale netværkssider er den undergruppe af de sociale medier, vi koncentrerer os om at se på i denne undersøgelse. Sociale netværkssider defineres af Boyd og Ellison [17] som medier, hvor individuelle brugere kan:

- Skabe en offentlig eller halvoffentlig profil.
- Beskrive en liste af andre brugere som de har forbindelse til.

- Se og interagere med deres relationer og andre medlemmer på siden.

Med henblik på at kunne sammenligne og klassificere forskellige sociale netværkssider og deres potentiale for at engagere brugerne, refererer Kaplan og Lipschultz [14; 16] til den bredere medieforskning indenfor interaktive medier, som definerer følgende parametre: Hvordan understøtter mediet social prescense og media richness samt mulighederne for self-presentation og self disclosure.

Understøtter mediet "social tilstedeværelse" og "media richness"?



Social prescense: the degree to which the medium facilitates awareness of other people and interpersonal relationships during an interaction; [18]

Social tilstedeværelse [social presence] repræsenterer mediets mulighed for at understøtte forståelsen og oplevelsen af andre mennesker og relationer. Det handler f.eks. om den fysiske kontakt, mediet tilbyder i situationen, hvor man kommunikerer: Hvad kan man høre? hvad kan man se og mærke? Face to face kommunikation, hvor man har rig mulighed for at aflæse hinandens sociale koder, har en høj grad af tilstedeværelse og betegner den "rigeste mediesituation", hvor en telefonsamtale giver mulighed for at høre stemmen, men ikke noget visuelt indtryk. Tidsforskydning i kommunikationen f.eks. med debatindlæg, mails mv. giver også mindre grad af tilstedeværelse end eksempelvis chatforums eller telefonsamtaler. På online medier understøtter fotos og profiler, at man får en forståelse af de andre medlemmer af netværket, som man interagerer med. Ifølge Koh, Kim, Butler and Bock [18] har det stor betydning for mediets muligheder for at understøtte et levende netværk, at brugerne har mulighed for at være til stede med en tydelig profil.

Media Richness tager udgangspunkt i en antagelse om, at målet for al kommunikation er at løse tvivlsspørgsmål og reducere usikkerhed om en sag. Media Richness handler således om, hvor effektivt mediet er til at skabe konsensus om et emne. Det er lettere at skabe konsensus, når der ikke er tidsforskydning. Det vil sige, at man med det samme kan få korrigeret misforståelser mv. som ved møder eller telefonsamtaler, i modsætning til mails og debattråde (kommentarsporene på de sociale medier), hvor man må vente på modpartens indlæg.

Understøtter mediet "self-presentation", "self-disclosure"?

At præsentere sig selv og være til stede i kommunikationen tager ifølge Kaplan [14] udgangspunkt i den antagelse, at mennesker altid ønsker at præsentere sig selv på en måde, der gør et godt indtryk på andre, og at de gerne vil have indflydelse på, hvilket indtryk andre mennesker får af en. Med "self-disclosure" menes de muligheder, mediet giver for, at man kan vise, hvem man er og give udtryk for sine, meninger, følelser, hvad man kan lide og ikke lide.

På et socialt intranetmedie, hvor beboeren er repræsenteret med et billede og en profilttekst samt en historik af tråde, beboeren har deltaget i, er der større grad af tilstedeværelse end på en webside, hvor man blot er repræsenteret med brugernavn, eller hvor man som på Facebook kan deltage med en profil, der er lukket for alle andre end de nærmeste venner.

Lipschultz [16] nævner også tillid som en vigtig parameter for en brugers mediebrug. Tillid knytter sig blandt andet til brugernes oplevelse af mediets troværdighed, og har stor betydning for brugerens engagement i det sociale netværk og eventuelt for det brand, en virksomhed eller organisation ønsker at understøtte. Kan man stole på den information, der deles via websiden eller det sociale medie? Også kendskabet til de andre brugere af det sociale netværk har betydning for tilliden og mediets troværdighed.

Push og Pullmedier

Sociale medier og webmedier er generelt kendetegnede ved at være Pull-medier. Det vil sige, at beboerne selv vælger at gå ind på internettet og, at de besøger websiden med et formål. De vælger frit, hvornår de går ind på mediet, hvilke sider, de vil besøge og, hvilken information, de vil læse.

En modsætning til det, er eksempelvis SMS information, hvor boligselskabet bruger en tjeneste, der trækker data om beboernes mobilnumre, et push-medie. Det er boligselskabet, der styrer, hvornår informationen sendes ud til beboerne, og informationen lægger sig ind i brugerens hverdag på en mere påtrængende måde. Det samme gælder opslag på opslagstavlen, som beboerne møder i opgangen.

Typisk design på sociale netværkssider

Hovedaktiviteten for brugen af en netværksside er at læse indlæg og meningstilkendegivelser, spørgsmål og information på netværkets "væg", som er den forside, man møder, når man logger ind på netværket. Man ser de opslag på væggen, der er synlige på det tidspunkt, hvor man går ind på siden. Opslagene forsvinder ud af skærbilledet efter et par dage, men man kan vælge at scrolle ned og se, hvad der er lagt op, siden man sidst var inde. Og på sociale medier,

hvor man har adgang til databasen, kan man søge på indholdet, der over tid vil udgøre en historik for netværket.

På Facebook møder brugeren både en offentlig væg (det vil sige en forside), hvor brugeren kan læse det indhold, der er delt af brugerens egne relationer. Det betyder, at hver enkelt Facebook-bruger ser forskelligt indhold, når de åbner Facebook. Samtidig er der en privat væg (underside), der indeholder en historik med det indhold, brugeren selv har "postet", det vil sige lagt op på Facebook. Brugeren kan selv vælge, om andre skal kunne se denne historik.

På det sociale medie Borigo, der er udviklet af firmaet Borigo til brug i boligområder, møder alle brugerne af netværket den samme væg eller forside, fordi alle deler de samme relationer. Brugere og relationerne er beboerne i et bestemt boligområde. Hver bruger har en profil og historikken for denne profil ligger på en væg (underside), som alle brugerne af netværket har adgang til. Desuden er der en "væg" for hver gruppe, der er oprettet i netværket, hvor man kan finde de indlæg, der er postet, som vedrører den særlige aktivitet, f.eks. "Pilates", "Mødregruppen", "Sportsgruppen" eller "Madklub".

Også det sociale medie "Puls", der er udviklet af firmaet Aion Aps, giver brugerne mulighed for at oprette undergrupper for aktiviteter. Her kan brugerne imidlertid vælge at have lukkede eller åbne profiler.

Det typiske indhold på almindelige interaktive websider for en boligafdeling vil være mulighed for at dele information og lægge nyheder ind på siden med brug af de interaktive muligheder for at dele billeder, lydfiler og videoer. Mediet kan også typisk indeholde "Q&A og FAQ - Spørgsmål og Svar" eller andre opslagsfunktioner og formidling af Best Practice. Disse funktioner kan også integreres i sociale medier.

Interaktive websider med sociale features

Sociale features til almindelige websider eller intranet vil handle om, at mediet giver brugerne mulighed for at oprette og indgå i debatter, og mulighed for at lægge indhold på siden, f.eks. opslag om køb og salg af ting. Det kan være kalenderfunktioner, hvor brugerne kan oprette en begivenhed. Der kan være mulighed for at oprette profiler med foto og tekst.

Det er afgørende for, hvorvidt en webside er et socialt medie eller blot en webside, om brugerne har samme muligheder for at redigere indholdet på siden, eller om der er en redaktionsgruppe, f.eks. bestyrelsen eller administrationen, der har større beføjelser til at bidrage med indhold og redigere siden. I det følgende uddybes, hvad der kendetegner forskellige typer sociale netværkssider.

3.2 AFGRÆNSNING - HVILKE SOCIALE MEDIER SER VI PÅ?

Rapportens cases om sociale medier vedrører brug af sociale netværk og medier, der vedrører boligen og det nære boligområde, og som har beboere (og bestyrelser) i almene eller private lejeboliger samt andelsforeninger, ejerforeninger som målgruppe. Vi beskriver cases, som vi er blevet opmærksomme på gennem litteratursøgning og interview hos BL Danmarks Almene Boliger og Ejendomsforeningen Danmark samt en række større almene boligadministrationer og private ejendomsadministrationer.

Beskrivelsen af sociale medier indeholder også beskrivelsen af webmedier med social-media features, der, som beskrevet nedenfor, adskiller sig ved, at medieindholdet i større grad er skabt og styret af boligselskabet eller bestyrelsen. Vi afgrænser os til at undersøge sociale og interaktive medier, der har et potentiale for at nå ud til en stor andel af målgruppen. Således er der ikke cases, der beskriver brug af medier, som kun har en lille andel af markedet, eller som bruges en mindre andel af målgruppen - f.eks. børn og unge.

Der vil også indgå cases om interaktive medier, som SMS tjenester og Apps, der anvendes af boligselskabet til at understøtte en dialog med den enkelte beboer. Med udgangspunkt i en vurdering af, hvilke muligheder mediet tilbyder brugerne for at være til stede og give udtryk for sig selv, er cases inddelt i følgende hovedgrupper:

SMS services

Tjenester, hvor en udbyder trækker mobiltelefonnumre fra teleselskabernes registre. Boligorganisationerne kan sende SMS-meddelelser til alle beboerne i et område.

Applikationer, App's

Webapplikationer eller mobilapplikationer er software, der kan downloades til en mobil platform, mobiltelefon eller tablet eller til en PC. Apps kan downloades fra en webside - en såkaldt AppStore.

Der findes tre typer af Apps:

- 1) Native App's er bygget til en bestemt type mobiltelefon. F.eks. App's til Apples produkter og App's til Android produkter.
- 2) Web App's er bygget på internettet og world wide web og er derfor tilgængelige på alle typer af mobiltelefoner og tablets.
- 3) Hybrid App's kan også tilgås fra alle typer enheder, men hentes ligesom Native App's ned på den enkelte enhed. App's opdateres via internettet.

App's til mobile enheder kan udvikles på linje med almindelige websider til at understøtte virtuelle communities, som KAB's "Min Bolig App".

Andre App's, som vi beskriver i kapitel 5 er kendetegnede ved, at:

- Beboerne kan indmelde problemer
- Ejendomsdriften kan visualisere energiforbrug

Sociale netværksmedier

- Et forum eller en virtuel community for en gruppe brugere, der deler et boligområde, åbent eller lukket
- Væg, hvor beboere kan dele opslag, kalender mv.
- Beboere kan kommunikere direkte med andre beboere
- Ingen webmaster eller redaktør. Alle beboere kan lægge indhold på siden
- Profiler med fotos og information om brugerne - tilstedeværelse

Webmedier med social-media features

- Forum for en gruppe brugere, der deler boligområde - åbent eller lukket
- Væg, hvor beboere kan dele opslag, kalender mv.
- Beboere kan kommunikere direkte med andre beboere
- Ejendomsadministrationen, ejendomsdriften eller bestyrelsen er webmaster
- Ingen personlige profiler og en lille grad af selvpræsentation
- En redaktionsgruppe, der har større beføjelser i redaktionen, end de øvrige brugere.

3.3 PÅ SOCIALE MEDIER SKABER BRUGERNE INDHOLD

Der er nogle væsentlige forskelle på Facebook og andre sociale medier i forhold til graden af åbenhed og selvrepræsentation. På det sociale medie Borigo ligger alle tråde offentligt tilgængelige for alle brugere, og profilerne er åbne. I en Facebook gruppe kan man godt være medlem, uden at naboerne kan se den personlige profil. Historikken for de indlæg, beboerne har bidraget med, ligger også på ens egen eventuelt lukkede profil på Facebook, mens de kan være åbent tilgængelige på andre sociale intranetmedier.

I det omfang beboerne i en Facebook gruppe ikke er "Facebook venner" med deres naboer, er der således en mindre grad af afsløring af: "Hvem er jeg?", end der er på et medie, hvor alle profiler er åbne. Det er dog heller ikke alle medlemmerne på et åbent medie, der udfylder deres profil med foto og tekst, men alle de indlæg, de har skrevet gennem tiden, vil udgøre en historik på deres profil, som alle naboer har adgang til.

Om profilerne er åbne eller lukkede har således stor betydning for, i hvor høj grad brugerne præsenterer sig åbent for hinanden, i forlængelse af forståelsen af "self-presentation" og "self-disclosure". Jo mere åbent mediet er omkring brugernes profil og historik, jo større mulighed er der for, at beboerne får et kendskab til deres naboer.

"Top down" eller "bottom up" kommunikation

Sociale medier, der giver beboerne mulighed for at tage ligeværdigt del i debatten på siden, og medier, der fungerer som virtuelle communities, har potentiale for at kunne understøtte beboernes empowerment, læring og det, at beboerne i boligområdet giver udtryk for deres behov og ønsker med "bottom up" kommunikation. Perspektivet omkring, hvordan brugen af sociale medier kan understøtte sociale netværk, uddybes i afsnit 4.6.

Som beskrevet ovenfor har det afgørende betydning for, om et medie kan kaldes et socialt medie, om indholdet i overvejende grad er skabt af brugerne, eller om der er en snæver redaktionsgruppe, som skaber og styrer indholdet på siden. For både Facebook og de sociale intranetmedier Borigo og Assembly Voting, som er beskrevet i case 5.5.2 og 6.5.3 gælder, at beboerne kan dele indlæg, kalenderopslag og kommentarer på lige fod med bestyrelsen eller administrationen. I begge tilfælde er der tale om sociale medier, hvor beboerne medskaber indholdet på mediet. Beboerne har mulighed for at oprette en profil, og der er en selvrepræsentation, forstået sådan, at de indlæg, spor og tråde beboeren lægger ind i mediestrømmen, giver de øvrige beboere et indtryk af, hvem deres naboer er.

Nogle Boligselskaber og Boligadministrationer tilbyder forenerne intranetsider, som eksempelvis Boligexpertens "ForeningsWeb", som er beskrevet i case 5.6.1. Disse sider er kendetegnet ved at være websider med social-media features. Her er også en væg, hvor beboerne kan kommentere opslag, og en opslagstavle, hvor beboerne kan oprette et emne."

Mediet er imidlertid karakteriseret ved, at beboerne ikke er redaktører på lige fod. Det er kun bestyrelsen, der kan lægge nyheder på siden og aktiviteter i kalenderen. beboerne kan kommentere på nyhederne, men ikke oprette nyheder, i stedet kan de oprette et emne på opslagstavlen. Ved kalenderen står følgende opfordring: "Har du en begivenhed, du synes skal tilføjes, så kontakt gerne bestyrelsen." Det gælder også KAB's "Min bolig App", at det er ejendomsdriften, der lægger information ind på forsiden og på den nyhedsside, der indeholder "Nyt fra boligafdelingen".

Det har således væsentlig betydning for beboernes oplevelse af websiden, om, og hvordan bestyrelsen og boligadministrationen eller driften er repræsenteret på siden.

Det traditionelle intranet er kendetegnet ved, at der typisk er en redaktion, som varetager, at der lægges indhold på siden. Eller der er en webmaster, som har adgang til at oprette undersider og lægge indhold på, som brugerne kan læse og kommentere.



På en normal webportal er der en webmaster, der lægger ting op. Det bliver envejskommunikation. Det giver ikke andre beboere eller parter mulighed for at bidrage selv eller lægge noget op eller gøre noget. Der er flere eksempler på, at man har implementeret intranet. Og det dør bare ud";

Ole Torp Petersen, Borigo.

På det sociale medie har alle beboere lige mulighed for at dele indlæg og stille spørgsmål. Det er vigtigt, at der er en tillidsfuld og beskyttet atmosfære, hvor beboerne har mulighed for frit at give deres mening tilkende.

Flygtighed eller en fælles historik

Facebook mediet er kendetegnet ved at være et flygtigt medie. Facebook siderne er ikke søgbare, så derfor er det langt mere flygtigt, hvad der bliver lagt på siden, end det er på eksempelvis Borigo, BKÅ portalen og Assembly Voting, hvor alle indlæg gemmes og er søgbare, og hvor der derfor opstår en tydelig historik. Når nogen deler noget i afdelingens Facebook-gruppe på Facebook, dukker det op i strømmen på væggen hos dem, der er tilknyttet gruppen. Men indholdet fra boligafdelingens facebookgruppe blander sig med strømmen af indlæg fra alle vennerne. Så med mindre man går ind og læser på Facebook-gruppens væg, kan en stor del af opslagene gå forbi én. Om flygtigheden på Facebook siger Olav W Bertelsen, lektor ved Institutet for Datalogi ved Aarhus Universitet:



Noget af udfordringen ved Facebook, er, at det fungerer på samme måde, som man bruger kaffestuen. Der er tilfældigvis nogen deroppe, som man kan spørge om noget. Og så kan det godt være, at det er nogle andre, der ikke er der, som egentlig vidste noget. Men de er ikke på den her tråd, de har ikke lige set den, så de svarer ikke på den, og så får man måske nogle andre svar. Men at forestille sig, at man skulle tage beslutninger om noget, baseret på hvem, der lige tilfældigvis mødte hinanden onsdag formiddag omkring klokken 10.00. Det ville man jo aldrig gøre. Og det er måske det, der er udfordringen ved Facebook i virkeligheden;

Olav W. Bertelsen, lektor ved instituttet for datalogi ved Aarhus Universitet.

Der er således den afgørende forskel på Facebook og de andre sociale medier, vi beskriver under Cases i Kapitel 5, at i modsætning til Facebook er de andre sociale medier søgbare. Beboerne kan søge på temaer og få søgeresultater, der trækker på al den information, der er lagt op, siden mediet blev taget i brug. Det sociale medie bliver her et arkiv for den dialog, der er sket mellem beboerne og de drøftelser der har været af bestemte emner. Således oplever brugerne af Borigo, at når en beboer stiller et spørgsmål, der tidligere har været drøftet, sker det ofte, at en anden beboer svarer med et link til en tidligere tråd om samme emne eller et link til beboermappen, der også ligger på siden.

3.4 SOCIALE MEDIER KAN UNDERSTØTTE SOCIALE NETVÆRK OG BEBOERDEMOKRATI

En gruppe beboere i et boligområde, som deler fælles interesser på en social medieplatform, former et virtuelt community [18]. Mediet knytter sig til beboernes interesse for deres hjem og hverdagsliv i boligområdet.



A virtual community can be seen as a group in which individuals come together around a shared purpose, interest, or goal. Most depend on electronic communications to support interaction among members who are not physically collocated. [18]

Med reference til Lave og Wengers teori om praksisfællesskaber [19], er det vores vurdering, at sociale medieplatforme kan understøtte "siteret læring", det vil sige læring, der finder sted i tilknytning til de sociale relationer i hverdagslivet og deltagelse i de fælles praksisser i boligområdet, og som ikke nødvendigvis kan overføres fra en kontekst til en anden. En praksis er en verbal eller fysisk handling. Praksisfællesskaber formes således, når brugere går sammen om en fælles interesse eller aktivitet, hvor de forhandler mening og deler en fælles forståelse af, hvad de gør, og hvad det betyder for deres liv og for fællesskabet, og hvor forskellige grader af deltagelse samt videndeling og læring finder sted. Gennem "perifer deltagelse" i det virtuelle community kan nye medlemmer af fællesskabet lære af ældre, mere erfarne eller mere aktive deltagere i fællesskabet.



Periferitet antyder, at der er mangfoldige forskellige artede, mere eller mindre engagerede og omfattende måder at være placeret på, inden for de områder af deltagelse, som fællesskabet definerer. [15]



Deltagelse referer her ikke blot til lokale former for engagement i forskellige aktiviteter sammen med bestemte mennesker, men til en mere omfattende proces, som består i at være deltagere i sociale fællesskabers praksisser og konstruere identiteter i relationer til disse fællesskaber. [15]

Det, at man kan fastholde historikken på det virtuelle community's medieplatform bidrager til at understøtte, hvad Lave og Wenger kalder "tingsliggørelse" eller "delt repertoire". Det kan f.eks. være et online arkiv over de regler, der gælder i boligområdet, det kan være FAQ, svar på ofte stillede spørgsmål, og det kan være debattråde, der fastholder fortællingen om en debat, der har fundet sted om et emne, der måske stadig er aktuelt og væsentligt for beboerne, som f.eks. debatterne om "turisme" eller "svingende vandtemperaturer" i 8-tallet i Ørestad. Case 5.5.2, eller debatterne af forslag til beboermødet i en af de afdelinger, der anvender Aions digitale platform Puls; Case 5.5.3.

I almene boligorganisationer træffes beslutninger om boligområdets økonomi af beboerne på et afdelingsmøde for alle beboerne i en bebyggelse (boligafdeling). I ejerforeninger træffes beslutningerne på en generalforsamling, og i en andelsboligforening sker der en løbende dialog mellem administrator og bestyrelse, der tager mange beslutninger indimellem de årlige generalforsamlinger. De nævnte møder, afdelingsmødet og generalforsamlingen, er præget af en formel struktur der "levner meget lidt plads til debat" ifølge Olav W. Bertelsen, der sammen med Henrik Korsgaard har studeret afdelingsmøder og beboerdemokrati i almene boligorganisationer [20]. I interviewet i forbindelse med dette projekt redegør Olav W. Bertelsen for, at han arbejder med at undersøge, hvordan digitale medier kan understøtte grundlaget for beboerdemokratiet i perioden imellem møderne:



Beboerinddragelsen har i mange år været et spørgsmål om høringsret, at beboerne har ret til at blive hørt om budgetter og vedligeholdelsesplaner mv. Men udviklingen foretages af andre, andre steder. Problemet - det ser ud til, at det stadig er høringsparadigmet, der er strukturerende for den måde, man sætter beboerdemokratiet op på;

Olav W. Bertelsen, lektor ved Institut for datalogi, Aarhus Universitet.



Der kunne sociale medier være et sted, være et forum, hvor folk kunne snuse lidt til det, være lidt med på siden, uden at de risikerer at blive valgt til alt muligt, bare fordi de er interesseret i at høre noget eller sige noget om hvordan tingene skal være i deres afdeling;

Olav W. Bertelsen, lektor ved Institut for datalogi, Aarhus Universitet.

Mediet Puls, som beskrives i Case 5.5.3, indeholder et mødemodul til afholdelse af lov- og vedtægtsbestemte møder, f.eks. generalforsamlinger i foreninger og afdelingsmøder i den almene boligsektor, der er udviklet af firmaet Aion. Modulet skal understøtte beboernes dialog forud for afdelingsmødet. Formålet er at øge beboernes deltagelse i afdelingsmødet og styrke beboerdemokratiet. Konklusionerne fra forsøget med digitale afdelingsmøder i fire afdelinger, der har afprøvet systemet, er, at brugen af den digitale platform får flere til at deltage i afdelingsmødet. Der er indsendt flere forslag, og der er blevet stillet flere spørgsmål end normalt, og der er en markant større deltagelse i afstemningerne. Dog er der ikke større grad af deltagelse ved det fysiske møde, som stadig afholdes.

Der eksisterer ikke megen dansk eller international forskning om, i hvilket omfang sociale medier understøtter civil deltagelse i den offentlige debat og demokratiprocesser i lokale boligbebyggelser. Forskningen synes at koncentrere sig om, hvordan sociale medier som facebook og twitter understøtter folkelige bevægelser eller politiske debatter på kommunalt eller regionalt niveau.

Jens Hoff og Kresten Storgaard analyserede i forskningsprojektet "Medier og demokrati i netværkssamfundet" (MODINET) [21] en række cases, hvor kommuner har anvendt sociale og interaktive medier til at engagere borgerne. Der er også en case fra Kvarterløftet på Nørrebro. Forskerne redegør for resultaterne i bogen "Informationsteknologi og

demokratisk innovation - Offentlig styring, politisk kommunikation og borgerdeltagelse."



Hvad de demokratiske konsekvenser af denne udvikling angår, peger vores forskningsresultater på, at de nye kommunikationskanaler har givet nye indflydelsesmuligheder for borgerne. De nye kanaler har også mindsket barriererne for politisk deltagelse. Selv om det stadig i høj grad er Tordenskjolds soldater, der anvender dem, har nettet været med til politisk at aktivere nye grupper af borgere. [21]

Fra casen om kvarterløft på Nørrebro viser forskernes analyse, at: "Internettet og hjemmesiden kan bidrage til at øge gennemskueligheden og adgang til data vedrørende projektet. Det er især en fordel for de, der ikke er så aktive i de nedsatte arbejdsgrupper. De kan hurtigt komme på omgangshøjde, og nettet lukker derfor op for den deltagelsesform, som Storgaard kalder "Instant participation" (øjeblikkelig deltagelse). Forskerne fremhæver også mediets muligheder for at anvende visuel kommunikation, der virker fremmede for borgernes forståelse af projektet.

Det er væsentligt for sociale mediers muligheder for at understøtte deltagelse i de demokratiske processer, at der udover de aktive brugere også er læsere: Lipschultz [16] refererer således til undersøgelser, der viser, at blandt brugere af Facebook, Twitter, LinkedIn og YouTube, der ikke selv deltager aktivt på medierne, er der stadig mange, der læser og følger debatten og som fortæller andre om debatten offline.



Practitioners should note, that seemingly nonactive users are actively engaged in this medium by observing the Social Network Site opinion climate" [16].

Det sociale medie Borigo er kendetegnet ved, at alle beboere er koblet på fra starten. Alle har således mulighed for at læse og følge debatterne, selv om de ikke selv deltager i dem. De får også en E-mail, hver gang der er lagt en ny tråd op på mediet, med mindre at de har fravalgt det.

Ikke alle boligafdelinger, ejer- eller andelsforeninger ønsker at investere i et købt socialt medie. En del vælger i stedet at oprette en gratis Facebook-gruppe for beboerne i ejendommen eller bebyggelsen. For begge typer sociale netværk gælder, at beboerne får mulighed for at kommunikere med deres naboer på anden vis, end ved at banke på døren eller mødes i området. For nogle kan det være mindre forpligtende at lægge et opslag ud på en social portal om,

at man gerne vil låne nogle stole, eller at man tilbyder undervisning i kinesisk, end det er at deltage i den årlige generalforsamling eller at tage initiativ til en fælles event i afdelingen.



Udgangspunktet i Danmark er, at vi hellere vil forstyrre folk en gang for lidt, end en gang for meget. Borigo giver beboerne mulighed for at se hinanden lidt an, se: Hvem er mine naboer? Det er nemmere at følge med og spørge om hjælp, og dem, der har lyst til at hjælpe kan byde ind. Det er ikke så grænseoverskridende som at banke på døren. Det er en let vej ind i det sociale;

Ole Torp Petersen, Borigo.

Borigos udviklere vurderer, at i de bebyggelser, der i dag anvender portalen, fører online møder også til fælles sociale aktiviteter, hvor naboerne mødes fysisk. Borigo bliver anvendt lige så aktivt i bebyggelsen Radiorækkerne på Islands Brygge med 86 boliger som i 8-tallet i Ørestad med 476 boliger. I 8-tallet er der i løbet af fire år opstået 24 forskellige fritids- og aktivitetsgrupper, hvor beboerne mødes offline omkring en fælles interesse for alt fra vinsmagning til pilates, yoga og mødregrupper.



Online relationer fører til offline møder. Man spørger f.eks. ud: Hvordan har I gjort med gardinerne. Og en nabo svarer: Kom ind og se det. Det er ikke kun ens nabo eller genbo, man danner grupper med. Det kan også være et helt andet sted i bygningen.

Ole Torp Petersen, Borigo.

Også Mikkel Kjøgø, kundeforsker i KAB giver udtryk for, at det er hans oplevelse, at Facebookgrupperne i AKB Københavns Bolig+ afdelinger understøtter naboskabet.



Fungerer de her facebooksider også tre år efter drift? Det viser sig, at så har beboerne nogle andre ting at tale om. Det flytter sig fra drift til naboskab. Der opstår et fælles fodslag; beboerne bygger en kultur op;

Mikkel Kjøgø, Kundeforsker KAB.

Sådan understøttes brugernes deltagelse

I artiklen "Encouraging participation on virtual communities" [18], redegør Koh m.fl. for, at det kræver en indsats at motivere brugerne af et socialt virtuelt netværk til at deltage aktivt. Artiklen bygger på en survey blandt 691

virtuelle netværk i Korea, hvoraf forskerne fik tilstrækkeligt materiale fra 77 netværk, der strakte sig fra 33 medlemmer til 7.896 medlemmer. På baggrund af studierne er udledt følgende anbefalinger, som også Lipschultz referer til [16]:

- Der skal være et klart formål og vision for netværket.
- Der skal være en klar definition af medlemmernes roller.
- Der er behov for opinion leaders, der involverer sig som moderatører.
- Offline aktivitet og events vil understøtte brugen af siden.
- Brugbarheden, herunder usability og relevant indhold har betydning for brugen,

En moderatør er normalt en person, der sørger for at der kommer svar på online indlæg, der kræver svar, eller sletter indlæg, der er anstødelige. I ovenstående betydning skal moderatøren også understøtte brugernes motivation for at bruge det virtuelle netværk ved at undersøge, hvad der kan være af fælles interesse for medlemmerne, og hvilke fælles mål, der kan være i et boligområde. Koh [18] understreger, at det er nødvendigt med involvering af ledere for at understøtte at medlemmerne læser og bidrager med indhold på netværket:



Leader involvement is critical for building relationships and developing user-created content. Leaders who promote collaboration and trust among community members with a clear vision for their communities may stimulate participation [18].

Det fremgår af artiklen, at ledelsen primært handler om at bygge grundstenen for etableringen af netværket, og at lederens aktivitet ikke kan knyttes til, at medlemmerne poster eller læser indhold på siden.

I praksis vil disse "opinion leaders" både kunne være aktive beboere og ildsjæle, der starter en aktivitetsgruppe, og det kan være bestyrelsesmedlemmer, der påtager sig rollen at være de første der lægger indhold på siden til inspiration for andre brugere. Det er væsentligt, at disse opinion leaders ikke påtager sig en rolle, der gør, at der opstår et skævt magtforhold, hvor andre brugere føler sig begrænsede i deres muligheder for frit at give udtryk for deres meninger og holdninger på portalen. En moderatør kan dog også have den funktion at sikre, at der ikke ligger indlæg på siden, der har et sprog, der er stødende i form og indhold. I de virtuelle communities, der anvender platformen Borigo, har der ikke været nogen, der har fået som opgave at varetage en moderatørrolle. Det sker i stedet, at brugerne modererer hinanden.

Koh påpeger [18], at forskningen viser et direkte link mellem offline møder og medlemmernes aktive deling af indhold på siden. Derfor anbefales det at understøtte det virtuelle netværk med events og møder. Denne sammenhæng er dog mere tydelig, når kvaliteten af it-løsningen er lav end når den er høj. De tekniske krav til systemet er, at det er pålideligt og har en kort responstid, når brugeren lægger indhold, fotos, tekst mv. på siden. Også brugervenlige skærmbilleder har betydning for brugen. Endelig har størrelsen af netværket også en signifikant betydning for den aktivitet der er på siden især i den tidlige fase af opbygningen.

3.5 EN STRATEGI OM AT VÆRE TIL STEDE PÅ SOCIALE MEDIER

Både Ejendomsforeningen Danmark og BL Danmarks Almene Boliger har afholdt kurser for medarbejderne i boligadministrationerne med henblik på at klæde dem på til at have en strategi for brug af sociale medier. Ejendomsforeningen Danmark har desuden skrevet artikler om tilstedeværelsen på de sociale medier.

Kristoffer Friis Sørensen, der er journalist i kommunikationsafdelingen hos BL Danmarks Almene Boliger og har viden om brug af sociale medier, fremhæver, at det er nødvendigt at have en strategi for, hvad man vil bruge de sociale medier til, hvad formålet er med at være til stede. Han påpeger, at branding ikke kun handler om at poste historier, men også om at opbygge relationer og at lytte til beboerne og understøtte det der er behov for i boligområderne, diskussioner af events eller problemer og udfordringer.



Branding skal understøttes af dialog helt ude i yderste led, og det kan digitale medier være med til at understøtte;

Kristoffer Friis Sørensen, Journalist, BL Kommunikation.

Kristoffer Friis Sørensen mener således, at der også er et potentiale for, at sociale medier kan understøtte beboerdemokratiet i boligafdelingerne, og at der også er et potentiale for at styrke boligselskabets image overfor beboerne. Derfor mener han, at boligorganisationerne bør overveje, om der også i forhold til afdelingernes lokale facebookgrupper kan være en person, som følger med på siden, og som måske endda faciliterer, at der opstår et fællesskab om siden. Der kunne være en person i den daglige drift, som

uden at bruge al sin tid på det, har til opgave at bruge mediet aktivt ved at lytte til beboerne og skrive tilbage.

Uden at være helt skarp på, hvordan man skal gøre. Man kunne godt have en strategi for det, man kunne godt holde driften lidt tættere ind til kroppen rent kommunikationsmæssigt, måske inspirere dem til, hvordan man kunne gøre. Det må være i et boligselskabs interesse;

Kristoffer Friis Sørensen, Journalist, BL Kommunikation.

Hvis man er på de sociale medier, er det afgørende at have en strategi og et beredskab for, hvad man vil gøre, hvis boligorganisationen bliver udsat for voldsom kritik, understreger respondenterne. Tonen på mediet og nogle eksisterende myter kan være en barriere for, at boligadministrationerne vil bruge medierne, mener Rikke Kristiansen, der er kommunikationschef hos Ejendomsforeningen Danmark. Hun anbefaler medlemmerne at have et beredskab, så de kan håndtere situationer, hvor de kan blive hængt ud. Det er vigtigt at reagere hurtigt og undgå at blande følelser ind i samtalen.



Vores medlemmer kan være lidt mere udsatte, fordi der findes en myte om den såkaldte bolighaj, som intet har med de professionelle udlejere at gøre. Men derfor kan sympatien hurtigt være hos lejer. Uanset at lejer ikke opfører sig ordentligt, så kan det hurtigt blive vinklet over til, at det er der, sympatien er. Ud-lejer eller administrator skal derfor hele tiden være bevidst om det, og hvad de kan blive del af. Vi arbejder løbende på at italesætte myterne om branchen ved hjælp af fakta og cases“;

Rikke Kristiansen, kommunikationschef, Ejendomsforeningen Danmark.

Boligselskaberne giver udtryk for, at de er til stede på Facebook som et led i en branding af organisationen. Her deles de gode fortællinger og nyheder, som kan have interesse for en bred målgruppe. Strategien handler om at være til stede med den rette form for nyheder, og at besvare henvendelser hurtigt. Det indgår eksempelvis i KABs kommunikationsstrategi, at en medarbejder skal svare på henvendelser på KAB's Facebookside inden for 24 timer.

Hverken KAB, Lejerbo eller Boligkontoret Danmark går ind i debatterne på afdelingernes Facebook grupper, men følger med i debatten. KAB's Driftsorganisation giver udtryk for, at der i KAB er en accept af, at det at være til stede på mediet også indebærer, at der kan komme kritik af ejendomsdriften:



KAB signalerer, at vi accepterer, hvad der sker på de sociale medier, og at vi gerne vil være der. Vi vil hellere tage tingene op åbent og få taget de bekymringer der må være i opløbet. Vi oplever ikke voldsomt mange negative ting.;

Christian Fries, Kundeforfatter KAB.



Der kan opstå en negativ debat, der breder sig, og der opstår nogle rygter - men hvis man vil have mere demokratisk debat, så må man også være indstillet på, at der kan komme nogle negative emner op”;

Mikkel Kjøgøx, Kundeforfatter KAB.

Jørgen Jakobsen, som er bestyrelsesformand i ejerforeningen 8-tallet i Ørestad, hvor 476 lejemål deler den sociale intranetside ”8-book” fra Borigo, fortæller, at der kommer ca. én henvendelse til bestyrelsen om dagen via 8-book, og at antallet af henvendelser er støt faldende. Bestyrelsen for 8-tallets ejerforening har ikke en nedskrevet strategi for, hvordan bestyrelsen agerer på 8-book, men de har en praksis:

- Bestyrelsen læser alle indlæg og taler om relevante indlæg, hver gang der er bestyrelsesmøde.
- Bestyrelsen svarer på alle henvendelser, der sendes via mail til bestyrelsen via 8-book.
- Nogle af henvendelserne besvares med det samme, nogle drøftes på et bestyrelsesmøde.

Bestyrelsen går som regel ikke ind i en problemstilling, der rejses på 8-book. Men hvis der er nogle principielle forhold i en henvendelse eller debat på 8-book, vil der blive orienteret om det i en notits fra et bestyrelsesmøde. Hvis der allerede er taget beslutning i sagen, henvises der til tidligere notitser fra bestyrelsen.

3.6 SOCIALE OG INTERAKTIVE MEDIERS MULIGHEDER FOR AT UNDERSTØTTE DRIFTEN

Af de cases, som er beskrevet i kapitel 6, fremgår, at private og almene boligorganisationer med App’s giver beboerne nye muligheder for at komme i kontakt med ejendomsdriften uden for kontorets åbningstid, og henvendelser via f.eks. DEAS 24-7 App og KAB Min Bolig App giver driften et mere grundigt billede af, hvad beboerne ser som et problem, de ønsker ændret. Andre App’s giver driften mulighed for at visualisere beboernes energiforbrug på en måde, så det fører til en øget bevidsthed om forbruget af el, vand, varme og indeklimaforhold i boligen.

App’s og interaktive webmedier kan også give driften forskellige muligheder for at stille viden til rådighed for beboerne i en online ”beboerhåndbog”, en FAQ liste over svar på ofte stillede spørgsmål mv. Det kan spare driften for nogle henvendelser over telefonen. KAB har eksempelvis med ”Min Bolig App” givet beboerne hurtig og nem adgang til information om boligens vedligeholdelsesordning og andre forhold, der har betydning for driften af boligen. Der ligger en lang række guides med tekst og billeder til beboerne om, hvordan de selv kan udbedre problemer i boligen, f.eks. hvis der ikke er lys i emhætten eller hvis afløbet er stoppet, og hvad de kan gøre, hvis de eksempelvis finder skadedyr i boligen. Der er gode råd om alt, man kan forestille sig, at støde på af problemer i boligen. Og hvis beboeren ikke kan finde svar på et problem er der mulighed for at indberette det ved at sende en besked med tekst og foto via App’en.

Cases nr. 5.4.2 og 5.5.2 viser også, at når boligbebyggelser bruger sociale medier, giver det administratoren og driften et bedre indtryk af, hvad beboerne sætter pris på i boligområdet og hvad de ønsker forbedret. Boligexpertens administrator Tine Ravnebjerg og KAB’s kundeforfatter, Mikkel Kjøgøx giver begge udtryk for, at de får information om, hvad der optager beboerne i boligområdet ved at følge med på henholdsvis ”8-tallets” sociale netværksplatform ”8-book” (Case 5.5.2) og Almenbolig+ bebyggelsernes Facebook grupper (Case 5.4.2) De to cases viser, at boligadministrationen og ejendomsdriften kan komme tættere på beboernes oplevelse af det at bruge boligen og derved få nyttig information om deres brug af boligen og boligområdet.

Mikkel Kjøgøx fortæller, at det især var nyttigt at følge beboernes debat efter ibrugtagningen af en ny ”Almenbolig+ afdeling”, hvor KAB blev gjort opmærksom på problemstillinger i driften, som de ikke var opmærksomme på. Han bruger ikke meget tid på at følge med, men går ind på Facebook

gruppen ca. en gang hver anden uge. Facebook debatterne har blandt andet kunnet give et billede af, hvorvidt en fejl eller mangel, som der kun har været nogle få henvendelser om, er et langt mere udbredt problem i bebyggelsen. Det har KAB kunnet bruge i forhold til deres reklamation over for entreprenørerne og leverandørerne.



Der er debat om ejendomsdrift, og det kan bruges forebyggende til at vide, hvad er der af problemer. Vi kan hurtigt få et overblik over, om der er mange der har et problem, og så bliver der fulgt op på det;

Mikkel Kjægx, Kundekonsulent KAB.

I en af KAB's Almenbolig+ afdelinger var det på et tidspunkt nødvendigt at skifte låse i alle boliger. Her brugte beboerne ifølge Mikkel Kjægx Facebook til at opdatere hinanden om, at håndværkerne havde været på besøg og nu var på vej videre.

Tine Ravnebjerg fra Boligexperten følger også med uden at kommentere indholdet, og hun giver udtryk for, at beboerne nogle gang løser nogle af deres problemer uden at indblende administratoren. Det sker ved at beboeren stiller spørgsmålet på portalen og får svar af en eller flere naboer.

Interviewer: Oplever I en aflastning i forhold til henvendelser til jer, fordi der er 8-book, hvor folk svarer hinanden?



Ja, det tror jeg der er. Det er så mange forskellige ting, der bliver lagt op. Nogle helt generelle spørgsmål, som man ellers ville ringe til sin administrator om... navneskilte mv. Hvad gør jeg nu med min cisterne, jeg kan ikke få adgang til den? I andre foreninger ville man ringe til sin administrator om det;

Tine Ravnebjerg, administrator for 8-tallet, Boligexperten.

Interviewer: Er det en tidssluger?



Nej, det synes jeg ikke, man kan jo rimeligt hurtigt sortere i, hvad man skal læse nærmere på;

Tine Ravnebjerg, administrator for 8-tallet, Boligexperten.

Tine Ravnebjerg er også af den opfattelse, at indholdet på foreningshjemmesiden, som AB Købmandsgården bruger, og hvor bestyrelsen har oprettet en omfattende beboer-

håndbog med "Ofte stillede spørgsmål", kan spare bestyrelsen for en del spørgsmål.

Sociale medier er livsstilsmedier

I rapporten: Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima" [7] konkluderes om brug af digitale medier, at:



Web, Apps og Tablets er tilsyneladende mindre tilgængelige teknologier, som ikke er en del af beboernes rutiner, og interessen for energiforbrug er for lav til at kunne trække beboerne over på disse platforme". [7]

Det er imidlertid væsentligt for forståelsen af, hvordan sociale medier kan understøtte ejendomsdriftens kommunikation med beboerne, at information og debat om driftsspørgsmål ikke er det sociale medies hovedformål og hovedindhold. Som beskrevet ovenfor handler brugen af sociale medier om andre ting end at søge information. Det er et livsstilsmedie, der bruges til afslapning, underholdning og til at få viden om naboerne, og hvad der rør sig i boligområdet.

De beskrevne cases viser imidlertid, at der i en facebook-gruppe eller i et Virtuelt Community kan opstå et fællesskab, hvor beboerne også deler indhold om driftsforhold, fordi det også er en del af det at interessere sig for sit boligområde.

Står man med det udgangspunkt, at der er en aktiv social netværksportal i en boligbebyggelse, hvor en stor del af beboerne er online, som f.eks. Facebook, Borigo eller Puls kan boligselskabet eller boligadministrationen tage en strategisk beslutning om at have driften repræsenteret på siden. Det giver ejendomsdriften mulighed for at lægge information og viden om brug af boligen og boligområdet ind i det fælles rum. Information skal have relevans for beboerne og skal opfylde et behov for information, det vil sige, at den med fordel kan lægge sig ind i den aktuelle debat, der opstår spontant blandt beboerne om driftsspørgsmål. F.eks. vil det være relevant at skrive et indlæg, når varmeregnskab sendes ud.

En boligadministration - privat eller almen - kan også tage det strategiske valg, som led i deres kommunikation med beboerne at tilbyde boligafdelingerne eller andelsforeningerne en webside, der har social-media karakter. Det vil sige, at websiden giver beboerne mulighed for at oprette profiler, dele indhold og debattere indhold, og giver alle brugere lige adgang til at se indhold og dele indhold. Sådan en side kan engagere beboerne, fordi de gerne vil være i kontakt med deres naboer på samme måde som beboerne i

bebyggelser, der vælger at oprette en facebookgruppe. Det kan også være relevant at oprette sociale medieplatforme for et større boligområde, f.eks. for de boligsociale helhedsplaner der går på tværs af flere boligselskaber og ejendomsejere. Boligkontoret Aarhus har bygget deres "BKÅ Portalen" for bestyrelser på tværs af boligafdelinger (Case 5.5.1) Boligexperten har en foreningswebside løsning, hvor der indgår social-media elementer. (Case 5.6.1).

De beskrevne cases viser konkluderende, at forskellige typer App's og webmedier kan give beboerne en mere direkte linje for deres henvendelser til driften, uafhængig af tid og sted. Der er et potentiale for, at når driften stiller viden til rådighed for beboere på online medier, kan det spare nogle unødige henvendelser.

I forlængelse af afsnit 3.4 skal det fremhæves, at sociale medier har et væsentligt potentiale for at understøtte beboernes fællesskab og deres videndeling og læring f.eks. om bæredygtig brug af boligen, som beskrevet i Kapitel 2. Beboerne deler også viden om driftsforhold på de sociale medier, som det fremgår af beskrivelsen i Case 5.4.2 og 5.5.2. Der kan være behov for, at nogen tager lederskab med henblik på at understøtte aktiviteterne på netværksportalen, og det kunne være en opgave for bestyrelsen i en andels- eller ejerforening. Det kunne også være en opgave for ejendomsdriften at deltage aktivt i netværket med henblik på at dele viden om energi-, miljø- og indeklimaforhold, der er relevante for beboerne.

3.7 UDFORDRINGER VED BRUG AF SOCIALE MEDIER

Flere af informanterne i den kvalitative undersøgelse har peget på en række udfordringer, som ejendomsadministrationen skal forholde sig til, hvis de ønsker at anvende sociale medier. Sociale medier er stadig fortrinsvis et medie for den yngre aldersgruppe under 55 år. Og som nævnt ovenfor er det vigtigt at have en strategi for kommunikationen på sociale medier, så boligadministrationen fremstår troværdig og professionel samtidig med at der åbnes op for "kritiske røster". I dette afsnit redegør vi for nogle af de væsentligste udfordringer.

Kun 2 ud af 3 bruger sociale medier



Der er nogle beboergrupper, der er svære at nå - de ældre, der ikke har Computer. Man kan ikke være sikker på, at man når alle";

Katja Krebs, bogholder og itansvarlig, Boligexperten.

Som det fremgår af statistikken om brug af sociale medier i starten af dette kapitel, er der en stor del af de ældre borgere, der ikke bruger sociale medier. En boligforening, der er til stede på Facebook, vil således kun have mulighed for at nå ud til under halvdelen af beboerne over 55 år og under en femtedel af beboerne over 75 år. I nogle boligbebyggelser er der en betydelig gruppe af ældre beboere, særligt i den almene boligsektor, der huser en del kommunale og almene ældreboliger, som ikke kommunikerer via sociale og interaktive webmedier. Andelen af ældre borgere i bebyggelsen er således en væsentlig faktor at have med i overvejelserne om brug af sociale medier. Kommunikation på sociale medier kan ikke stå alene, men kan bidrage til at understøtte møder og kommunikation med brug af andre medier.

Udfordringer ved skriftlighed

Olav W. Bertelsen lektor ved instituttet for datalogi ved Aarhus Universitet, der bl.a. sammen med Henrik Korsgaard fra Aarhus Universitet har forsket i beboermødeformen i den almene boligsektor [20], fremhæver skriftligheden som noget, der knytter sig til den almene boligafdelings brug af sociale medier, og som skal sammenstilles med kommunikationen ved det personlige møde:



Når man ser de forslag, der bliver sendt ind, så er det ikke altid, de er godt formuleret. Så det er jo nogle andre kompetencer man skal have i spil, det er meget sådan noget læse-skrive det handler om på godt og ondt. Jeg synes jo som akademiker, at det er helt vidunderligt, for så kan man få en præcision og stringens der er rigtigt fin. Men det er jo ikke sådan folk generelt er, hvis man kigger på den brede beboersammensætning;

Olav W. Bertelsen, Lektor, institut for Datalogi, Aarhus Universitet.

En beboer, som måske har pondus og har nemt ved at begå sig mellem andre mennesker og kan kommunikere sine synspunkter ved møder, kan vise sig at være mere ubehjælpelig på skrift og dermed have vanskeligt ved at give sin mening til kende i en debat på Facebook.

Anders Tybjerg, kommunikationschef i KAB fremhæver også, at en stor del af KAB's beboere er meget læsesvage, og at det giver en barriere for den skriftlige information. "Der er store grupper, vi ikke får fat i", siger han og vurderer på den baggrund, at der er behov for at anvende mere enkle medier som f.eks. en flyer ind ad brevsprækken og en plakat i opgangen.

Tonen på de sociale medier

Flere respondenter nævner frygten for, at tonen på de sociale medier kammer over og bliver meget negativ. I 8-tallet er det bestyrelsesformandens oplevelse, at tonen er blevet modereret efter, at portalen har været i brug i fire år. Der er ikke nogen udpeget moderator i 8-tallet, men det sker, at beboere kommenterer på andre beboeres indlæg og beder dem om at ændre tonen.



Tonen på 8-book har ændret sig, og der var langt flere spidse kommentarer tidligere. De er stort set forsvundet. "Jeg tror det handler om, at man skal lære at bruge mediet, ikke bare fyre af. Socialt er det også en meget tilfredsstillende måde 8-book bliver brugt på."

*....."Selvopdragelsen er ved at være i øjenhøjde i forhold til begyndelsesperioden, og meget tyder på, at man skal igennem en periode med knubs";
Jørgen Jakobsen, bestyrelsesformand i ejerforeningen 8-tallet.*

Christina Lundbye, der er konsulent for AKB København giver udtryk for den opfattelse, at beboerne ikke skriver negativt om hinanden fordi de ikke er anonyme, men også vil mødes i nabolaget.

Boligadministrationens troværdighed

Ejendomsadministrationen eller boligorganisationen vil gerne fremstå som virksomheder med stor grad af troværdighed overfor deres kunder, bestyrelser og beboere. Her kan det være en udfordring at de mere flygtige webmedier, og at sociale medier kræver en hurtig respons. Virksomhederne kan opleve, at når de åbner en flanke og tager risikoen for kritik i det offentlige rum, kan det svække deres image, hvis de bliver "hængt ud", som Rikke Kristensen fra Ejendomsforeningen Danmark nævner det. Samtidig giver medierne boligorganisationerne mulighed for at svare åbent på den kritik, de møder, og der kan lægges links til undersøgelser, der kan underbygge argumenterne.



Folk taler jo om det alligevel. Nu taler de bare om det et sted, hvor vi har mulighed for at svare på det, og det er en afgørende forskel. Både fordi de får et svar, og andre kan se, at vi altså ikke er ligeglade.

Tine Staun Petersen, kommunikationschef Lejerbo.

Det kan være vanskeligt med skriftligheden i de mere flygtige webmedier.



Nogle gange kommer man til at skrive onsdag den 17. - men det var en torsdag, og det ser man ikke lige i mailen. Det ser man bedre på tryk;

Katja Krebs, Boligexperten.

Her viser forskningen, at brugerne af webmedier i højere grad er indstillet på, at der kan være fejl i sproget og at der i højere grad anvendes talesprog [14].

Reklamer og kommercielle interesser

Særligt Facebook, men også andre sociale medier er udviklet af kommercielle firmaer, og det er ikke gennemsnitligt, hvordan indholdet på siden bliver anvendt i firmaets interesse.

På Facebook gælder det, at informationen på siden vil være omgærdet af en støj af reklamer og andre indlæg, som ikke vedrører boligområdet. Det er mere utydeligt, hvem der indgår i kommunikationen.

Private

Figur 6: Social Media Cases forskellige typer af medier

Medie type	Sociale netværksmedier			Websider og Mobilapplikationer med Social-media features		
	Intranet gruppe	Lukkede	Offentlig/	Intranet	Offentlig	Login for beboere
Medie	Borigo 8-tallet	Facebook Grupper	BKÅ Portalen	Prosedo Forenings web	Puls	KABs Bolig App
Profiler med foto	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja
Kalender	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Indholdsmails fra system til brugere	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Mails fra brugere til boligorganisationen	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Beboermappe eller FAQ	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Køb salg annoncer	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja
Boligorganisationen til stede på mediet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Bestyrelsen kan slå aktiviteter op i kalender	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beboerne kan slå aktiviteter op i kalender	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja
Bestyrelsen kan slå emner op til debat	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beboerne kan starte tråde til debat	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja
Bestyrelsen eller administrationen har større adgang til redaktion end beboerne	Nej	Nej	Er kun for bestyrelser	Ja	Ja	Ja
Mulighed for at have flere undergrupper på samme side fx interesser/ aktiviteter	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej
Integreret brugergrænseflade hvor man hele tiden er i samme "virtuelle rum"	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja
Grafisk brugergrænseflade styres af udvikler	Ja	Ja	Ja	Delvist af bruger	Ja	Ja
Ikke kommerciel	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Tydeligt hvem der er afsender af kommunikationen	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja

4. Konklusioner og perspektivering - Sociale medier kan understøtte deltagelse

Projektets formål er at besvare spørgsmålet: Hvilke muligheder og barrierer ser private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer for brugen af sociale og interaktive medier i ejendomsdriftens kommunikation med beboerne om bæredygtig brug af boligen?

Herunder:

- Hvilke erfaringer har boligsektoren med brug af sociale og interaktive webmedier?
- Hvilke forventninger - muligheder og barrierer, oplever sektoren ved brug af de nye medier?
- Hvad kendetegner kommunikationen til beboerne om bæredygtig brug af boligen? Det vil sige, hvilke aktører? Hvilket indhold? hvilke medier? og hvilken form?

Boligbranchens undersøgelser viser, som vi beskriver i kapitel 2, at energioptimering af ejendommene er et vigtigt indsatsområde for både almene boligorganisationer og større private ejendomsadministrationer. Af vores interview fremgår desuden, at særligt de almene boligadministrationsselskaber har et ønske om at være i dialog med beboerne om deres brug af boligen med henblik på at sikre energibesparelser og et godt indeklima. Vores informanter peger på det forhold, at beboerne mangler viden om god praksis og brug af installationerne, f.eks. med henblik på en hensigtsmæssig opvarmning og ventilation af boligen. De færreste har en overordnet strategi om at påvirke beboernes forbrug af el, vand og varme. Der er imidlertid et stærkt fokus på at sikre et godt indeklima i boligerne med henblik på beboernes og ejendommens sundhed.

Nitten ud af tyve respondenter blandt de ti private og ti almene organisationer, der har besvaret vores spørgeskemaundersøgelse giver udtryk for at de forventer at investere i nye webmedier eller applikationer, App's, inden for de kommende tre år. Flere organisationer giver udtryk for, at det vil ske ud fra et ønske om at effektivisere forretningsgange og øge servicen overfor beboerne. Med KAB's "Min Bolig App", som er beskrevet i case 5.2.3 og DEAS "24-7 App", der er beskrevet i Case 5.2.1 får beboerne mulighed for at

indrapportere fejl og mangler eller foretage andre henvendelser uafhængigt af kontorets åbningstider. KABs "Min Bolig App" giver desuden beboerne en håndbog i mobilen, hvor de kan finde information om alt, der vedrører boligen og praktiske "gør det selv" anvisninger.

Information om drift varetages af ejendomsfunktionærerne

I kommunikationen med beboerne betragter boligorganisationen de lokale driftsmedarbejdere, ejendomsfunktionærerne, som vigtige nøglemedarbejdere. Den kommunikation til beboerne, der varetages af kommunikationsafdelingerne, har primært fokus på branding og at dele de gode fortællinger fra boligområdet. Informanterne giver udtryk for, at der er store forskelle på beboersammensætning og drift i de mange boligafdelinger, som også kan være placeret ud over hele landet. De lokale driftsmedarbejdere har et godt kendskab til beboerne og er som oftest ansat på ejendommene. De varetager blandt andet CTS styringen af ejendommen og kan derfor iagttage beboernes forbrugsmønstre, der ifølge Boligkontoret Danmarks miljøchef kan være uhensigtsmæssige i op mod halvdelen af boligerne i en ejendom. Boligorganisationerne undersøger og afprøver derfor forskellige muligheder for at give beboerne information om god brug af boligen.

Digitalisering af ejendomsdriften

Udviklingen går ifølge informanterne imod en øget digitalisering i ejendomsdriften med digitale syn af boliger og digitale vedligeholdelsesplaner. Målerbekendtgørelsen fra 2014 vil i takt med den almindelige udskiftning af forbrugsmålere sætte skub i udbredelsen af de digitale målere.

Det giver ejendomsdriften nye redskaber, hvis de ønsker at synliggøre boligens energiforbrug overfor beboerne. Blandt andet Frederikshavn Boligforening har med deres Smiley Panel vist (Case 5.3.8), hvordan de på en intuitiv og enkel måde kan gøre beboerne opmærksomme på boligens energiforbrug og indeklima i boligen. Også andre boligforeninger har anvendt Smileys til at signalere, om beboerens energiforbrug ligger over eller på linje med det forventede energiforbrug, der fastsættes ud fra beboerens a-conto forbrug.

Erfaringer fra projekter om synliggørelse af energiforbrug er beskrevet i case 5.3.1 - 5.3.8. Det viser sig, at de danske cases ikke giver signifikante resultater. Der er et behov for at foretage længerevarende forsøg og måleperioder med henblik på at vurdere effekten af indsatsen samt holdbarheden og forankringen af de opnåede besparelser ved synliggørelse af forbrug. Når man ser på erfaringerne fra forsøgene med at tage hjemmesider eller mobile applikationer i brug, viser det sig, at beboerne primært forholder sig til månedsrapporter, der er sendt ud med brev, eller til de visninger, de møder på en skærm i boligen.

Virtuelle communities of practice

I kapitel 3 beskriver vi med henvisning til case 5.5.1 - 5.5.3, hvordan sociale medier i bredere forstand kan understøtte beboernes engagement i boligområdet. Forsøgene med digitalt beboerdemokrati, som er beskrevet i case 5.5.3 viser således, at brugen af digitale medier til at understøtte dialogen før et afdelingsmøde i en almen boligafdeling, både kan øge deltagelsen og motivere flere beboere til at komme med forslag til forbedring af deres boligområde.

Erfaringen fra brugen af det sociale medie Borigo, beskrevet i case 5.5.2 viser, at der opstår en aktiv dialog og mange forskellige online aktiviteter, der også handler om at mødes fysisk f.eks. omkring aktiviteter som madklub, pilates, yoga og mødregrupper. Andre andelsforeninger og almene boligafdelinger opretter Facebook-grupper, som er lukkede fora for afdelingens eller foreningens beboere, som beskrevet i Case 5.4.2. På begge platforme bytter beboerne ting og tjenester og drøfter emner, der vedrører boligområdet,

Som beskrevet i kapitel 3 bruger vi sociale medier for at få "information om verden omkring os, til afslapning, underholdning, spænding, og som en mulighed for at slippe væk fra dagligdagens stress." [16] De sociale medier understøtter, at brugerne kan give udtryk for sig selv ved at skabe

sig en profil, og de kan få et indtryk af deres naboer. I de boligområder, der anvender Borigo viser det sig, at online aktiviteter også fører til, at beboerne mødes offline. Der opstår aktivitetsgrupper omkring mange forskellige aktiviteter som yoga, pilates, fotoklub mv.

Interessant i denne sammenhæng er det, at beboerne, som beskrevet i Case 5.2.4 og 5.5.2 også bruger de sociale medier til at drøfte spørgsmål om drift af boligen, f.eks. hvordan man læser varmeregnskabet? Hvordan man indstiller ventilationsanlægget? eller, hvorvidt det er ok at kaste papkasser i affaldsskaktten? Vores informanter fra boligadministrationen KAB og ejendomsadministrationen Boligexperten fortæller, at de får vigtig viden om, hvad beboerne interesserer sig for i deres boligområde, og hvilke forhold beboerne ønsker ændret. De får nemmere ved at vurdere, om få eller mange beboere er berørt af et bestemt problem.

Proaktiv bæredygtig ejendomsdrift & sociale medier

Som beskrevet i kapitel 3 vurderer forskerne [14,18], at sociale mediers succes er tæt forbundet med, at indholdet skabes af beboerne, at de har lige mulighed for at deltage, og at der er en tillidsfuld og beskyttet atmosfære, hvor de frit kan give deres mening til kende. Det er således vigtigt at bevare denne balance og lige adgang i kommunikationen på de sociale medier, så dialogen kan udfolde sig så frit som muligt. Beboernes brug af sociale medier giver ejendomsdriften nye muligheder, men forsøg må vise, hvordan informationen kan lægges ind i beboernes videndeling og debat uden at forstyrre det, at alle er lige deltagere. Det kunne være relevant at undersøge, hvad der kan opnås ved at lade synliggørelse af energiforbruget og en øget information til beboerne om god brug af boligen, f.eks. ud fra et årshjul, som beskrevet i case 5.3.7, indgå i en aktiv social medieplatform for et boligområde. Helt afgørende er det ifølge vores informanter, at informationen sker på en måde, der ikke er formynderisk og med en løftet pegefinger. Dialogen på de sociale medier kan ikke stå alene.

Det er relevant at være opmærksom på, at ikke alle bruger sociale medier. Der er ca. 67% af befolkningen, som anvender Facebook, men det gælder kun 50% af borgerne over 55 år. Til sammenligning er der 85% af lejemålene i et boligområde, der har været inde på Borigo inden for den seneste måned og 62% inden for den seneste uge. Vores informanter understreger, at de sociale og interaktive medier ikke kan stå alene, og at de personlige møder mellem ejendomsfunktionærerne og beboerne er vigtige. Fysiske møder og face-to-face samtaler kan måske også modvirke den skævhed ved brugen af sociale medier, som kommer til udtryk ved, at nogle beboere, som har nemt ved at tage ordet på et møde, kan have vanskeligt ved at udtrykke sig på skrift.

En anden barriere for brugen af sociale medier er, at tilstedeværelsen bringer boligorganisationerne i en mere udsat position. Særligt de private udlejere kan ifølge Ejendomsforeningen Danmark opleve, at blive hængt uberettiget ud, fordi de er omgærdet af stærke myter, som får liv på de sociale medier. Vores informanter fra kommunikationsafdelingerne i Ejendomsforeningen Danmark og BL- Danmarks Almene Boliger understreger derfor, at der er behov for både en strategi for at være på sociale medier og et beredskab omkring, hvad man kan gøre i situationer, hvor boligorganisationen kommer i stormvejr. Lejebos Kommunikationschef giver udtryk for, at brugen af sociale medier giver boligorganisationen mulighed for at svare konstruktivt på kritikken.



Branding skal understøttes af dialog helt ude i det yderste led, og det kan digitale medier være med til at understøtte;

Kristoffer Friis Sørensen, Journalist BL Kommunikation.

Perspektivering

Som beskrevet i kapitel 3 kan sociale medier i Lave og Wengers forståelse af "situeret læring" [19] og fælles praksis, bidrage til en "tingsliggørelse", hvor mediet fastholder den dialog og de fortællinger, der deles. Mediet fastholder også, når debatter, viden og handling danner præcedens, og når man beslutter, at: Sådan gør vi her! Denne fastholdelse kan måske styrke, at nye medlemmer af netværket får viden om bebyggelsen og naboerne og med tiden bliver aktive deltagere i en fælles praksis om bæredygtighed.

Sociale medier kan som beskrevet i case 5.5.3 øge deltagelsen i fællesskabet for nogle af de, der ikke tager møder op eller deltager i de fysiske møder. Det er desuden interessant at der ifølge forskerne er flere af dem, der ikke deltager i de online debatter, som læser og følger med, og drøfter indholdet offline. Her kan mediet måske understøtte en "legitim perifær deltagelse", hvor der sker en bevægelse fra "læser" til "deltager". I stedet for blot at være passive "lejere" og "kunder" kan beboerne blive aktive "deltagere" i et eller flere fællesskaber i boligområdet - i fællesskabet om at bo.

Både private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer har målsætninger om at reducere boligernes energiforbrug og miljøbelastning. Da beboernes praksis har en væsentlig betydning for at målene realiseres, peger dette projekt på muligheden for at være i dialog med beboerne over sociale medier, hvor beboerne er til stede, fordi de interesserer sig for deres naboer og boligområdet.

5. Cases - sociale og interaktive medier

Dette afsnit indeholder en 18 cases, der eksemplificerer brugen af forskellige typer sociale og interaktive medier i ejendomsadministration og ejendomsdrift. I kapitel 3 er der redegjort for afgrænsningen af, hvilke typer sociale medier, der indgår i undersøgelsen og valg af cases.

Cases er udvalgt på baggrund af litteraturstudier og interview med bl.a. Ejendomsforeningen Danmark, Boligselskabernes Landsforening og Bygherreforeningen. Cases er beskrevet på baggrund af interview med de private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer, der er repræsenterede med cases. Desuden er der i de cases, der repræsenterer Virtuelle Communities foretaget en screening af indholdet på det pågældende medie.

På baggrund af afgrænsningen, som der er redegjort for i kapitel 3 er rapportens cases opdelt i følgende kategorier:

SMS tjenester

CASE 5.1.1: Frederikshavn Boligforening Blue Idea.

Apps der anvendes til kommunikation om ejendomsdrift

CASE 5.2.1: Boligforeningen Østerbo i Vejle

CASE 5.2.2: DEAS 24-7 App - kontoret er åbent

CASE 5.2.3: AB's Bolig App - et redskab for driften

App's der anvendes til at synliggøre energiforbrug og indeklima

CASE 5.3.1: Privatbo Wilkenbo

CASE 5.3.2: Boligforeningen Østerbo, Grejdsdalsparken i Vejle

CASE 5.3.3: fsb, Solbakken og Birkebo i København

CASE 5.3.4: KAB/ AKB København Karré 15 i Sydhavnen

CASE 5.3.5: Boligselskabet Fruehøjgaard, Brændegårdsparken i Herning

CASE 5.3.6: Exergi dynamisk varmeregnskab med fokus på indeklima

CASE 5.3.7: Boligkontoret Danmark Årshjulet

CASE 5.3.8: Frederikshavn Boligforening www.GodBoligEnergi.dk

Facebook sider og grupper

CASE 5.4.1: Lejerbo - Facebook for boligorganisationen

CASE 5.4.2: KAB & AKB København - Facebook for boligorganisation og afdelinger

Virtuelle Communities

CASE 5.5.1: BKÅ Portalen, Boligkontoret Århus, extranet

CASE 5.5.2: Borigo - 8-book - 8-tallet i Ørestad, virtuelt community

CASE 5.5.3: Assembly Voting - digitale afdelingsmøder & virtuelt community

Websider med social-media features

CASE 5.6.1: Boligexperten AB Købmandsgården

5.1 SMS TJENESTER

5.1.1 Frederikshavn Boligforening "Blue Idea"

MEDIE SMS Servicen "Blue Idea" giver boligforeningen mulighed for at sende SMS beskeder.

MÅLGRUPPE Beboere.

HVAD Beboerne får besked ved særlige forhold, f.eks.: Vi lukker for vandet i dag.

HVORDAN

- Boligforeningen kan gå ind på nettet - udpege bebyggelsen på et kort, og sende information til beboerne via SMS til deres telefonnumre.
- Blue Energy administrerer tjenesten og trækker beboernes mobiltelefondata.
- Beboerne kan indmelde telefonnummer via Frederikshavn Boligforenings web-side.

5.2 APPS DER ANVENDES TIL KOMMUNIKATION OM EJENDOMSDRIFT

5.2.1 Boligforeningen ØsterBO i Vejle

MEDIE APP med indmeldefunktion for boligsøgende og beboere.

MÅLGRUPPE Beboere.

HVAD APP til boligsøgende og beboere i ØsterBO i Vejle, som kan:

- Se ledige boliger i ØsterBO; mulighed for at dele via Facebook.
- Se billeder af ØsterBO's afdelinger.
- Kontakt oplysninger på administrationen.
- Send besked til ØsterBO, om evt. fejl i lejemål eller med spørgsmål.

5.2.2 DEAS 24-7 APP - kontoret er åbent

MEDIE DEAS marketingsafdeling har udviklet en "24-7 APP", som beboerne kan downloade via Appstore til smartphone, PC eller tablet.

MÅLGRUPPE Beboere.

HVEM DEAS administrerer andelsforeninger, ejerforeninger og investeringsejendomme med boliger.

BAGGRUND DEAS har udviklet APP'en ud fra et ønske om at komme tættere på lejerne/ beboerne, og at have en hurtigere og mere direkte kommunikationskanal mellem lejerne og de rette personer i administrationen.

HVORDAN Beboere kan tage et billede med telefonen direkte ind i applikationen

- De vælger, hvilken adresse de sender fra.
- I et kommentarfelt kan de skrive, hvad henvendelsen handler om.

Meddelelsen sendes ind til DEAS servicecenter. Herfra bliver mailen sendt videre til ejendomsfunktionæren eller den person i administrationen, der skal tage sig af henvendelsen.

Der følger billeder med henvendelsen, hvilket betyder, at driftschefen ikke altid behøver at køre ud og tage fotos på ejendommen. Således kan der spares nogle køreture.

Der er uddelt postkort med et billede af 24-7 APP'en i alle beboernes postkasser. Og til nyindflyttere.

VURDERING DEAS har ikke ansat ekstra folk, men har kunnet håndtere henvendelserne med det eksisterende mandskab.

Anette Merlin, der er leder af forretnings-support i afdelingen Investeringsejendomme, formoder, at DEAS kan spare tid ved at anvende 24-7 App'en, idet den erstatter henvendelser over telefonen.

5.2.3 "KAB - "Min Bolig App"

MEDIE "Min Bolig App", der kan downloades til smartphone eller tablet.

HVOR Boligafdelinger hos de almene boligorganisationer, der administreres af KAB. 13 boligafdelinger med fra 33 - 1.500 boliger har i første runde indgået i brug af App'en.

MÅLGRUPPE Beboere hos de boligorganisationer, der administreres af KAB.

FORMÅL App'en er udviklet med henblik på at give driftsbesparelser gennem effektivisering af driftens arbejdsgange og processer, og samtidig skabe øget beboertilfredshed ved at tilbyde bedre muligheder for dialog med driften og administrationen.

BAGGRUND Afsættet for at udvikle App'en var AKB Københavns erfaringer fra Almenbolig+ afdelingerne, der anvender Facebook Grupper, og hvor der er mange medier i spil: Organisationens webside og Facebook side, Afdelingernes webside og Facebook grupper og web-vejledninger. Det er mange steder at holde sig orienteret, og ønsket har været at samle informationen, så beboeren kan finde information om afdelingen og boligen i et medie.

App'en er udviklet på baggrund af samtaler med driftspersonale og beboerrepræsentanter om dagligdagens udfordringer, hvor man har spurgt til, hvordan App'en kan understøtte kommunikationen. Udviklingen er støttet af det tidligere "Ministerium for By- Bolig- og Landdistrikter", nu "Udlændige Integrations- og Boligministeriet", almenboliglovens forsøgsmidler.

INDHOLD Der er tre hovedfunktioner i KABs bolig App: Service og drift, information og en invitation til at være i kontakt med naboerne og styrke fællesskabet i boligafdelingen.

Service og drift

- Varsling til beboerne via SMS, hvis der er sket noget særligt, f.eks. vand i kælderen eller en defekt elevator, en lukket affaldskakt o.l.

- Beboerne kan melde fejl ind til afdelingskontoret. De kan tage et foto af problemet, skrive en tekst og indtale en kort besked til driften.

Information og guides

- Beboerne har adgang til 50 billedguider med information om hvordan man selv kan løse problemer i boligen. F.eks. hvordan man afkalker perlatoren, skifter en sikring eller renser filteret i emhætten. Ejendomskontoret opdaterer guides, der er tilpasset de enkelte afdelinger.
- Driften kan lægge generel information om driftsforhold ind i App'en.
- Driften kan også lægge information ind under menuen "Nyt fra Afdelingen".

Fællesskab

Kend din nabo: Alle beboere kan lave en profil med billede og en kort beskrivelse af sig selv.

Der er en opslagstavle, hvor beboerne kan lave opslag omkring f.eks. køb og salg af ting eller skrive besked til de andre beboere.

STATISTIK

App'en har været i drift i mindre end et år og anvendes pt. i 11 boligafdelinger, herunder en Almenbolig+ afdeling. KAB forventer at App'en anvendes af mellem 25-30% af lejemålene efter et års brug. Efter et halvt

års brug var den i brug i 16% af lejemålene. Det dækker over, at nogle afdelinger har tilslutning fra 56% af lejemålene, og andre afdelinger kun af 6%. Særligt nye beboere anvender App'en. Guides med gode råd om brug af boligen er de mest besøgte sider på App'en.

Driften anvender muligheden for at sende SMS eller mails til brugerne af App'en. Der er udsendt knap 2.000 SMS'er med driftsinformation og 3.300 E-mails.

Der er modtaget 250 indberetninger af fejl via App'en.

VURDERING

Driften vurderer, at de forskellige guides fører til færre henvendelser og mere kvalificerede henvendelser fra beboerne, fordi de har haft mulighed for først selv at finde løsninger på problemet, og driften dermed kan udelukke disse årsager til problemet.

Brugerne har ikke taget den sociale del af applikationen i brug i samme omfang. KAB vurderer, at App'en ikke umiddelbart har bidraget til at skabe større kontakt beboerne imellem. Meget få har eksempelvis benyttet sig af muligheden for at oprette profiler. KAB vurderer derfor, at den sociale del enten bør videreudvikles eller helt fjernes fra App'en.



5.3 APP'S TIL AT SYNLIGGØRE ENERGI OG INDEKLIMA

5.3.1 Privatbo, Wilkenbo på Frederiksberg

HVOR Ejendommen Wilkenbo i Frederiksberg Boligfond, der administreres af Privatbo. 156 boliger fra 1923, heraf 70 mindre boliger som er totalrenoveret i 2013-14.

MEDIE Visualisering af energiforbrug på skærme i udvalgte opgange og boliger.

MÅLGRUPPE Beboere.

BAGGRUND Netværket Bo-Energi.Net, der er etableret af AlmenNet, Bygherreforeningen og Ejendomsforeningen Danmark, har sat fokus på energirenovering af lejeboliger. Ét af indsatsområderne er at undersøge, om det giver effekt at synliggøre energiforbrug som en påvirkning af beboerne i forhold til deres energiforbrug. Der er gennemført to pilotprojekter, hvoraf dette er det ene, og det andet er beskrevet i case 5.3.5.

INDHOLD I fem opgange er der etableret en skærm til visualisering af energiforbrug - placeret ved postkasserne. Der er opsat skærme i fem opgange - tre med mindre boliger og to med 4-5 rums boliger. På skærmen vises opgængens samlede forbrug af el, varme og vand og det sammenlignes med forbruget i andre opgange. Skærmene er ikke brugt til andet end visning af energiforbrug samt dato, klokkeslæt og en vejrudsigt.

I 20 lejligheder på tværs af opgængene er der opsat en skærm i boligen - valgt ud fra interesse. Her sammenlignes forbruget af el, varme og vand med målsætningen, som er det forbrug, der afspejles i a conto betalingerne for den pågældende bolig.

Varmeforbruget er blevet monitoreret i et år inden opsætning af skærme, mens der er mangler i de historiske data på det øvrige forbrug. Der er desuden flyttet nye lejere ind i monitorerede boliger. Her er sammen-

lignet med samme type lejligheder i samme ejendom - med og uden skærm.

RESULTAT Et år efter forsøget kunne man se en lille effekt, men ikke en væsentlig effekt. Efter et år slukkede man for skærmene. Og et halvt år efter steg elforbruget.

Beboerne viste stor entusiasme fra starten. Men da det blev aktuelt at melde sig til at deltage, var interessen dalet og det var vanskeligt at finde deltagere. Der var ikke nogen nævneværdig tilslutning til at deltage i beboermøde og workshop om projektet. Rapport over projektets resultater forventes udgivet primo 2016 på www.bo-energi.net.

5.3.2 - 5.3.5 "Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima"

Energi og Miljø har gennemført projekter sammen med fire boligorganisationer omkring synliggørelse og visualisering af energi og vandforbrug samt indeklima. De fire cases er blevet afrapporteret i rapporten "Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima" udarbejdet i samarbejde med Alexandra Instituttet. Rapporten er tilgængelig på Alexandra Instituttets webside.

Nedenfor redegør vi kort for de fire cases på baggrund af denne rapport.

MEDIE App's til visualisering og synliggørelse af energiforbrug + web og kampagner

HVOR

- Koncept 1: Boligforeningen ØsterBO, Vejle
- Koncept 2: Boligselskabet fsb, København
- Koncept 3: KAB - AKB København, Sydhavnen
- Koncept 4: Boligselskabet Fruehøjgaard i Herning.

KILDER Rapporten Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima, Alexandrainstituttet og Energi og Miljø, 2015. Interview med Christian Kierkegaard, Domea, Energi og Miljø.

LINK <http://alexandra.dk/dk/cases/proak-proaktiv-energiadfaerd>

MÅLGRUPPE Beboere.

5.3.2 Boligforeningen Østerbo, Grejsdalsparken i Vejle

- MEDIE** Koncept 1: Synliggørelse ved hjælp af display og web.
- HVEM** Boligforeningen ØsterBO Vejle, Bleau, BA technologies, Energi og Miljø.
- HVOR** Boligforeningen ØsterBO administrerer ca. 3.000 lejemål i Vejle. 39 boliger fra 2003, 82 beboere, fortrinsvis ældre (77% > 50 år).
- MÅLGRUPPE** Beboere.
- LINK** Video: <http://www.osterbo.dk/Projekter-i-ØsterBO.aspx?ID=933>
- HVORDAN** Vand og varmemeforbrug vises på display i entréen ved hoveddøren.
QR kode - link til webside via Smartphone.
- Visning:** liter vand/ person og kWh/ person + forbrug pr. uge
- Pil viser om forbruget er stigende eller faldende.
 - 1. år sammenlignes forbruget med forbruget i de øvrige boliger.
 - 1. år er der en indikation af, hvilken bolig, der har lavest forbrug.
- Kampagne:**
- Montering af vandbesparende perlatorer og sparebrugere
 - Beboermøder
 - Omdeling af synliggørende fysiske ting koblet til spareråd:
 - Kartofler og tandbørste - info om at slukke for vandet
 - Brusehoved med vandsparefunktioner
 - Vandflasker med diagrammer over fordeling af vandforbrug
 - Termometer sku en grad ned og spar 5% på varmeregningen

5.3.3 fsb - Solbakken og Birkebo i København

- MEDIE** Koncept 2: Synliggørelse ved hjælp af månedsrapporter, App og web.
- HVOR** Solbakken ved Enghave Station: 40 boliger ud af 140.
Birkebo Birkedommenvej i København: 60 boliger i en karré.
- HVEM** fsb, ista Danmark, Energi og Miljø.
- HVORDAN** Visualisering af indeklimate, vand og varmemeforbrug i månedsrapport på papir.
- Tilmelding til App, der sender information om forbrug
 - Webside - hvor man kan få oplyst forbrug
 - Fjernaflæste elektroniske varme- og vandmålere fra Varmekontrol (Ista)
 - Der etableres desuden synlige fugtmålere i lejlighederne
 - Istamedarbejder tilbyder vejledning til beboere
 - Måleperiode to år.
- App'en indeholder en push funktion, hvor beboerne med højt energiforbrug får en besked uden at de skal logge på App'en eller web.
- Alle beboere modtog en månedsrapport, der indeholder en forside med smileys og en side to med grafer, prognoser, økonomi samt spareråd. Beboernes forbrug sammenlignes med forbruget hos beboere der har det laveste forbrug i afdelingen.
- I Birkebo desuden en julekalenderkampagne med mulighed for at vinde præmier
- VURDERING** Der er en vis effekt i form af færre boliger med høj luftfugtighed (over 65%) i måleperioden.

Der var et meget lille antal brugere, der tilmeldte sig brug af App'en. Månedsrapporterne erstatter brug af App og web. Beboerne forholder sig til forsiden af rapporten med let aflæselige smileyer men ikke til den mere komplicerede bagside med yderligere information.

5.3.4 KAB/ AKB København; Karré 15 Sydhavnen

MEDIE Synliggørelse ved hjælp af SMS, App og web (Koncept 3)

HVOR 368 familieboliger fra 1944 i Karré 15 i Sydhavnen; Opvarmet areal 22.123 m²

HVEM KAB/ AKB København; CASI Technology, Center for Miljø ved Københavns Kommune; Energi- og Miljø.

KILDER Rapporten Proaktiv optimering af energi-forbrug og indeklima, Alexandra Institutet. Konference 26. august 2015, Domea, Høje Taastrup.

HVORDAN Visualisering af varmekonsumet via SMS og adgang til energidata via web/ App:

- CASI Technology foretager automatiske måler aflæsninger, der kommunikerer trådløst med dataloggere i boligen. Adgang til webplatform med målerdata.
- Beboerne kan tilmelde sig til en Varme-App, der en gang om måneden sender en SMS-besked om varmekonsumet i den forløbne måned. Desuden sendes en besked, hvis varmekonsumet overskrider det indbetalte a-conto beløb eller det gennemsnitlige forbrug i afdelingen. Hvis der er et 0-forbrug orienteres om vigtigheden af at tænde for varmen og holde boligen fri for fugt.
- Personlig kontakt til ejendomsfunktionærer. "Bydelsmødre": kvinder med anden etnisk baggrund, der er uddannet til at rådgive beboerne om energi og miljø.
- Beboerinformation - Facebook, pjecer, film og plakater i opgangen
- Indeklimakort - plastickort med farvekode, der viser temperatur og luftfugtighed i boligen.

RESULTAT 41 lejligheder svarende til 11% af lejemålene er tilmeldt SMS ordningen.

Det er ikke muligt at redegøre for resultaterne fra de fire forsøg. Målinger det første år viste en reduktion af varmekonsumet på ca. 5%, men det fremgår ikke tydeligt, om denne effekt er varig.

5.3.5 Boligselskabet Fruehøjgaard; Brændegårdsparken i Herning

MEDIE Koncept 4: Synliggørelse ved hjælp af tablet

HVOR Brændegårdsparken 1-79 i Herning, 306 familieboliger, renoveret 2010-2013. 29.000 m².

HVEM Boligselskabet Fruehøjgaard, Brændegårdsparken i Herning; Techem, Energi og Miljø.

HVORDAN Synliggørelse af el, vand og varmeforbrug på en udleveret tablet i 10 lejemål.

- Visning af forbrug for enten det seneste døgn eller for hele året. Visning med Smileys.
- Månedsopgørelser i papirform
- Tre kampagner med fokus på henholdsvis el, vand og varme. Omdeling af spareråd og forskellige hjælpemidler f.eks. badetimer, fugtmåler og elmåler.
- Der afvikles konkurrencer, hvor beboerne kan vinde.
- Der udleveres en boks, der viser temperatur og luftfugtighed.

RESULTAT Det er ikke muligt at redegøre for resultaterne fra de fire forsøg. Målinger det første år viste en reduktion af varmekonsumet på ca. 5%, men det fremgår ikke tydeligt, om denne effekt er varig.

5.3.6 ICMeter - dynamisk varmeregnskab med fokus på indeklima

- MEDIE** App's til synliggørelse af energiforbrug og indeklima knyttet til IC Meter målinger af indeklima
- HVEM** IC Meter konceptet er udviklet af Exergi Innovation og Rådgivning, og konceptet for dynamisk varmeregnskab er udviklet i samarbejde med DTU Byg, Center for Indeklima og Energi.
- HVOR** Lejerbo - Ege volden Hvidovre; Deas - Hanebred Vanløse. Der er iværksat et nyt forsøg i 300 lejemål i en ejendom i Københavns Kommune, der er administreret af Domea.
- MÅLGRUPPE** Beboere i boligbebyggelser, almene og private.
- KILDER** Rapport: Dynamisk varmeregnskab med fokus på indeklima i lejligheder, Exergi, DTU, ICIEE, marts 2014
Notat: Smart Grid, fleksibelt elforbrug og samspil med forbrugere og digitale tjenester i hjemmet, Exergi 2010
- BAGGRUND** Dynamisk varmeregnskab tager udgangspunkt i at det har betydning for både beboerne og boligen, at der er et godt indeklima, herunder hensigtsmæssige varme- og fugtforhold i boligen. Regnskabet skal tilvejebringe et fair og adfærdregulerende incitament for beboerne til at holde boligen opvarmet og fri for fugt. Et godt indeklima betyder, at der hverken skal være for koldt eller for varmt, og der skal være en hensigtsmæssig udluftning eller ventilering af hensyn til fugtforholdene i boligen. Systemløsningen gør det muligt via målinger af indeklima og lokale vejrdata at adskille brugsadfærden fra bygningens tekniske forhold.
- HVORDAN** IC Meter konceptet indeholder følgende elementer:
- IC-Meter: Indoor Climate Meter Cloud løsning måler, analyserer og visualiserer indeklima i et rum eller en bygning ud fra

vejrdata, forbrugsdata for el, varme og vand.

- Digitale målere sender data til "Cloud-løsning" og videre til et website - derfra sendes rapporter til web/ smartphone
- Der måles på "temperatur, fugt, CO₂ indhold i luften og støj"
- IC Meter boksen monteres et sted i boligen i entreen - forsøg viser, at det giver retvisende data for boligen.
- Beboerne modtager et ark om indeklimaet for den forrige måned med smileys grøn= anbefalet indeklima, gul=ikke kritisk, rød=markante afvigelser fra det anbefalede indeklima, for varmt eller for koldt, for høj luftfugtighed eller for højt CO₂ indhold i indeluften. Arkene kan omdeles eller sendes via E-mail.
- Data og smileys kan vises via web/ smartphone på www.ic-meter.dk

Det dynamiske varmeregnskab (som ikke er afprøvet i de to afdelinger) fastsætter en fast pris på varme ud fra det samlede forbrug det foregående år. Betalingen for varme fastsættes ud fra et anbefalet indeklima, og der er en merudgift for lejerne, hvis deres varmeforbrug afviger fra det anbefalede. Afvigelserne vil afspejles i de gule og røde smileys, og lejerne får kendskab til og råd om en hensigtsmæssig brug af boligen.

VURDERING Målinger viser, at konceptet har påvirket forbruget og indeklimaet hos flere lejere. Interviews med beboerne i de to bebyggelser viste, at beboerne lagde vægt på at have grønne smileys og gerne ville have gode råd om, hvordan de kunne opnå det. Indeklimamålingerne blev af beboerne i forsøget oplevet som mere gennemsigtigt og forståeligt end det traditionelle varmeregnskab.

5.3.7 BDK - Årshjulet + SMS og Direct Mail

- MEDIE** Webservice og SMS tjeneste; "Årshjulet" på tegnebordet.
- HVEM** Boligkontoret Danmark, der administrerer 60 almene boligselskaber med 32.000 boliger.
- HVAD** Boligkontoret Danmark har en løsning på tegnebrættet, der omfatter en webportal for den enkelte beboer. Fra Boligkontoret Danmarks webside skal beboeren kunne gå ind på "Min Side" eller evt. "Min E-boks" og finde information om lejligheden.
- MÅLGRUPPE** Beboere i boligafdelinger hos Boligselskaber, der administreres af Boligkontoret Danmark.
- KILDE** Interview med Boligkontoret Danmark, energi- og miljøchef Jesper Telcs.
- BAGGRUND** Boligkontoret Danmark ønsker at have en differentieret kommunikation, og websiden skal formidle, at: "Det er til netop dig, vi kommunikerer". Der anvendes forskellige kommunikationskanaler, som er relevante for den pågældende målgruppe. På et kollegium for unge vil det være relevant at bruge Facebook, og i en ældreboligafdeling kan det være relevant at sende breve. Et tredje sted skal varmemesteren ud og banke på dørene hos beboerne.



Vi opererer med én og ét - et selskab, én afdeling, én beboer. Vi kan ikke tro, at når vi laver kampagnemateriale, at det der virker i Ribe også virker i Holte. Vi vil gerne sætte nogle systemer op, der skriver kære fru Jensen;

Jesper Telcs, miljøchef, Boligkontoret Danmark.

- HVORDAN** Årshjulet Et væsentligt omdrejningspunkt for kommunikationen vil være en central monitorering af el- vand og varmemeforbrug, som giver mulighed for at gå ind med målrettet kommunikation. Idéen er, at kommunikationen dels skal være differentieret

i forhold til de udfordringer, der kan være i den enkelte bolig, og den skal adressere relevante udfordringer i løbet af året.



..... vi har fokus på den sunde bolig, energi, vand, varme, indeklime. Er boligen sund, har du også en sund økonomi ud fra et energimæssigt perspektiv. Vi fokuserer på det hele;

Jesper Telcs, miljøchef i Boligkontoret Danmark.

Med årshjulet vil kommunikation relatere sig til relevante udfordringer hen over året. Information sendes som push information ud med Direct Mail, SMS eller på papir, hvis det ønskes. Eksempler:

- I oktober måned er det relevant at fortælle, at: "Nu starter fyringssæsonen. Husk på, hvordan du sparer varme. Her er nogle gode sparetips".
- I december kan der være information om elforbruget og elpriser.
- Hvis målerdata gør det relevant, kan der iværksættes en vandsparekampagne.
- Efter sommerferien kan der sendes information om Legionella: "Husk at skylle ud fra din bruser, når du kommer hjem fra ferie, så vandet er friskt".

Der arbejdes med, at YouTube, videoklip og Pixivejledninger med spareråd skal ligge på Boligkontoret Danmarks webside og kan trækkes over på beboerportalen.

5.3.8 Frederikshavn Boligforening, [www.God Bolig Energi.dk](http://www.GodBoligEnergi.dk)

MEDIE Interaktiv App til visualisering. Website.

HVOR Frederikshavn Boligforening administrerer 3.500 almene boliger i Frederikshavn og en række mindre byer.

MÅLGRUPPE Beboere i Frederikshavn Boligforenings afdelinger.

KILDE Interview med Frederikshavn Boligforenings Inspektør Brian Thomsen. Brian Thomsen arbejder med energihandlingsplaner samt drifts- og vedligeholdsplaner.

BAGGRUND Frederikshavn Boligforening har en ambitiøs energipolitik, hvor det er et mål at renovere alle foreningens boligafdelinger, således at foreningen er forbrugsneutral i 2050. Energirenovering sker så vidt muligt i henhold til kravene i bygningsreglementet 2020. Målet er at reducere beboernes energiforbrug til 60% i 2020, 40% i 2040 og 20% i 2050.

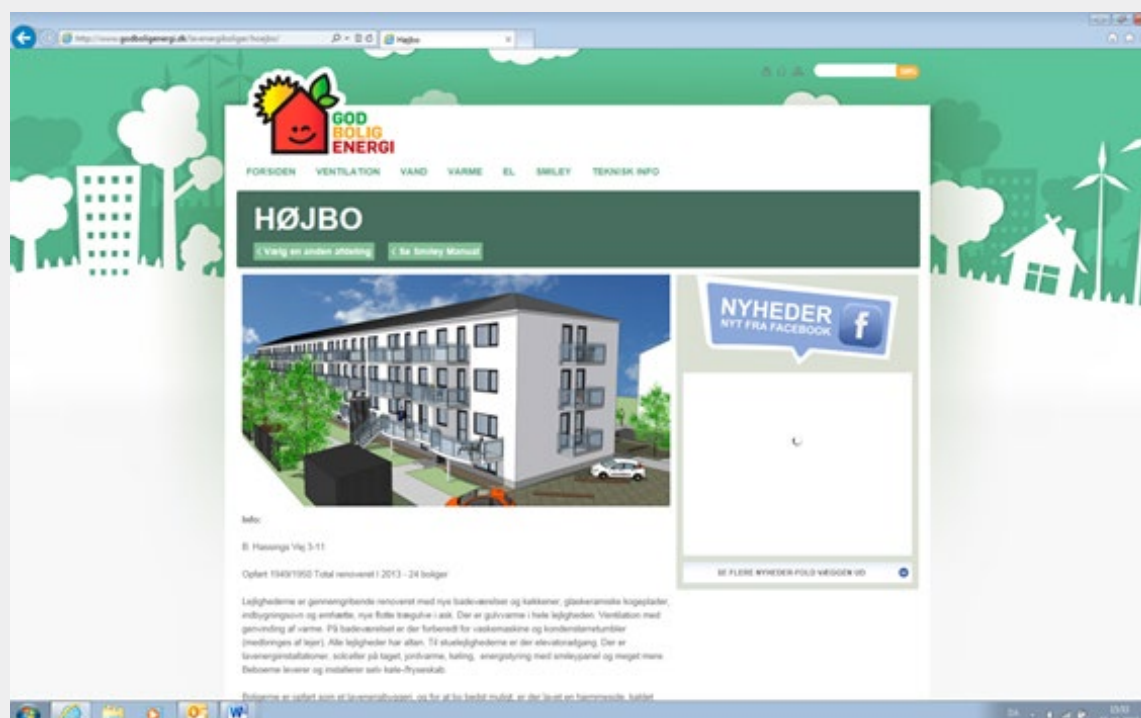
HVORDAN Med henblik på at involvere beboerne i foreningen i at nå dette mål, har boligforeningen udviklet en kommunikationsløsning, der består af:

- Websiden: www.GodBoligenergi.dk.
- Et Smiley Touch Panel i boligerne, der viser el, vand, varmeforbrug samt fugtforhold.

Websiden [GodBoligEnergi.dk](http://www.GodBoligEnergi.dk)

Frederikshavn Boligforenings første intention var at sætte beboerne på skolebænken med "Boligenergiskolen" og give dem kurser omkring det at være el, vand og varmebrugere. De skulle have gode idéer til, hvordan de kan leve i de nye lavenergiboliger. Tidligt fandt boligforeningen ud af, at beboerne ikke var interesserede i at deltage i fysiske kursusaktiviteter, og løsningen blev i stedet, at gøre undervisningen digital. I dag gives information og spareråd via en webside suppleret med workshops, ekskursioner og et netværk af klimaambassadører.

- Når en energirenoveret afdeling bliver afleveret, er der oprettet en ny underside på websiden www.GodBoligEnergi.dk med data for den specifikke afdeling.
- Der ligger også en folder med en række gode råd og anbefalinger om, hvordan beboerne kan spare på el, vand og varmebruget.
- Siden er integreret med nyheder fra Facebooksiden for Frederikshavn Boligforening.



Smiley touch panel i boligerne

Smileypanelet er udviklet af "Tankegang" og "Soft og Teknik"

- Synligt i gangen, hvor beboerne kommer forbi flere gange i løbet af en dag.
- En Smiley for el, vand, varme og fugt.
- Smileypanelet er et elektronisk monitoreringssystem, hvor en kontroller indsamler målerdata, som sendes til en central database.
- De registrerede forbrugstal i databasen sammenlignes med forbruget, der ligger til grund for a-conto indbetalingerne, og vises realtime som en sur eller glad smiley på panelet, alt efter om det målte forbrug ligger over eller under det forventede forbrug.
- HMI visualiseringspanelet kunne også være en tablet.

Brian Thomsen fremhæver, at Smileyen er visuel og derved overkommer sprogbarrierer. Den kan forstås, selv om man taler tyrkisk eller serbisk.

Indeklimastyring

Fugt Smiley'en afspejler ventilationen i lejligheden, og beboeren har mulighed for at indstille både luftskiftet i lejligheden og temperatur i hvert enkelt rum:

- I lejlighederne er der individuelle ventilationsanlæg med varmegenvinding.
- I hvert rum måles luftfugtigheden med en måler, der styrer ventilationsanlægget i boligen. Hvis luftfugtigheden er ok, kører anlægget ikke.
- Har anlægget ikke kørt i 24 timer, sker der et automatisk luftskifte over to timer.
- Beboerne kan overstyre den automatiske indstilling og gå fra "lavt" til "højt" luftskifte.
- Indblæsningstemperaturen ligger to grader under rumtemperaturen, så der ikke opstår træk, og så rummene ikke opvarmes via ventilationsanlægget.
- Energiforbruget til ventilationsanlæggene går på det fælles elforbrug, så der ikke er en incitament for lejereren til at slukke for anlægget for at spare strøm.

- I hvert rum er en rumtermostat, som beboeren kan indstille og som måler temperaturen.
- Rumtermostaten går fra 1 - 7, hvor 1 svarer til 16 grader. Med henblik på at sikre mod fugt og skimmel, kan der således ikke slukkes helt for varmen i et rum.

BRUG

Brian Thomsen forklarer, at hvis beboerne undrer sig over en sur smiley, kan de ringe til ejendomsfunktionæren og få en dialog om, hvad det høje forbrug kan skyldes. Eksempelvis var forklaringen et sted, at beboeren havde en gammel fryser, hvor termostaten var gået i stykker. Et andet sted havde børnebørnene havde været på besøg, og de havde skruet op for varmen i nogle rum.

VURDERING

Det første anlæg blev taget i drift i 2012. Brian Thomsen vurderer, at interessen for smileypanelet ikke er faldet. Han bygger blandt andet vurderingen på, at det varmeforbrug, der har været det første år efter renovering, holder sig stabilt og på de tilbagemeldinger, han har fået fra ejendomsfunktionærer og beboere. Henvendelser til ejendomsfunktionærerne aftager efter den første implementeringsperiode.

Det er ikke muligt at se, i hvilket omfang energibesparelserne skal henføres til renoveringen af bygningen, og hvor meget, der skyldes smileypanelet. Der er ikke lavet brugerundersøgelser af brugen af panelet.

5.4 FACEBOOK – SIDER OG GRUPPER

5.4.1 Lejerbo - Facebook, Twitter og YouTube

MEDIER Facebook side for boligorganisationen Lejerbo, Twitter, YouTube, Vimeo.

MÅLGRUPPE Beboere hos Lejerbo; boligsøgende og andre borgere.

HVORDAN Lejerbo har en aktiv Facebookside og har brugt Twitter siden 2009.

Lejerbo har produceret informative videoer, f.eks. om hvordan man kalkulerer sin vandhænkning af, gør sit køleskab rent. De ligger på YouTube med links fra Facebook og Twitter.

Formålet med at være til stede på Facebook og Twitter er branding – at vise, at Lejerbo er en serviceminded virksomhed. Indhold er blandt andet nybyggeri og gode fortællinger. Siderne er generelle og indeholder ikke meget information om drift.

RESULTAT

Facebook: Nyhederne når ud til 7.000 læsere, selvom der kun er 2.000 brugere af siden.

Nogle videoer bliver læst af mange, nogle kun af få.

Da Lejerbo oplevede en brand, hvor websiden var nede, var Facebook en vigtig kanal for kommunikationen. En nødwebpage henvisede til Facebook, og informationen spredte sig hurtigt.



5.4.2 KAB og AKB København - Facebook og en palet af medier

HVORDAN

KAB's webside www.kab-bolig.dk: beboerne kan skrive til KAB via websiden. Her ligger digitale vejledninger om driftsspørgsmål, som der linkes til fra andre sider.

MEDIER

Facebook sider, Facebook grupper & Virtuelt Community
KAB og AKB København anvender en bred palet af digitale medier og sociale medier. Administrationen vurderer fra opgave til opgave, hvilke medier, der egner sig til hvilken type kommunikation.

Mit KAB er beboerens personlige side på KABs webside, hvor der er link til afdelingens hjemmeside samt evt. facebookside for boligselskabet og evt. facebookgruppe for afdeling.

HVEM

KAB administrerer 35 boligselskaber og 330 afdelinger med ca. 55.000 boliger. AKB København er et boligselskab med 70 afdelinger, ca. 9.000 boliger, administreret af KAB.

Boligafdelingernes websider Afdelingerne kan tilkøbe en afdelingswebside. 35 ud af de 36 organisationer har websider for alle boligafdelinger. De integreres med evt. facebookgruppe for afdelingen og boligselskabet.

MÅLGRUPPE

Beboere og bestyrelser

KAB's Facebookside

Formålet er branding overfor beboere, boligsøgende og andre interessenter. Siden formidler den gode historie og fortæller f.eks. om nye byggerier.

En kommunikationsmedarbejder besvarer alle henvendelser inden for 24 timer.

KILDER

Interview med Anders Tybjerg, kommunikationschef, KAB; Christian Fries - Kundechef, kundecenter D, Mikkel Kjøgøx, Kundekonsulent, Kundecenter D; Christina Lundbye, Konsulent for AKB København. Rie Grønbech, medlem af bestyrelsen i Grøndalsvænge, en Almenbolig+ afdeling under AKB København.



AKB Københavns Facebookside

Formålet er videndeling mellem afdelinger med beboere som målgruppe samt en branding af det at bo alment gennem deling af positive fortællinger. Der er et link til informationsvideoerne på KAB's webside. En kommunikationsmedarbejder besvarer alle henvendelser inden for 24 timer.

Facebooksider for afdelinger, administreret af driftslederen

Beboer til beboer kommunikation og information fra driftsleder til beboere. Driftslederen kan skrive ud til beboerne f.eks.: "I har glemt at lukke vinduet på taget".

Facebookgrupper for afdelinger

Afdelingsspecifikke Facebookgrupper er lukkede for andre end beboerne i afdelingen. AKB København opfordrer deres Almenbolig+ afdelinger til at have egen Facebook-gruppe. De Boligsociale helhedsplaner er flittige brugere af Facebook.



Jeg skriver ikke i forumet hos Almenbolig+ afdelingerne, men følger meget med i debatten. Der er debat om ejendomsdrift, og det kan bruges forebyggende til at vide, hvad er der af problemer. Jeg kan hurtigt få et overblik over, om der er mange der har et problem, og så bliver der fulgt op på det."

Mikkel Kundekonsulent, Kundecenter D, KAB.

BRUG

AKB Bolig+ afdelingen Grøndalsvænge har en Facebook gruppe, der bruges af 70% af beboerne. I Bolig+ afdelinger varetager beboerne selv driften og vedligeholdelsen af udearealer. Vagter omkring vedligeholdelse går på skift mellem beboerne. Facebook gruppen bliver anvendt til at koordinere møder i de beboergrupper, der tager sig af forskellige vedligeholdelsesopgaver i afdelingen.

Facebookgruppen fungerer som et virtuelt community for afdelingen og bruges til:

- at koordinere aktiviteter. Ud over de fælles arbejdsdage er der en række sociale aktiviteter i afdelingen, fællesspisninger, juleklip mv.
- at dele viden om driftsspørgsmål omkring f.eks. ventilationen.
- at stille spørgsmål til de andre beboere om stort og småt.
- at annoncere køb og salg og udlån af ting.

Rie Grønbech, der er medlem af bestyrelsen i Grøndalsvænge vurderer, at Facebook gruppen muligvis sparer bestyrelsen for nogle spørgsmål, fordi beboerne spørger hinanden. Samtidig giver debatterne i gruppen bestyrelsen en viden om, hvorvidt et bestemt problem deles af mange. Der har f.eks. været problemer med ventilationsanlæggene i boligerne.



Når det er vinter, ser vi ikke hinanden så meget. Så er det fint med Facebook. Vi følger hinandens holdninger og vi lærer noget om hinanden. Det er en god proces".."

Facebook er godt til at understøtte beboernes sociale aktiviteter, og det kan reducere nabokonflikter, så det er et rart sted at bo";

Rie Grønbech, medlem af bestyrelsen i Grøndalsvænge.

VURDERING

Almenbolig+ grupperne har flere medlemmer end der er boliger. Sydhavnens facebookside har 700 brugere - det er i samarbejde med 3B. KAB vurderer, at beboerne er flittige brugere af Facebook grupperne, og at de bidrager til at udvikle det lokale fællesskab.

5.5 VIRTUELLE COMMUNITIES

5.5.1 BKÅ portalen - netværk for folkevalgte i Boligkontoret Århus

HVEM Boligkontoret Århus med 5.600 boliger i Århus.

HVAD Extranet for bestyrelser udviklet via netværkssitet ning.com.

MÅLGRUPPE Bestyrelser i Boligkontoret Århus boligafdelinger, 300 brugere. Siden bruges af udvalg på tværs af bestyrelser i Boligkontoret Aarhus.

KILDE Interview med kommunikationsrådgiver Mogens Bøgh Vindbjerg, Boligkontoret Aarhus.

HVORDAN Sitet er åbent og tilgængeligt for alle medlemmer. Indholdet er offentligt tilgængeligt. Hovedpunktet i Boligkontoret Århus kommunikationsstrategi er "Keep it Simple". Det betyder, at der kun sendes korte og vigtige informationer ud med brev og mail med henvisninger til Boligkontoret Århus web-side og BKÅ portalen. Her ligger opdateret information.

- Bestyrelsesmedlemmer kan oprette sig som medlem med en profil med foto.
- Hver profil har en side med historik, hvor man kan se tidligere indlæg mv.
- Medlemmer kan gå ind og hente dokumenter, referater mv.
- Medlemmer kan abonnere på et nyhedsbrev via portalen.
- Siden er søgbar og indeholder database over indlæg
- Værktøjskassen på siden indeholder redskaber, bestyrelserne kan anvende i deres arbejde, f.eks. er "huskeliste", "dirigentmappe", "urafstemning" mv. nogle af redskaberne, der knytter sig til "afdelingsmødet".
- Stafet, hvor afdelingernes bestyrelser på skift deler fortællinger om fællesskabet.

VURDERING Der er 300 brugere, men der er forskel på, hvor meget de forskellige udvalgsfora bliver brugt. Dialogen er primært envejskommunikation; der opstår ikke længere debattråde.



5.5.2 Borigo - Virtuelt Community - som socialt intranet medie

MEDIE Virtuelt Community og intranet til alle platforme udviklet af Social Living i "Borigo".

HVOR Ejerforeningen 8-tallet i Ørestad: 476 boliger; 62.000 m², administreret af Boligexperten AS. Drift: Damsgaard Service AS.

MÅLGRUPPE Beboere.

KILDER Interview med Jørgen Jakobsen, formand for 8-tallets bestyrelse, Tine Ravnebjerg, Boligexperten, der administrerer 8-tallet, og Ole Torp Petersen, Social Living. Adgang til at studere indhold på mediet.

HVAD

Borigo er det mest veludviklede community for en boligbebyggelse, vi er stødt på i denne undersøgelse. Mediet indgår i driftens og bestyrelsens kommunikation med beboerne om driftsforhold. Derfor redegøres der mere grundigt for indhold på siden end i beskrivelsen af de andre medier.

BAGGRUND

Platformen 8-book og Borigo startede som et intranet. Da der ikke var nogen nævneværdig trafik på mediet, blev det udviklet som et socialt medie.

Udviklerne har haft den kongstanke, at alle parter i boligområdet skal kunne finde sig selv på portalen. Det gælder: bestyrelsen, beboerne, administrationen og driften. Både bestyrelsen, driften og administrationen har et sted på platformen, hvor beboerne kan skrive til dem. En anden grundtanke er at samle alle relevante dokumenter, holde dem opdaterede. Siden er søgbar. Beboerne kan finde, hvad man har diskuteret tidligere.

HVORDAN

Beboere oprettes fra start med profiler og E-mail på siden

- Beboerne kan udbygge profilen med foto, telefon mv.
- Hver profil har en side med historik for delte indlæg, kommentarer mv.
- Alle beboere har lige adgang til at lægge indhold på siden.
- Alle beboere har adgang til de samme informationer og samme startside.

Administrationens side på 8-book

Målet er, at kommunikationen via 8-book kan erstatte udsendelse af breve. I 2015 er der ikke sendt fysiske breve ud med indkaldelse til generalforsamling. Invitationen er sendt via E-mail og annoncere på 8-book. Boligexperten anvender kun sjældent 8-book til at udsende information.

Bestyrelsens side

Knappen: "Skriv til bestyrelsen" ligger på 8-tallets forside. Der kommer ca. en henvendelse om dagen, fortæller afdelingsformand Jørgen Jakobsen, som også giver udtryk for, at bestyrelsen ville have vanskeligt ved at varetage deres arbejde, hvis de ikke kunne gøre brug af 8-book:



Jeg har meget svært ved at forestille mig et bestyrelsesarbejde, som det vi har, uden at have adgang til en facilitet som 8-book".....

....."Det er indlysende at 8-book er en meget effektiv kanal til at informere ejerne.";
Jørgen Jakobsen, 8-tallets bestyrelsesformand.

Driftscentret

I "driftscenteret" kan beboerne melde opgaver ind, og der oprettes en driftssag for hver sag. Driften kan udskrive en oversigt over, hvilke opgaver beboerne har meldt ind. De kan også skrive beskeder ud til en opgang eller en beboer. E-mails fra driften kan ikke afmeldes.

I 8-tallet er der nogle fælles ting til udlån f.eks. stiger, transportvogne mv.. Viceværten får hver morgen en mail fra systemet vedrørende reservationer.

På forsiden er knappen: *Brug for hjælp* "Se hvem du skal kontakte, hvis uheldet er ude". Ifølge bestyrelsesformand Jørgen Jakobsen har knappen reduceret antallet af henvendelser til driften betydeligt. Det fremgår hvornår, beboerne kan ringe til driften, og at det i øvrige tilfælde koster et væsentligt gebyr.



Det har hele tiden stået på 8-book, men nu er det gjort tydeligere og det har hjulpet"

Jørgen Jakobsen, bestyrelsesformand 8-tallet

Beboermappen - samler alt om boligen et sted

Beboermappen er en underside, der strukturerer relevante dokumenter knyttet til ejendommen som f.eks. forsikringer, dokumenter i forbindelse med fem-årsgennemgang mv. Andre dokumenter ligger i en lukket bestyrelsesmappe. Ejerforeningen har således rådighed over alle informationer om ejendommen.

STATISTIK

98% af lejemålene har været inde på portalen.

85% af lejemålene har været på inden for den seneste måned.

62% af lejemålene har været på inden for den sidste uge.

Indlæggene kan også læses i mailen, så indlæg læses også offline.

BRUG

Understøtter videndeling og fællesskab mellem beboere

8-book bliver flittigt anvendt af beboerne. Indlæggene omhandler blandt andet:

- Opslag om sociale aktiviteter, der også ligger i den fælles kalender.
- Videndeling om mange forskellige emner
- Debatindlæg om emner af relevans for boligområdet, turisme, lokalplan, delbil, fælles vaskeri, fælles fitnesslokale, afkalkning af installationerne mv.
- Ønsker om at låne stole, borde, udstyr mv.
- Ønsker om at få hjælp til at løse en opgave i boligen
- Tilbud om rabatter på indkøb af maling, plejemiddel til bordplader mv.

- Annoncering af køb og salg eller bortgivning af tøj, sko, møbler mv.
- Brug af boligens installationer og andre driftsforhold.
- Nyheder om området, nye tiltag, butikker, gode tilbud mv.

BRUG

Eksempel på brug af portalen

Af følgende oversigt over opslag på 8-book over et par dage fremgår, at der er tale om en bred vifte af opslag, der strækker sig fra almindeligt køb og salg til en større samling af beboere, der vil skrive under på en indsigelse mod en ny lokalplan, som vedrører bebyggelsen.

Figur 7: Opslag på forsiden af 8-book 8.10 og 9.10 2015

Overskrift på forsiden	
Tilbud på vægmaling	En beboer har fået forhandlet et 50% tilbud på vægmaling, som han giver andre beboere mulighed for også at få glæde af.
Udlejer parkeringskort	En beboer er bortrejst i en periode og udlejer P-kortet i den periode
Loft Gastrogrill	En beboer anbefaler en ny restaurant, der er åbnet i Fields
To annoncer	En beboer har lagt to annoncer for en taske og et skoskab
Ny indsamling af underskrifter mod Lokalplanforslag	En gruppe beboere har udarbejdet en indsigelse mod lokalplanforslaget for Ørestad Syd og indkalder til et møde i fælleshuset, hvor man kan komme og skrive under.
Smoker upstairs somewhere in 72,72, 74..	En beboer skriver på engelsk og klager over at der bliver tabt cigaretskod ned fra overboerne, som lander på deres terrasse og på stien foran
Andre end mig, der kun har varm vand	En beboer, som har dansk som andet sprog, skriver, at hun kun har varmt vand i hannerne. To naboer i samme opgang skriver, at de oplever det samme. Beboeren skriver næste dag i samme tråd, at hun har kontaktet Damsgaard ejendomsservice på vegne af alle tre boliger. Og at Damsgaard har lovet at få en VVS arbejder til at se på det samme dag.
7 annoncer	En beboer har oprettet syv annoncer, tøj og et ur
Har du en kondicykel	En beboer har været igennem en knæoperation og vil høre om nogen kan låne hende en kondicykel. Hun får to tilbud.
Søger bolig til leje	En beboer spørger på vegne af andre om nogen har en bolig til leje i 8-tallet
Weak internet signal in T Appartments	En beboer skriver på engelsk og spørger om andre har oplevet dårligt signal på TDC Internet
Hjertestartere	Bestyrelsen informerer om, at der er opsat hjertestartere i tre opgange i 8-tallet og at det er muligt at låne en informationsvideo.

BRUG

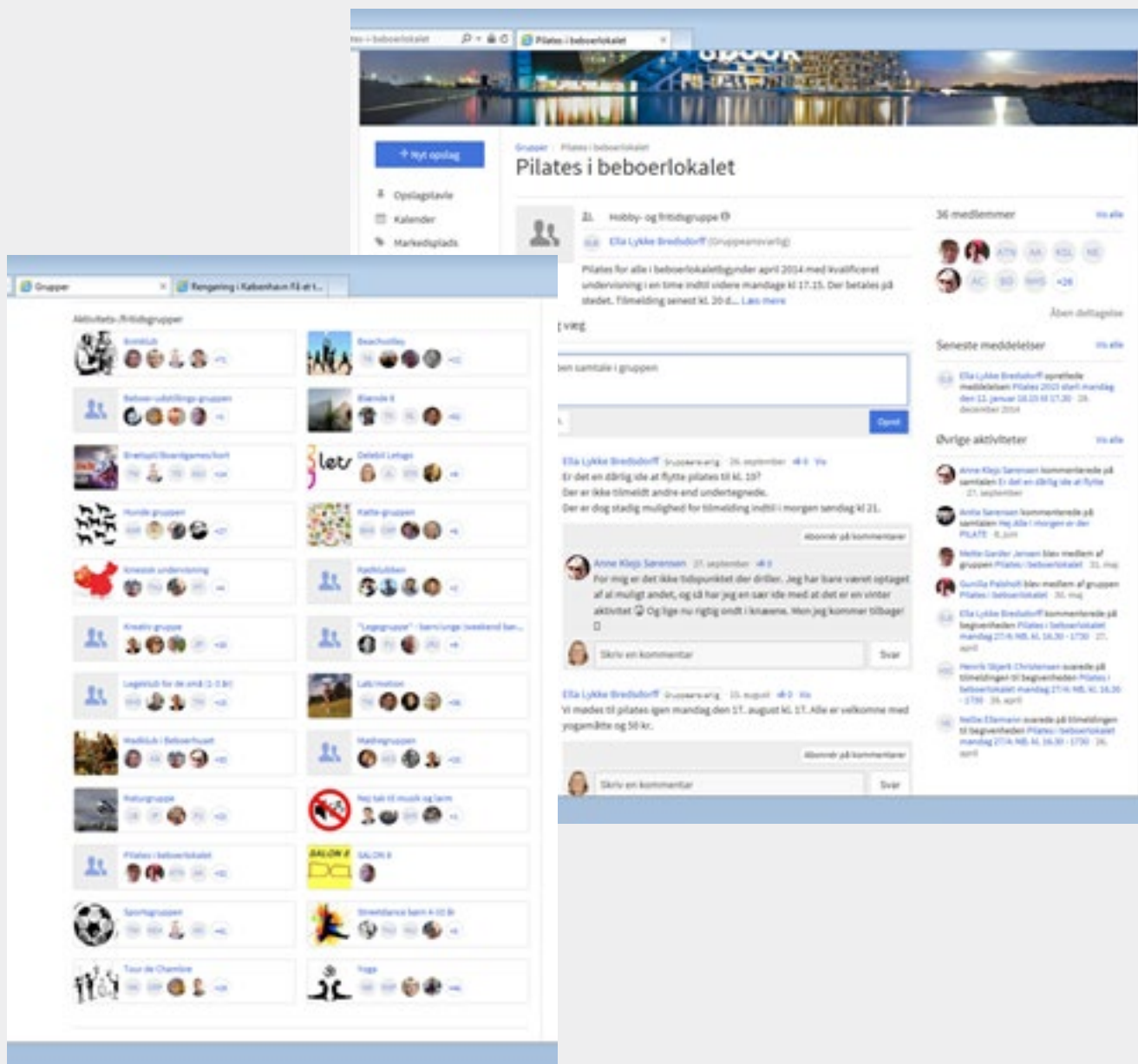
Et virtuelt community

Nedenstående skærbillede viser de 24 forskellige fritids- og aktivitetsgrupper, der er opstået i 8-tallet siden ibrugtagningen af 8-book i 2011. Grupperne annoncerer deres arrangementer i kalenderen, som ligger på forsiden.

Beboerne finder sammen i madklubber, vinklub, kattegruppe, hundegruppe, naturgruppe, legegrupper, brætspil, beachvolley, mødregrupper mv. Madklubben mødes hver 14. dag, og der er yoga og pilates i beboerlokalet en gang om ugen. Udover fritidsgrupperne er der arbejdsgrupper, f.eks. En fælleshusgruppe tager sig af at sørge for at fælleshuset bliver rengjort og vedligeholdt. Værkstedsgruppen har etableret to værksteder, som man kan blive medlem af

som beboer, et træværksted og et metalværksted, der er indrettet i to ubrugte kælderlokaler. Der er også uden held blevet forsøgt at etablere et vaskeri og et fitnesscenter i 8-tallet.

Skærbilledet til højre viser en typisk underside for en gruppe, hvor man kan se, hvem der er medlem af gruppen; man kan skrive opslag, der kommer ud til medlemmerne af gruppen, og alle tidligere indlæg og arrangementer ligger på væggen. At der er en historik for gruppen betyder, at hvis gruppens tovholder flytter eller bliver inaktiv, kan et andet medlem tage over og føre gruppen videre, som det f.eks. er sket med yoga-gruppen.



BRUG

Videndeling om ejendomsdrift og el- vand og varmekonsum

Flere tråde på 8-book handler om boligens installationer og om el-, vand og varmekonsum.

En af de tidlige debatter handler om kolde gulve. Bestyrelsen indkøber et IR termometer og beder beboerne måle temperaturen på gulvene. 8-book bliver anvendt til at give en anvisning på, hvordan man kunne måle temperaturen og til reservering af termometeret. Der bliver målt i 40 boliger, og af dem er der 20 boliger, hvor der var så store forskelle mellem gulvtemperaturen ved vinduet og inde i lejligheden, at de får udbedret isoleringen under gulvet ved facaden.

En anden markant debat har været om varmtvandsforsyningen og svingende vandtemperaturer. I november 2012 er der 74 svar på en tråd, der indsamler data via 8-book ved at bede beboerne svare i tråden med følgende oplysninger:

- 1: *Hvilken tid på døgnet i har observeret de svindende temperaturer.*
- 2: *Hvilket blandingsbatteri i har (det oprindelige eller udskiftet)*
- 3: *Hvor I bor i 8tallet.*

Denne tråd er et eksempel på bottom-up kommunikation, hvor beboerne selv samler information om omfanget af et problem og henvender sig til bestyrelsen.

Bestyrelsen har løbende givet en status i referatet fra bestyrelsesmødet om status for sagen, som det har været vanskeligt at finde et entydigt svar på. I juli måned 2015 skriver bestyrelsen til beboerne i nogle udvalgte opgange og beder dem melde ind, om de justeringer, der er foretaget har gjort forskel.

I tilbagemeldingerne må i gerne angive nuværende omfang af problemet og om justeringen har ændret væsentligt på situationen, på følgende måde

Omfang: Begrænset/Væsentligt

Ændring: Være/Ingen/Bedre

Sagen er et eksempel på, hvordan 8-book indgår i en dialog mellem bestyrelsen og beboerne om et problem, hvor 8-book anvendes til at tage temperaturen på om problemet er løst. Jørgen Jakobsen oplyser, at bestyrelsen nu vil invitere en opgang til at få taget temperaturmålinger.



Tilbagemeldinger, der kommer via 8-book er væsentlige for at give feedback om, hvordan det opleves;

Jørgen Jakobsen, bestyrelsesformand i 8-tallet.

INDHOLD

Følgende tråd om varmeregningen for 2014, der udsendes i marts 2015, er et eksempel på en videndeling mellem beboerne, som hverken involverer bestyrelsen, driften eller administrationen. Se figur på næste side.

Figur 8: Tråd om varmeregningen primo marts 2015

Start

- 4.3 Vi har i dag modtaget en varmeregning, som er lidt over 5.000 kr. højere end sidste år, til trods for at det har været en mildere vinter.
Radiatorene har samme indstilling som hele sidste varme-år, og antallet af både beboere og kvm i husstanden er den samme. Er der andre der er steget så voldsomt i varmeregningen fra sidste år til nu?
- 4.3 Det lyder forkert...
Vi har modtaget og det ligner meget det samme som sidste år for vores vedkommende.
- 4.3 Jeg troede faktisk at jeg ville få mere tilbage i år pga den milde vinter, men jeg har fået 1/4 mindre tilbage. Men jeres regning lyder godt nok mærkelig!
- 4.3 Vores er steget med lidt over 2000kr. Ikke så meget i forhold til jer, men stadig lidt underligt med tanke på den milde vinter
- 4.3 Du er bestemt ikke alene, jeg er også ramt af en stigning på over 3000 DKK. Spørgsmål sættes på om beregningen er korrekt.
- 4.3 Det kan være påvirket af hvordan naboerne "fyre", gratisvarme fra solindfald er afhængigt af om man har gardiner for osv. Det anbefales at have radiatorene tændt i alle rum. Hvis radiatoren er slukket i et rum trækker det varme fra de andre rum og det giver en dyrere regning.
- 4.3 Se lige efter om nogle af aflæsningerne er ansat via et skøn. Det problem havde vi sidste år. Hvis der er tale om et skøn, bør man sammenligne graddagetallet for de to år.
- 4.3 Vi kan fortælle den modsatte historie, nemlig en besparelse på 2500 kr.
- 4.3 En mild vinter er ikke altid billig. Udgifterne til levering er den samme.
Bruges der færre "streg", vil pris pr. streg alt andet lige blive større.
Jeg vil lave en sammenligning med de tidligere 3 år for at se, om prisen i 2014 er ok.
- 4.3 En ekstraregning på 5000 lyder voldsomt!
Det lidt mere end vores samlede regning og vi fik 105,- tilbage.
I har 6 uger til at gøre indsigelser i.
- 4.3 Vores var 4700kr mindre end den tidligere ejers fra sidste år, som dog også var imponerende høj for en lille 2v.
- 4.3 Min er steget 4984 (97m²), så helt skævt behøver det ikke at være.
- 4.3 Som jeg kan se, viser vores varmtvandsmåler og koldtvarmsmåler ca. 10% mindre forbrug fra 2013 til 2014. Til gengæld, viser Energimåler 300% højere tal !!! Hvad siger jeres Energimåler? Vores viser 9392.000 kwh og på 142kvm giver det et forbrug på 66,14 kwh per kvm.
- 4.3 11545 kwh, hvilket er mere end jer - det lyder vildt :D
- 4.3 Ja Xxxx, enten har du bygget en regnskov med snit temperatur på 38 grader eller skal Techem's konsulent ha' nye briller :)
- 5.3 5672 kwh på en 60m² her til sammenligning.
- 5.3 Tak til alle med jeres tilbagemeldinger. Status er at vores forbrug er det samme eller lidt lavere hvis jeg sammenligner med nogle af vores naboer eller nogle af jer.
Et helt andet issue er om varme regning på 12000.-/år er højt for en lejlighed bygget i 2010/11.
- 5.3 jeg bor på 97 kvm med naboere til alle sider har næsten aldrig brug for åbne for varmen da der altid er ca 21 grader i lejligheden har brugt 257 kwh eller 2700 kr dette har jeg brugt alle de år jeg har boet her
- 5.3 Hvis du åbner lidt for varmen kan det være at dine naboer kan skrue lidt ned ;-)
- 5.3 Jeg har også fået en (dog mindre) ekstrabetaling på godt 900. Yyyy har en god pointe i nabofyring. Zzzz og Ææææ - I og jeg har jo ikke haft nogen nabo i næsten 5 måneder. Det kunne vel godt tænkes at have påvirket forbruget.
- 5.3 Jeg tror at forbruget i høj grad er styret efter hvor i bebyggelsen man bor og hvor mange naboer man har. Mit indtryk er heller ikke at man har været ekstra gavmild med isoleringen under opførelsen
- 5.3 Jeg skal have 2000 kr tilbage :) (95m²)
- 5.3 Langt indlæg udeladt
- 6.3 Måske et dumt spørgsmål men er der ikke mulighed at selv læse af hvad man har brugt/bruger?
- 6.3 Hej Xxxx
I Varmeteknik skab kan man aflæse de samme tal som Techem sender til os forbrugere. Jeg er blot overasket at ens forbrug har steget så meget efter samme forbrugsmønster som sidste varme/regnskabsår.

Fordele og ulemper Facebook eller nyt socialt community

Boligorganisationer, der anvender sociale medier, bruger Facebook, fordi det er gratis, og hurtigt at oprette, og fordi mange af beboerne allerede er på Facebook.

Der eksisterer desuden en myte om, at det ikke er muligt, at få beboerne til at tage et andet medie i brug.

Udviklerne bag Borigo kan imidlertid dokumentere, at i de tre bebyggelser, der bruger mediet, har 62% af lejermålene været på inden for den seneste uge.

Til sammenligning er det under 65% af borgerne, der har en profil på Facebook.

Figur 9: Sammenlignende vurdering af Facebook og Borigo

	Fordele	Ulemper
Facebook	<ul style="list-style-type: none">• Gratis og hostet af Facebook• Beboerne kan selv oprette en facebookgruppe• En del yngre beboere er til stede på Facebook allerede• Brugerne kender brugerinterface og grafik i forvejen• Facebook kan sende besked om nyt indhold via mailsystemet til brugerens indbakke	<ul style="list-style-type: none">• Vanskeligt at have struktureret information på siden, f.eks. filarkiv eller beboermappe.• Vanskeligt at få overblik over interessegrupper i bebyggelsen.• Kan ikke melde driftsopgaver ind.• Databasen er ikke tilgængelig og informationerne er ikke søgbare.• Ikke tilknyttet med en adresse.• Reklamer og forstyrrende elementer.• Man skal være medlem af Facebook for at se, hvad der sker.• Brugerne kan skjule deres profil.• Mere end halvdelen af beboerne over 55 år er ikke på Facebook.• Der kan ikke sendes mail med vedhæftede filer mv.
Borigo	<ul style="list-style-type: none">• Flere undergrupper inden for samme platform• Informationer om boligområdet samlet et sted; filarkiv, beboermappe mv.• Driften og administrationen kan være til stede og åben for dialog• Kan indmeldes driftsopgaver• Booking af fælles faciliteter• Kalender kun om boligområdet• Ingen reklamer• Beboere oprettes med adresse og login. Alle er "på" fra start• Systemet kan sende mails eller SMS, så beboeren også får informationen i indbakken	<ul style="list-style-type: none">• Koster penge at udvikle og drifte• Skal ajourføres med nye beboere ved ind og udflytning• Skal hostes hos en leverandør• Det kræver tid at være til stede• Beboerne skal oprette og huske endnu et login• Ikke en side beboerne er på i forvejen.

5.5.3 Digitale afdelingsmøder med "Puls"

HVAD Puls udviklet af firmaet Aion - et modul til afvikling af digitale afdelingsmøder. Forsøget med digitalt beboerdemokrati i fem almene boligafdelinger.

HVOR Brohuset hos 3B; tre afdelinger hos fsb; en afdeling hos BoVest.

MÅLGRUPPE Beboere i boligafdelinger eller andels og ejerforeninger.

KILDER Interview med Jacob Gyldenkærne, Aion. Evalueringsrapport: Digitale afdelingsmøder i fsb, december 2014, Journalnummer.: 2013-1844. Evaluering: Digitale afdelingsmøder i 3B, VA og fsb, december 2014. Evaluering af forsøg med digitalt beboerdemokrati 2012, 3B. Kommenteret af kommunikationschef Helle Sinding Jensen fsb.

BAGGRUND Assembly Voting er mødemodul til afholdelse af lov- og vedtægtsbestemte møder. Formålet med at udvide afdelingsmødet med en digital platform er at øge beboernes deltagelse i mødet og styrke beboerdemokratiet. Modulet kan facilitere digitale afstemninger og valg af bestyrelser. Hovedsigtet er imidlertid at udvide afdelingsmødet, så beboerne kan stille forslag online og kommentere forslag. Det tidligere Ministerium for By, Bolig og Landdistrikter har givet en dispensation, så digitale afstemninger kunne afprøves i almene boligafdelinger.

HVORDAN Forud for afdelingsmødet er etableret en webside, hvor beboerne kan:

- Oprette sig som brugere.
- Stille forslag og kommentere på andre forslag.
- Stille op til afdelingsbestyrelsen og læse om de opstillede kandidater.
- Der udsendes notifikationer til brugerne, når der er lagt nye forslag op.

2 uger før de fysiske afdelingsmøder er det ikke længere muligt at stille nye forslag. Det er stadig muligt at debattere de stillede forslag og at stille op til afdelingsbestyrelsen. Administrationen kan kommentere på forslagene.

Dagen efter afstemningen modtager alle lejemaal et valgbrev med to valgkoder, der giver adgang til at stemme via websiden. Alternativt kan stemmes via brev. På det fysiske afdelingsmøde registreres de fremmødte lejemaal og de har mulighed for at stemme på stemmesedler der afleveres i en konvolut ved mødet. Disse lejemaal modtager ikke valgbrev og valgkoder dagen efter. Afstemningen slutter syv dage efter det fysiske afdelingsmøde. Der udsendes et referat fire uger efter det fysiske afdelingsmøde, og det lægges på websiden. Portalen indeholder også en funktion, der viser andre boligafdelingers forslag til inspiration.

STATISTIK Konklusionerne fra forsøget er, at digitale afdelingsmøder får flere til at deltage i afdelingsmødet. Der er indsendt flere forslag og blevet stillet flere spørgsmål end normalt, og der er en markant større deltagelse i afstemningerne.

Brohuset, 3B Deltagelsen i afdelingsmødet var 3,5 x større end sædvanligt. 91% af beboerne ville gerne bevare de digitale muligheder.

Tre afdelinger i fsb I 2014 opretter 18%, 33% og 44% af beboerne sig som brugere i de tre afdelinger. Statistikken viser, at en del flere beboere læser med uden at oprette sig som brugere. I den ene afdeling stemmer 7,6% af beboerne i 2012 og 56% i 2014. I den anden afdeling er deltagelsen gået fra 17,2% til 35,7% og i den tredje afdeling fra 14,3% til 33,33% af lejemaalene.

Bo-Vest afdeling fra 2-3 til 10 forslag og fra 6,3% deltagelse til 20,5% deltagelse. 88% finder de digitale redskaber brugervenlige og 78% ønsker at fortsætte med det digitale afdelingsmøde. Der er ikke flere end sædvanligt, der deltager i de fysiske møder

Det er væsentligt for statistikken, at beboerne i to af de deltagende afdelinger er unge, der bor i ungdomsboliger, og som må forventes af have større kendskab til digitale medier. 1/3 af de beboere i fami-

lieboligafdelingen, der har svaret i spørge-skemaundersøgelsen svarer, at de ikke har computer eller internet. Ingen af afdelingerne har ønsket at afskaffe det fysiske møde. De digitale redskaber skal ses som et supplement til de fysiske møder.

BRUG

Beboerne vurderer, at systemet er brugervenligt. Alle finder det nemt at oprette en profil, og nemt at stemme. Der er færre, der finder det nemt at stille forslag.

Ingen beboere i de tre forsøgsafdelinger stemte via brev. To beboere benytter sig af muligheden for at kontakte it-support om hjælp til at stemme via websiden.

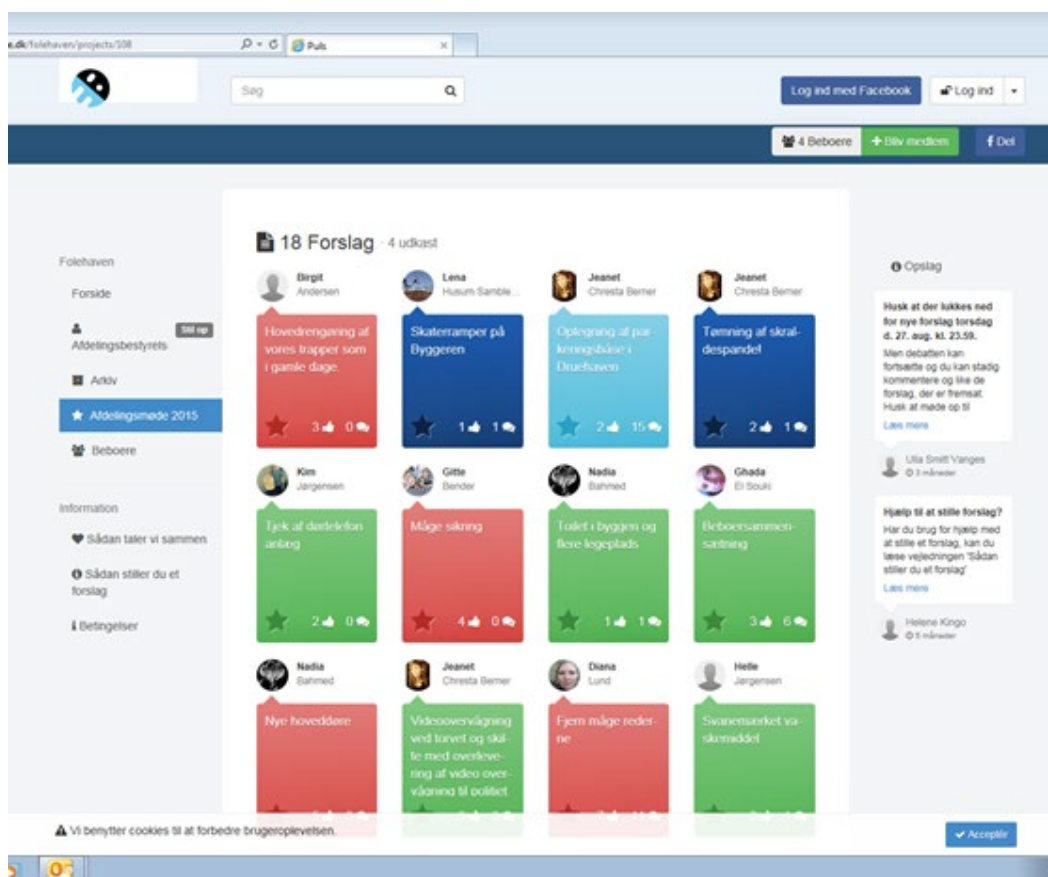
COMMUNITY

Assembly Votings PULS løsning er udviklet til at understøtte beboernes fællesskab mere generelt. Modulet "mødestedet" giver beboerne mulighed for at oprette sociale aktiviteter og tilmelde sig til aktiviteter. Disse muligheder er dog endnu ikke blevet afprøvet i nogen boligafdelinger. 3B har afprøvet siden med følgende funktioner:

BRUG

- Profiler og historik for brugere om deltagelse, indlæg mv.
- Åbne og lukkede grupper til dialog mellem beboerne.
- Arkivfunktion og søgbarhed.
- Ejendomskontorets opslagstavle
- Booking af beboerlokalet
- Idéværkstedet
- Informationssider
- Nyhedsopslag - oprettes af administratoren af siden
- Nabobørs med mulighed for at købe, sælge og bortgive ting og tjenester.
- Beboerne kan også tilbyde og efterspørge ressourcer - f.eks. lektiehjælp eller hundeluftning.
- Profiler kan logge ind med Facebook Connect.

Brohuset 3B: 2/3 af beboerne brugte hjemmesiden, der indeholdt Puls moduler. Afstemningsmodul lå også på hjemmesiden. Siden kan i den form, den hidtil har været anvendt ikke betegnes som et egentligt virtuelt community, men som en webside med social-media features. Beboerne havde også en Facebook side, og denne blev anvendt til f.eks. køb, salg mv.



Assembly Voting, Forslagside for Folehaven, 3B

5.6 WEBSIDER MED SOCIAL-MEDIA FEATURES

5.6.1 Prosedos foreningswebsider - Boligexperten

MEDIE

Intranetmedie med social-media features for beboere og intranet for bestyrelser. Løsningen er udviklet af Prosedo AS som en systemløsning, der i dag anvendes af 26 administrationselskaber og 2.000 foreninger.

HVEM

Boligexperten varetager administration af 300 andelsboligforeninger og ejerforeninger. 16.059 boligenheder.

MÅLGRUPPE

Beboere og bestyrelser i ejer og andelsforeninger.

KILDER

Interview hos Boligexperten AS med Tine Ravnebjerg er administrator af 8-tallet og A/B Købmandsgården samt Katja Krebs; bogholder og ansvarlig for it-systemerne hos Boligexperten; Interview med Christian Ringbæk, Prosedo.

HVORDAN

Prosedos websystemløsning indeholder tre integrerede løsninger:

- Webbestyrelser til bestyrelserne
- Webbeboer til beboerne
- Foreningshjemmesider til bestyrelser og beboere med social media features

Katja Krebs, der er ansvarlig for it-systemerne hos Boligexperten, redegør for systematikken omkring rettelse og ændringer i it-systemet:



Vi skal ikke have for mange steder, hvor vi skal ind og rette tingene. Webbestyrelser trækker direkte fra systemet, men webbeboer er et drev, hvor der lægges dokumenter ind.”;

Katja Krebs, Boligexperten.

Alle beboere oprettes fra starten

Beboere er oprettet i systemet med E-mail, telefonnummer og evt. CPR-nummer. CPR-nummer anvendes ikke i dag, men gør at

systemet er forberedt til at kunne fungere som E-boks.

Prosedo oplyser, at formålet er at tilbyde boligadministrationen og boligforeningerne:

- En profilside, der giver foreningerne mulighed for branding overfor nye ejere.
- Dokumentbibliotek, hvor dokumenter kan sendes via E-mail.
- Bestyrelser har et arbejdsrum og mulighed for at sende nyheder til beboere.

Webbestyrelser: Adgang for bestyrelser - trækker data fra administrationsprogrammet, sådan at alle ændringer i administrationsprogrammet bliver spejlet ud på webbestyrelser.

- Forsiden: Nøgletal antal boliger, er der flytninger (ind eller ud.)
- Økonomi: Balancen, kontokort, bestyrelsen kan se regninger der er betalt.
- Indbakke: Bestyrelsen kan se bilag og godkende regninger, der er scannet ind.
- Beboere: Bestyrelsen kan se beboerlister, kontokort, indvendig vedligeholdelse mv..

Kan se alle breve, varslinger, rykkerskrivelser mv. der er sendt til beboeren.

- Dokumenter: husorden, vedtægter mv. der vedrører hele ejendommen.
- Kontakter på ejendommen: håndværkere, forsikringsselskaber, bank, revisor mv.
- Bestyrelsens kontaktinformationer mv.

Webbeboer: Adgang for beboere - trækker data fra et særligt drev.

Her ligger alle ejendommens relevante dokumenter, husorden, regnskab, vedtægter, budgetter mv. Beboerne kan ikke skrive beskeder via webbeboer.

På alle opkrævninger af ejerforeningsbidrag o.l. er der link til webbeboer. Der er desuden adgang til webbeboer fra Boligexperten.dk

Foreningshjemmesider: Det er op til bestyrelsen om de ønsker en foreningshjemmeside.

- En del af siden er offentlig tilgængelig, en del er med adgangskode.
- Webbeboer bliver automatisk spejlet over på foreningswebsiden.
- Forsidens faner om ejendommen er offentlige.



Bestyrelsesrummet på foreningswebside med login:

Bestyrelsen kan se kalender og referater fra bestyrelsesmøder, andre kontaktpersoner. De kan redigere websiden fra bestyrelsesrummet og lave flere undersider mv.

Desuden kan de:

- Oprette afstemninger
- Oprette nyheder
- Sende nyhedsbreve ud til beboere direkte på mail i beboerens indbakke

Bestyrelsen har mulighed for at redigere tekst med valg af størrelse, farve, skrifttyper mv.

INDHOLD

Beboerne kan med beboerlogin

- Læse nyheder fra bestyrelsen
- Deltage i afstemninger
- Hente dokumenter
- Beboerne kan skrive til hinanden på en opslagstavle
- Kalender funktion - opslag med f.eks. sommerfest mv.
- Booking af vaskeri og beboerlokale.

FAQ - ofte stillede spørgsmål

På AB Købmandsgårdens foreningshjemmeside har beboerne oprettet en meget grundig FAQ oversigt over ofte stillede

spørgsmål om alt fra Affaldshåndtering og Akut Hjælp til Vedligeholdelse og Vicevært. Beboerne kan således finde svar på en lang række spørgsmål, som de ellers vil henvende sig til bestyrelsen eller administratoren om.

VURDERING

Boligexpertens administrator Tine Ravnebjerg vurderer at boligadministrationen sparer tid, og at det er en lettelse i hendes arbejde, at kunne sige til de beboere, der henvender sig om dokumenter, at de kan finde dokumenterne på hjemmesiden.

Hos nogle foreninger sparer Boligexperten udsendelse af breve, og sender i stedet på mail. Hos nogle foreninger kan administratoren i stedet for at udsende referatet fra generalforsamlingen, sende et brev til beboerne om, at de kan hente referatet på Boligexperten.dk/ webbeboer. Proceduren om at anvende mail til udsendelser er skrevet ind i vedtægterne for den enkelte forening.

Bilag A

Problemformulering og metode

I dette bilag beskrives projektets metode. Der har været anvendt kvalitativ metode, der har involveret litteraturstudier og kvalitative interviews, som er uddybet med en spørgeskemaundersøgelse.

Projektet har haft som formål at besvare følgende problemformulering:

Hvilke muligheder og barrierer ser private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer for brugen af sociale og interaktive medier i ejendomsdriftens kommunikation med beboerne om bæredygtig brug af boligen?

Problemformuleringen har affødt følgende overordnede undersøgelsesspørgsmål:

- Hvilke erfaringer har boligsektoren med brug af sociale og interaktive webmedier?
- Hvilke forventninger – muligheder og barrierer, oplever sektoren ved brug af de nye medier?
- Hvad kendetegner kommunikationen til beboerne om bæredygtig brug af boligen? Det vil sige, hvilke aktører? Hvilket indhold? hvilke medier? og hvilken form?

1. Litteraturstudier

Der er søgt og identificeret litteratur om brug af sociale medier i ejendomsdrift. Boligselskabernes Landsforenings DriftNet og AlmenNet websider indeholder en oversigt over udviklingsprojekter i de almene boligorganisationer. Desuden er Energi & Miljø og Alexandra Instituttets rapport "Proaktiv optimering af energiforbrug og indeklima" indgået i studiet af de fire cases om synliggørelse af energiforbrug, som rapporten beskriver. Desuden er websider og evalueringsrapporter indgået i beskrivelsen af de medier, der indgår i de beskrevne cases. En samlet oversigt over referencer ses i bilag C.

2. Kvalitative interviews

Feltet er blevet undersøgt gennem kvalitative interviews hos større private og almene ejendomsadministrationer/ boligselskaber. Gennem åbne semistrukturerede interview er det søgt at indkredse:

1. Det typiske eller mest udbredte måde, hvorved boligorganisationens eller ejendomsadministrationens kommunikation med beboerne foregår.

2. Brug af sociale og interaktive medier. Her er det forsøgt at beskrive en række cases, der beskriver eksempler på særlige måder at anvende medierne på.
3. Energi- og miljøtemaer som boligorganisationerne og ejendomsadministrationen lægger vægt på at kommunikere med beboerne om.

Interview metode kvalitative interviews

Interviewundersøgelsen og analysen af de kvalitative interviews er foregået ud fra en hermeneutisk metode. Interviews hos Boligselskabernes Landsforening og Ejendomsforeningen Danmark har bidraget til at danne et billede af, hvilke overordnede temaer, branchen oplever gør sig gældende omkring ejendomsdrift og kommunikation med beboerne om driftsforhold. Disse temaer er uddybet gennem interviews med ledende medarbejdere i kommunikation og drift i de større almene og private boligorganisationer/ ejendomsadministrationer.

Interviews samt analysen af interviews og spørgeskemaundersøgelsen er gennemført af Helene Hjort Knudsen, der er arkitekt maa, og som har en baggrund fra ansættelser i flere almene boligadministrationer som kommunikationsmedarbejder og miljø- og energikonsulent. Intervieweren har således haft en forforståelse af, hvordan kommunikation og drift varetages i almene boligadministrationer, men kun lidt viden om kommunikation og drift i den private sektor.

Interviews er udarbejdet på baggrund af en spørgeguide med åbne semistrukturerede spørgsmål. Under interviewet spørges der ind med henblik på at afdække deltagerens egen opfattelse af meningen med deres udsagn. Der stilles åbne afklarende spørgsmål. De indledende spørgsmål til kommunikationscheferne i de almene organisationer har meget bredt handlet om, hvilke medier, der indgår i kommunikationen og det er søgt at afdække det bredere formål med kommunikationen til beboerne.

Deltagerne er blevet informeret om undersøgelsens generelle formål, og hvad resultaterne skal bruges til. Ingen af de interviewede har adspurgt givet udtryk for, at de ikke ønskede at interviewet blev optaget på bånd. På næro interviews er alle interviews således optaget på bånd. På baggrund af båndoptagelser og skriftlige noter, er der sammenfattet et referat, tæt på en transskribering, som

er sendt til kommentering. De anvendte citater er sendt til godkendelse i den sammenhæng de indgår i rapporten. I et par tilfælde er interviewet ikke af god kvalitet på båndet og referatet er skrevet på baggrund af de noter, der er noteret under interviewet. Det fremgår af oversigten over interviews, hvilke, der er optaget på bånd.

Valg af informanter

Der er udført kvalitative interviews hos udvalgte store almene og private ejendomsadministrationer og almene boligadministrationer, der forventes at være frontløbere for nyudvikling og brug af nye sociale medier. Desuden er der gennemført interview hos andre boligorganisationer, som ovennævnte informanter har peget på, fordi de har særlige erfaringer med at anvende sociale eller interaktive webmedier.

Der er gennemført interviews med kommunikationschefer og kommunikationskonsulenter samt miljøchefer, driftschefer og ledende driftsmedarbejdere i boligorganisationerne. Listen over informanter kan læses i bilag B.

Spørgeskemaundersøgelse

Survey spørgsmål

Spørgsmålene i surveyen har primært haft som formål at afdække 1) hvilke typer af medier, der indgår i boligorganisationernes kommunikation til/ med beboerne, 2) hvorvidt de private og almene boligorganisationer overvejer at investere i nye webmedier, samt 3) at undersøge hvilke barrierer, der vurderes at være for at anvende sociale medier.

De private ejendomsadministrationer har desuden besvaret spørgsmål om typen af ejendomsadministration, og hvilke typer ejendomme, de administrerer. Disse spørgsmål er ikke relevante for de almene boligadministrationer. Af hensyn til spørgeskemaets længde har de private ejendomsadministrationer kunnet fravælge at besvare tre spørgsmål om ejendomsdrift og energistyring. Fem af de private boligadministrationer, der har besvaret spørgeskemaet, har benyttet sig af denne mulighed for at undlade at besvare dette spørgsmål. Af de resterende fem besvarelser, har vi dog alligevel kunnet foretage en vurdering af svarets relevans, fordi det er fem store private ejendomsadministrationer, der har besvaret spørgeskemaet.

Valg af stikprøve private organisationer

Der er udvalgt private ejendomsadministrationer, der administrerer boligejendomme, blandt Ejendomsforeningen Danmarks medlemmer.

- Ud fra en antagelse om, at det vil være de større ejendomsadministrationer eller de mest innovative ejendomsadministrationer, der overvejer at anvende

sociale og interaktive medier på nuværende tidspunkt, er udvalgt ti store (der administrerer mere end 10.000 boliger) og mellemstore organisationer (mere end 5.000 boliger) blandt Ejendomsforeningen Danmarks medlemmer.

- Desuden er spørgeskemaet sendt til 20 mindre private boligadministrationer med henblik på at afdække den bredere interesse i brug af sociale og interaktive medier.

I alt ti ejendomsadministrationer har valgt at besvare spørgeskemaet, herunder otte store eller mellemstore ejendomsadministrationer og to mindre ejendomsadministrationer. Der er taget telefonisk kontakt til de ti store ejendomsadministrationer med henblik på at øge svarprocenten blandt disse. De 20 mindre ejendomsadministrationer er ikke blevet kontaktet telefonisk. Det formodes, at det primært er blandt de store eller større ejendomsadministrationer, der er en interesse for at være i front med brug af nye webmedier.

I spørgeskemaet har boligorganisationen angivet antal administrerede boligenheder, med henblik på at vurdere sammenhængen mellem antal administrerede enheder og anvendelsen af sociale og interaktive medier i forhold til at anvende nye medier. Desuden har administratoren angivet om ejendomsdriften er Inhouse eller ekstern og i hvilket omfang ejendomsadministrationen har ansvar for ejendomsfunktionærerne på ejendommene. Dette vurderes at have betydning for, i hvilket omfang, der ejendomsadministrationen varetager energistyring på ejendommene, som er et af fokuspunkterne i spørgeskemaundersøgelsen.

Valg af stikprøve almene boligorganisationer

De kvalitative interviews er gennemført hos fire af de største almene boligadministrationer med tilsammen ca. 170.000 almene boliger. Lejerbo, KAB, Domea, Boligkontoret Danmark.

Det er valgt at sende spørgeskemaet til 14 større almene administrationsselskaber eller almene boligorganisationer med mindst 2.000 boligenheder og egen boligadministration. Ved at foretage interview hos nogle af de store almene boligorganisationer, er en betydelig gruppe af de mindre boligorganisationer, som ikke har egen administration, også repræsenteret.

Ti af de fjorten almene boligorganisationer har besvaret spørgeskemaet, ni af dem varetager administrationen af mere end 5.000 boliger.

På grund af den lille svarprocent blandt de private ejendomsadministrationer og det lille sample blandt de almene boligorganisationer, er der ikke foretaget en statistisk analyse af svarene. Besvarelserne er i stedet indgået i den

kvalitative analyse, og har uddybet nogle af de spørgsmål, vi har afdækket har relevans for henholdsvis ejendomsdriften og brugen af sociale og interaktive medier. Da de to samples er forholdsvis ensartede med en overvejende repræsentation af større private ejendomsadministrationer og nogle af de allerstørste almene boligadministrations-selskaber, vurderer vi, at de boligorganisationer, der indgår i besvarelsene, varetager administration af en betydelig andel af boligmassen. I flere tilfælde er besvarelsen udført af den ejendomsadministrationens eller boligselskabets administrerende direktør, og på den baggrund er der lagt vægt på at bringe nogle af de kommentarer, som informanterne har gjort i forbindelse med besvarelsene.

Undersøgelsen er desuden sammenholdt med resultaterne fra SBI-rapporten "Miljøstyret bygningsdrift i danske boligejendomme - under forskellige ejerformer" fra 2008, som redegør for ejendomsdriften i både private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer. Det er sket ved udformningen af spørgsmål i spørgeskemaundersøgelsen og i redegørelsen i kapitel 2. Projektets korte løbetid taget i betragtning har metoden vist sig effektiv til at indsamle erfaringer med brug af sociale medier. De kvalitative interview har bibragt et overordnet, men tydeligt billede af, hvilke aktører, der varetager kommunikationen med beboerne om brug af boligen, og hvilke forskelle der er imellem private ejendomsadministrationer og almene boligorganisationer, når det drejer sig om kommunikation med beboerne om bæredygtig brug af boligen. Projektet har ikke tilvejebragt en grundig analyse af boligorganisationernes kommunikation af bæredygtig brug af boligen, men den har indkredset, hvilke temaer, der er mest gennemgående og som boligselskaberne samstemmende giver udtryk for, at de har fokus på. Det er primært energiforbrug og indeklimaforhold.

En mere uddybende analyse ville have krævet tid til opfølgning af interviews - særligt blandt de private ejendomsadministrationer, som er præget af en større kompleksitet både hvad angår ejerformer, administrationsformer og driftsformer.

Bilag B Informanter kvalitative interviews

Hvor der ikke er angivet: (noter), er der på baggrund af båndoptagelse af interviewet skrevet et referat fra interviewet, som er godkendt af informanten.

Brancheorganisationer o.a.

BL - Danmarks Almene Boliger, DriftsNet, Mikkel Jungshoved, Teknisk Konsulent

BL - Danmarks Almene Boliger, Kommunikation, Kristoffer Friis Sørensen, Journalist

Ejendomsforeningen Danmark, Rikke Kristiansen, Kommunikationschef

Gate 21, Martin Dam Wied, Programleder, energi og ressourcer, by og byg (noter)

Vedvarende Energi København, Ann Vikkelsøe, energirådgiver

Private ejendomsadministrationer

Boligexperten AS, Tine Ravnebjerg, Administrator

Boligexperten AS, Katja Krebs, Bogholder og it-ansvarlig
Ejerforeningen 8-tallet, Jørgen Jakobsen, Bestyrelsesformand

DEAS; Anette Merlin, Afdelingschef forretningsupport

PrivatBo, Simon Nielsen, Projektleder

Almene boligorganisationer

Boligkontoret Aarhus, Mogens Bøgh Vindbjerg, Kommunikationskonsulent

Boligkontoret Danmark, Eva Rastén, Kommunikationschef

Boligkontoret Danmark, Jesper Telcs, Miljøchef

Domea og energi og miljø, Christian Kierkegaard, Chefkonsulent

Frederikshavn Boligforening, Brian Thomsen, Inspektør

KAB, Anders Tybjerg, Kommunikationschef

KAB, Christian Fries, Kundechef kundecenter D

KAB, Mikkel Kjøgøx, Kundekonsulent, kundecenter D

KAB, AKB København, Christina Lundbye, konsulent

KAB, AKB København, Rie Grønbech, medlem af bestyrelsen
Grøndalsvænge

Lejerbo, Tine Staun Petersen, Kommunikationschef

Lejerbo, Inkie Holst, Driftschef, København

Virksomheder

AION Aps, Jacob Gyldenkerne partner, adm. dir. (noter)

IC Meter, Exergi, Göran Wilke, CEO (noter)

Social Living, Ole Torp Pedersen, it-udvikler

Prosedo, Christian Ringbæk, Konsulent (noter)

Har bidraget med kommentarer til afsnit eller konklusioner:

Ejendomsforeningen Danmark, foreningsudvalget for ejendomsdrift, Jan Gustavson (DATEA)

Bygherreforeningen, Graves Simonsen

fsb, Helle Sinding Jensen, Kommunikationschef

PrivatBo, Søren Hjortdal Sørensen, Kommunikationskonsulent

PrivatBo, Nikolaj Carlsson, teknisk chef

Bilag C

Referencer

1. Energistyrelsens Energistatistik, Energistyrelsen 2013.
2. Strategi for energirenovering af bygninger - Vejen til energieffektive bygninger i fremtidens Danmark; Regeringen Maj 2014.
3. Gram-Hanssen, Kirsten (2014): New Needs for better understanding of households energy consumption - behavior, lifestyle or practices; Architectural Engineering and Design Management Vol. 10, Side 91-107.
4. After, energibesparende standardløsninger for drift og vedligeholdelse af almene boliger, Arkitektskolen Aarhus, BL-Danmarks Almene Boliger, og Foreningen Bæredygtige Byer og Bygninger, 2014.
5. After, Side 6, Arkitektskolen Aarhus, BL-Danmarks Almene Boliger og Foreningen Bæredygtige Byer og Bygninger, 2014
6. "Energirenovering for lejere", Rambøll, Bygherreforeningen, AlmenNet og Ejendomsforeningen Danmark, 2012.
7. Proaktiv Energiadfærd i den Almene Boligsektor, Alexandra Institut og Energi og Miljø, 2015
8. Miljøstyret Bygningsdrift i danske boligejendomme - under forskellige ejerformer, Statens Byggeforskningsinstitut Aalborg Universitet, 2008.
9. Investeringsstrategier og grønne ejendomme", Ejendomsforeningen Danmark, 2014.
10. Almenevejledning Effektiv Drift, BL Danmarks Almene Boliger, Boligkontoret Danmark, online udgave 2015.
11. "Dynamisk varmeregnskab med fokus på indeklima i lejligheder", Exergi og DTU Byg, Center for indeklima og energi, marts 2014
12. Petersen, Helle: Forandringskommunikation, Samfundslitteratur, 2008;
13. Windahl, Sven, Signitzer & Olson : Using Communication Theory, 6: Multi-step Flow Approaches, 7: A Network Approach, Sage Publications, 1992.
14. Kaplan, Hanlein: Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, ESCP Europe, France, Elsevier 2010.
15. Participative Web and User-Created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking; OECD 2007
16. Lipschultz, Jeremy H.: Social Media Communication, concepts practices, data, law and ethics, Routledge 2015
17. Boyd & Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 2008.
18. Koh, Joon, Kim Young-Gul, Butler, Brian, Bock Gee-Woo, Encouraging participation in virtual communities", Communications of the ACM, 50(2), p. 68-73, 2007.
19. Lave & Wenger, Situeret læring og andre tekster, Hans Reitzels Forlag, 2003; Cambridge University Press 1991.
20. Pre-ceedings of workshop on residents' democratic engagement in public housing and urban areas: Challenges and potentials for ICT, Aarhus 2015.
21. Modinet; Hoff, J. og Storgaard, K (2005), ed: Indledning, kap. 1. I Hoff, J. og Storgaard, K (2005): Informations-teknologi og demokratisk innovation. Borgerdeltagelse, politisk kommunikation og offentlig styring. Modinet, Samfundslitteratur.

Bilag D Den almene og den private boligsektor

Dette bilag beskriver, hvad der kendetegner organisationerne knyttet til den almene og den private boligsektor.

Der er i 2015 ca. lige mange ejer- og lejeboliger; fordelingen er 49,5% lejeboliger og 49,8% ejerboliger. Da 71% af de, der bor til leje, bor alene, er det imidlertid en større andel af befolkningen, 3,25 mio. borgere, der bor i ejerboliger, mens andelen af lejere er 2,3 mio. Tallene i dette afsnit er fra Ejendomsforeningen Danmark, SAM-K og Danmarks Statistik 2015.

Den almene boligsektor

De 528.000 almene lejeboliger i Danmark udgør en femtedel af boligmassen. Langt den største del af de almene boliger administreres af de store almene boligadministrationer, hvor flere mindre boligorganisationer er gået sammen om at få varetaget administrationen. Almene boliger er omfattet af almenboligloven: "Lov om almene boliger" og "Lov om leje af almene boliger" samt en række bekendtgørelser om vedtægter, udlejning og drift af almene boliger.

Væsentligt er det forhold, at almene boligafdelinger (bebyggelser) er selvstændige juridiske og økonomiske enheder, og at boligorganisationen og boligadministrationen ikke kan tjene penge på drift af almene boliger. Det vil sige, at der skal være balance mellem indtægter (husleje) og udgifter i en almen boligafdeling. Almenboligloven beskriver desuden, at det er beboerne i en boligafdeling, der på det årlige afdelingsmøde godkender regnskabet og beslutter budgettet for afdelingens økonomi det kommende år. Når der foretages investeringer, skal der redegøres for huslejekonsekvensen for beboerne. En boligafdeling kan vælge en bestyrelse, der varetager kommunikationen med administrationen i løbet af året. Der skal afholdes et ekstraordinært afdelingsmøde, hvis der i løbet af året skønnes at være behov for investeringer ud over den økonomi, der i budgettet er afsat og øremærket til bestemte formål.

Den private boligsektor

Den private sektor består af udlejningsejendomme samt andelsforeninger, ejerforeninger og grundejerforeninger. Vi har set på administration af de tre førstnævnte kategorier.

Udlejningsejendomme

Der er 531.000 private udlejningsboliger i Danmark. Udlejningsejendomme reguleres af lejeloven. Udlejer kan varetage administrationen af ejendommen(e) eller kan

vælge at købe ydelsen hos en større ejendomsadministration. Lejere kan være medlem af Lejernes Landsorganisation eller Danmarks Lejerforening. Lejerne kan oprette en beboerrepræsentation på et møde, hvor mindst 50% af beboerne er til stede. Hvis der er en beboerrepræsentation i en ejendom, skal udlejer præsenterer det årlige budget på et møde med beboerrepræsentationen. Desuden drøftes ejendommens stand og vedligeholdelse.

Andelsboligforeninger

Der er ca. 208.000 andelsboliger i Danmark. Knap 100.000 af disse er tilknyttet de 4.900 andelsforeninger, der er medlem af andelsboligforeningernes forening ABF. Andelsboligmarkedet er reguleret af andelsboligloven.

Ejerforeninger

Der er ca. 119.900 ejerlejligheder i Danmark, der bebos af ejeren, og 169.200 ejerlejligheder, der bebos af en lejer, ud af ca. 1.405.000 ejerboliger. Ejerforeningerne reguleres af ejerlejlighedsloven og af normalvedtægter for ejerforeningen, der er fastsat af økonomi og erhvervsministeriet. I dette projekt ser vi ikke på ejerboliger i grundejerforeninger. Generalforsamlingen er ejerforeningens øverste myndighed. Bestyrelsen har beslutningsret og kan varetage administrationen af ejerforeningen. Generalforsamlingen kan beslutte at ejerforeningen skal administreres af en administrator.

Det gælder for både ejer, andels og udlejningsejendomme, at driften kan være ansat af foreningen eller af udlejer, eller at driften kan være en ydelse, der købes hos en ejendomsadministrator.

Ejendomsforeningen Danmark er medlemsforeningen for administratorer af udlejningsbyggeri, andelsboligforeninger og ejerforeninger, og har desuden udlejere, grundejerforeninger samt investorer i fast ejendom som medlemmer.

Grundejernes Investeringsfond administrerer de lovgivningsmæssige bidrag til vedligeholdelse og forbedring af private udlejningsejendomme, og yder lån til ejere af private udlejningsejendomme. GI's bestyrelse består af repræsentanter for danske udlejere, Ejendomsforeningen Danmark og Danske Udlejere samt af repræsentanter fra lejerorganisationerne Lejernes Landsorganisation LLO og Danmarks Lejerforening.

