



Handleplan

Skælskør Boligselskab/DAB

December 2012



00	Indledning	3
01	Indsatser målrettet fastholdelse af beboere	5
1.1	Indsatser på kort sigt	5
1.2	Indsatser på længere sigt	7
1.3	Løbende indsatser	7
02	Indsatser og markedsføring målrettet tiltrækning af nye beboere	10
2.1	Kommunikationskanaler	12

00

Indledning

Denne handleplan indeholder forslag til hvilke indsatsområder, Skælskør Boligselskab kan sætte fokus på i indsatsen for at fastholde nuværende beboere og tiltrække nye beboere til boligselskabet. Handleplanen indeholder desuden anbefalinger til hvilke målgrupper, Skælskør Boligselskab bør fokusere på i sin markedsføring af boligselskabet, samt anbefalinger til temaer, som boligselskabet med fordel kan slå på i markedsføringen. Endelig giver handleplanen også anbefalinger til hvilke kommunikationskanaler, der er relevante at anvende i forhold til de forskellige målgrupper. Handleplanen bygger på den viden, der er genereret i delundersøgelse 1-3 . De tre delundersøgelser er:

- Trivselsundersøgelse – en statistisk repræsentativ undersøgelse af beboernes trivsel og tilfredshed med at bo i Skælskør Boligselskabs boliger/afdelinger
- Imageundersøgelse – en statistisk repræsentativ undersøgelse, der belyser Skælskør Boligselskabs omdømme og image set fra borgere i det øvrige Skælskør, Korsør og Slagelses perspektiv
- Analyse af oplevede kvaliteter og boligbehov – en dybdegående kvalitativ undersøgelse blandt beboerne i udvalgte boligafdelinger i Skælskør Boligselskab, der belyser, hvad der ligger bag tallene i trivsels- og imageundersøgelserne.

Resultaterne af de tre delundersøgelser er desuden på en workshop den 29. november 2012 præsenteret for og kvalificeret af alle afdelingsbestyrelser i Skælskør Boligselskab.

Handleplanen er udformet som et idékatalog med en række forslag til konkrete indsatsområder, som Skælskør Boligselskab kan vælge at iværksætte. Som det fremgår, er nogle indsatser blot små justeringer af den nuværende praksis, mens andre kræver en stor indsats og er mere ressourcetunge. Hvor mange og hvilke indsatser, Skælskør Boligselskab vælger at iværksætte, er naturligvis op til selskabet og vil være inden for rammerne af, hvad der er økonomisk muligt. Det er dog vigtigt at understrege, at alle indsatser er foreslået, fordi de på den lange bane vurderes at være en investering i boligselskabets fremtid. Det er NIRAS' vurdering, at der er en god sandsynlighed for, at iværksættelse af de foreslåede initiativer kan gøre en positiv forskel. En anden vigtig pointe i handleplanen er det fokus, der er lagt på kommunikation, da selv nok så gode indsatser risikerer at have begrænset effekt, hvis Skælskør Boligselskab ikke kommunikerer dem bredt ud til både nuværende og potentielle beboerne.

Handleplanen består af to afsnit.

- **Afsnit 1** indeholder en række konkrete anbefalinger til hvilke indsatser, Skælskør Boligselskab kan iværksætte for at fastholde boligselskabets nuværende beboere. Anbefalingerne i opdelt ud fra et kort og et længere tidsperspektiv samt løbende indsatser
- **Afsnit 2** indeholder en række konkrete anbefalinger til hvilke indsatser, Skælskør Boligselskab kan iværksætte for at tiltrække nye beboere til boligselskabet

Der gives desuden anbefalinger til hvilke målgrupper, boligselskabet har størst mulighed for at tiltrække og dermed med fordel kan målrette markedsføringen mod, samt forslag til hvilke temaer og kommunikationskanaler, Skælskør Boligselskab kan anvende i markedsføringen af selskabet.

01

Indsatser målrettet fastholdelse af beboere

En helt central pointe fra de tre forudgående undersøgelser er, at fastholdelse af nuværende beboere langt hen ad vejen danner grundlag for tiltrækning af nye beboere. De nuværende beboere er Skælskør Boligselskabs bedste ambassadører, da det er gennem deres personlige netværk, at fortællinger og historier om boligselskabet spredes. Der er derfor et stort potentiale for Skælskør Boligselskab i *ikke* at se disse to indsatser som isolerede fra hinanden, og det overordnet vigtigste indsatsområde for boligselskabet er derfor at skabe så gode forhold som muligt for de nuværende beboere: Jo bedre historier beboerne fortæller om Skælskør Boligselskab, jo mere attraktivt vil det opleves at bo i selskabet – både for nuværende beboere og for andre.

At øge trivslen og tilfredsheden blandt beboerne er en dynamisk og kontinuerlig proces. Nedenfor er listet en række anbefalinger til konkrete tiltag og indsatser, som vurderes at kunne bidrage til at øge trivslen og tilfredsheden blandt beboerne i Skælskør Boligselskab og dermed fastholde dem i boligselskabet i længere tid. Indsatserne er opdelt på hhv. kort og længere sigt samt løbende indsatser. Ved kort sigt forstås indsatser, som mere eller mindre kan iværksættes nu og her eller inden for 1-3 måneder. Ved lang sigt forstås indsatser, der kræver lidt længere tids forberedelse og evt. flere ressourcer, mens løbende indsatser er indsatser, der kræver et løbende og kontinuerligt fokus.

Samlet set er målet med de foreslåede indsatser, at den relativt store tilfredshed, der i dag er med Skælskør Boligselskab, omsættes til *stolthed*. I den forbindelse vil vi fremhæve, at mens tilfredshed er en forholdsvis passiv og indadvendt tilstand, så er stolthed aktiv og udadvendt. En voksende stolthed blandt beboerne vil derfor ikke blot forstærke tilfredsheden yderligere; stoltheden er også det bedste grundlag for at opbygge et positivt image blandt relevante målgrupper, som man gerne vil tiltrække til boligselskabet.

1.1 Indsatser på kort sigt

1: Optimering af udearealer: Hyggelige og attraktive udearealer, der bliver brugt, opleves som meget attraktivt – og det er ofte her, fællesskaber opstår. Skælskør Boligselskab bør derfor gøre en ekstra indsats for at vedligeholde, forbedre og forskønne ude- og fællesarealer i alle boligafdelinger, således at de lægger op til samvær og opleves mere attraktive. Det kan fx være:

- Skab rum for flere legefaciliteter med bredt aldersspænd
- Opsætning af flytbare borde og bænke af god kvalitet på udearealer
- Opsætning og vedligeholdelse af flere blomster, potter og beplantning generelt
- Etablering af flere lækroge, hyggeområder og grillarealer med fokus på praktiske og visuelle forhold: typer af beplantning, læ, skygge/sol, lukket/ åbent, tryghed etc.
- Fokus på beplantning: fx græs, hække og træer, som skærmer, skygger og absorberer støj

- Tilbyd beboerne mulighed for at gøre mere ud af egne haver, fx gennem havedagsarrangementer, haveambassadører, tilbud om gratis pletter/blomster/planter/muld samt udlån af haveredskaber

2: Optimering af øvrige fællesarealer: Det er ofte ved ophold på fællesarealer, at der opstår fællesskaber beboerne imellem. Det anbefales derfor at sætte øget fokus på, at:

- Skabe rare og hyggelige venteområder, fx i fællesvaskeri med cafébord, blade etc.

3: Beboerdemokrati: Det er vigtigt at inddrage beboerne i forbedringer af ude- og fællesarealer, da det er afgørende, at disse matcher beboernes ønsker og behov og således sikrer positiv brug af og ophold på udearealerne. Dette kan fx gøres ved at:

- Oprette et ude- og fællesarealudvalg i de enkelte boligafdelinger
- Opfordre til, at ude- og fællesarealer gøres til et fast punkt på afdelingsbestyrelsesmøder
- Være imødekommende og handle på beboernes forslag til forbedringer samt opfordre, inspirere og bakke op om private initiativer på fælles- og udearealer

4: Færre regler og mere motivering: Gennem mindre, adfærdsregulerende tiltag kan beboerne motiveres til at behandle udearealer og fælles inventar godt. For mange deciderede regler skaber mindre ejerskab til området. Der kan tænkes i enkle tiltag som fx:

- Flere affaldsspande, adgang til koste og værktøj, etc.
- Historier fra beboerne selv på hjemmeside og i beboerblad, der kan skabe empati ved fx i en sober tone at formidle gener ved nabostøj, larm fra vaskemaskine sent om aftenen mv.
- Der kan evt. gennemføres en idéudviklingsproces sammen med særligt engagerede beboere, eller der kan udskrives en konkurrence på boligselskabets hjemmeside med en mindre præmie for den bedste adfærdsregulerende idé

5: Parkvejshuset: Det bør sikres, at det kommunikeres bredt ud til alle beboere, at beboerhuset på Parkvej er tilgængeligt og åbent for alle – og alle beboere skal have denne oplevelse, når de kommer i huset. Det anbefales desuden, at Skælskør Boligselskab fortsat:

- Støtter op om og fastholder Parkvejshusets tilbud og aktiviteter til børn og unge
- Bruger Parkvejshuset som ramme om aktiviteter for alle boligselskabets beboere
- Opretholder muligheden for, at Parkvejshuset kan lånes til private arrangementer

6: Kommunikation om nye tiltag og muligheder: Det anbefales at sætte fokus på at styrke kommunikationen af og informationen om forbedringer og tiltag på ude- og fællesarealerne, fx gennem:

- Boligselskabets hjemmeside samt i husomdelte brochurer, opslag på opslagstavle på fællesarealer mv.
- En hjemmeside med levende kommunikation, fx gode og inspirerende historier fra beboere og gode professionelle billeder. Dette vil kunne gøres i samarbejde med beboerne

1.2 Indsatser på længere sigt

7: Flere viceværter: For at sikre et højt og kvalificeret serviceniveau kan det overvejes at ansætte flere viceværter til at varetage det praktiske arbejde og sørge for vedligeholdelse af både boliger, bygninger og ude- og fællesarealer samt støtte de beboere, der gerne selv vil bidrage til forskønnelsen af området.

8: Kvalitetssikre renoverede boliger på Parkvej: Der er blandt flere beboere på Parkvej utilfredshed med kvaliteten af renoveringen af Parkvejsboligerne. Det anbefales, at Skælskør Boligselskab får håndværkere til at kvalitetssikre boligerne og rette op på fejl og mangler. Der kan være flere fejl og mangler end de, der nævnes her, men utilfredsheden drejer sig bl.a. om:

- Isolering: træk ind ad vinduer, døre og stikkontakter
- Gulve: der knirker, har hakker og limrester fra håndværkerarbejdet, lavet i forskellige slags træ
- Fodpaneler: løse, manglende opsætning, i forskellig slags træ
- Haver placeret under naboens vindue
- Utætte håndvaske, bulede køleskabe, dårlige låsemekanismer, gabende døre og skabslåger, ikke færdigmalede lofter, manglende håndtag på altandøre, etc.

1.3 Løbende indsatser

9: Støtte til forbedring af egen bolig: For flere beboere har det stor betydning, at de selv har indrettet deres bolig og selv har foretaget/kan foretage ændringer og forbedringer, som gør deres bolig unik. På den måde gør beboerne boligen til deres *hjem*, og det øger lysten til at blive boede. Det anbefales derfor, at Skælskør Boligselskab i høj grad støtter op om beboere, som ønsker at forbedre og tilpasse deres bolig. Dette kan gøres fx gøres ved:

- At sikre nemme procedure omkring ansøgning om forbedringer/ændringer på bolig
- Altid være imødekommende og åbne over for forslag fra beboerne

- At hjælpe beboerne ved at skabe kontakt til kvalificerede håndværkere og udbyde favorable håndværkertilbud
- At tilbyde økonomisk support til beboere, som ikke har den fornødne økonomiske kapital, fx afdrag over husleje

Muligheden for at lave forandringer i egen bolig og støtte hertil skal desuden kommunikeres ud til beboerne. Kommunikationen af tilbuddene kan med fordel medfølges af succeshistorier om beboere, der har forbedret deres bolig.

10: Øget økonomiske gennemsigtighed i boligselskabet: Der bør gøres en indsats for at fremme den økonomiske gennemsigtighed i organisationen, herunder særlig fokus på regnskaber for de enkelte boligafdelinger. Øget økonomisk gennemsigtighed kan give beboerne bedre mulighed for at følge med i organisationens regnskaber og skaber dermed større tillid til selskabet og en større forståelse for de prioriteringer, der foretages.

11: Hurtig og høflig behandling af klager fra beboerne til boligselskabet: Det er væsentligt altid at være opmærksom på, at alle klager bør behandles hurtigt og høfligt. Det skaber langt større forpligtelse og tillid fra beboerne over for boligselskabet.

12: Facilitere fællesskaber: Fællesskaber beboerne imellem er af central betydning for fastholdelsen af beboere, da det styrker tilhørsforholdet til boligselskabet. Beboerne ønsker både spontane og organiserede fællesskaber.

- De organiserede fællesaktiviteter og tilbud, der oprettes, bør ramme inden for et bredt interessefelt, da dette øger attraktionsværdien og giver de organiserede fællesskaber et bedre ry
- Skælskør Boligselskab bør sætte fokus på at facilitere spontane fællesskaber fx gennem forbedringer af ude- og fællesarealer, så de indbyder til brug
- Det bør sikres, at fællesarrangementer mv. kommunikeres bredt ud til alle beboere

F13: Fokus på intern kommunikation i boligselskabet: Der kan generelt gøres en indsats for at forbedre kommunikationen mellem beboere og boligselskabet. Flere beboere efterspørger større imødekommenhed og forståelse fra boligselskabets side og efterlyser at blive informeret mere om, hvad der foregår og besluttes i boligselskabet. Beboerne oplever, at det giver utryghed, når de ikke informeres. Det er således vigtigt, at alle repræsentanter for Skælskør Boligselskab har fokus på dette i deres kommunikation med beboerne. Man kan desuden arbejde med:

- At give beboerne en platform, hvor de både kan diskutere problematikker med andre beboere og boligselskabets medarbejdere, og at give dem en følelse af "at blive hørt", fx et socialt forum på hjemmesiden, hvor beboerne åbent kan komme med ris og ros til Skælskør Boligselskab

- Gøre mere opmærksom på boligselskabets service og tilbud samt beslutninger og nye tiltag via beboerblade, opslag, skærme på fællesarealer og hjemmeside

02

Indsatser og markedsføring målrettet tiltrækning af nye beboere

Det største potentiale for tilflytning til Skælskør Boligselskab findes dels blandt borgere bosat i Skælskør, dels blandt personer i de nuværende beboeres tætte netværk.

Potentielle nye beboere i Skælskør Boligselskab danner primært deres indtryk af boligselskabet gennem fortællinger og historier fra personer i deres netværk, som bor eller færdes i boligselskabet. Der er dog en del borgere uden for boligselskabet, der ikke kender selskabet, mens de, der kender det – selvom de generelt har en positiv opfattelse af selskabet – ofte ikke kan se sig selv bo i selskabet. Ud over at beboerne selv fortæller gode historier om boligselskabet og derigennem kan tiltrække nye beboere, er det derfor nødvendigt, at Skælskør Boligselskab sætter større fokus på markedsføring gennem andre kanaler også.

Nedenfor er anbefalinger til hvilke målgrupper, Skælskør Boligselskab har størst potentiale for at tiltrække og derfor med fordel kan målrette sin markedsføring mod. Desuden gives en række anbefalinger til temaer, som boligselskabet kan slå på i markedsføringen af selskabet, samt anbefalinger til hvilke kommunikationskanaler, der er relevante at anvende i forhold til de forskellige målgrupper.

Beboere i Skælskør og opland er den mest potentielle målgruppe: Skælskør Boligselskab har størst potentiale for at tiltrække borgere fra Skælskør og opland. Markedsføringen af boligselskabet bør derfor i første omgang målrettes borgere fra Skælskør og opland.

I markedsføringen af boligselskabet er det vigtigt at fremhæve de kvaliteter, som de nuværende beboere oplever ved at bo i et alment boligselskab. Man kan med fordel tænke strategisk i forhold til hvilke kvaliteter, forskellige målgrupper finder attraktive.

Markedsføring målrettet yngre målgruppe:

- Markedsføring målrettet yngre potentielle tilflyttere bør fokusere på, at det er nemt, bekvemt og hurtigt at få en bolig i Skælskør Boligselskab, og at det økonomisk er mere sikkert at bo i en almen-nyttig bolig sammenlignet med eget hus, mens der samtidig er stor fleksibilitet i forhold til at fraflytte selskabet. Det er dynamisk at bo i et alment boligselskab, hvilket svarer til denne gruppes behov og livsstil
- Markedsføring målrettet børnefamilier bør sætte fokus på gode skole- og institutionstilbud og på, at der er rolige og trygge omgivelser for børn samt naturskønne omgivelser i Skælskør
- Markedsføringskanaler over for den yngre målgruppe er primært internettet samt til en vis grad tv-spots

Markedsføring målrettet ældre målgruppe:

- Markedsføring målrettet ældre potentielle tilflyttere bør primært fokusere på muligheden for service og praktisk hjælp i boligen samt den personlige og økonomiske tryghed ved at bo i et alment boligselskab. Desuden er naturen og de grønne områder samt ro og stilhed centrale selling points over for denne målgruppe
- Markedsføring målrettet ældre potentielle tilflyttere kan med fordel sætte fokus på det fællesskab, flere beboere oplever, findes i boligselskabet, herunder især trygheds- og sikkerhedsfællesskabet beboerne imellem
- Markedsføringskanaler over for denne ældre målgruppe er primært annoncer i dagblade samt tv-spots og opslag på fx bibliotek, i supermarkeder og lign.

Markedsføring målrettet geografiske målgrupper:

- Skælskør Boligselskab bør i mindre grad satse på at tiltrække beboere fra Slagelse og Korsør
- Hvis man alligevel ønsker at markedsføre boligselskabet uden for Skælskør by og opland, er natur-skønne og rolige, grønne omgivelser et centralt selling point

Markedsføring på tværs af målgrupper:

- Når potentielle tilflyttere har fået interesse for Skælskør Boligselskab og kommer for at få fremvist en bolig, spiller indtrykket af udearealerne en stor rolle for den generelle oplevelse af stedet. Pæne, attraktive og "livlige" udearealer har en høj tiltrækningsværdi og appellerer til flere forskellige grupper af potentielle beboere. Det er derfor vigtigt, at Skælskør Boligselskab gør en stor indsats for at vedligeholde, forbedre og forskønne udearealerne
- Der er flere fordele ved at bo i et almennyttigt boligselskab. Disse fordele bør kommunikeres bredt ud og bruges i den eksterne markedsføring af selskabet. De fordele, der bør fremhæves, er:
 - Mulighed for service og praktisk hjælp i egen bolig og udearealer, der vedligeholdes
 - Tryghed – der er altid nogen i nærheden
 - Økonomisk mindre udsat end som husejer
 - Stor fleksibilitet i forhold til både ind- og udflytning

2.1 Kommunikationskanaler

Hjemmesiden er den vigtigste eksterne kommunikationskanal: Ud over personlige netværk er boligselskabets hjemmeside den primære informationskanal for potentielle tilflyttere, og mange vurderer en organisation ud fra deres hjemmeside. Derudover bliver hjemmesider ofte brugt, når man er aktivt boligsøgende. Det er derfor vigtigt, at Skælskør Boligselskab har en grafisk flot og overskuelig hjemmeside, som er tilgængelig og indbydende og indeholder relevante informationer, fx:

- Hjemmesiden bør kommunikere, at Skælskør Boligselskab er en moderne, serviceminded og imødekommende organisation, som tager hånd om potentielle lejere og deres behov
- Ledige boliger bør straks slås op på hjemmesiden
- Billeder siger meget. Gode og professionelle billeder på hjemmesiden og i andre markedsføringsmedier er helt essentielt for at give potentielle tilflyttere et indtryk af Skælskør og Skælskør Boligselskab som et attraktivt sted at bo. Der kan fx også uploades små videosekvenser fra udsigtspunkter, smukke naturscener, sommeraftener på kajen, lystbådehavnen, etc. Dette kunne fx gøres i samarbejde med beboere, børn eller frivillige i boligselskabet
- Flere informationer om boligerne, herunder billeder og plantegninger, samt fællesfaciliteter som vaskekælder, cykelskure, carporte, etc.
- Oversigter over fællesaktiviteter, fx en månedskalender over aktiviteterne i Parkvejshuset
- Links til lokale institutioner, organisationer og klubber, fx inden for sport, kunst, kultur, natur, museer, bibliotek, børnehaver, skoler og vuggestuer, Guldbjerggård, etc.

Kommunikation er en væsentlig del af tiltrækningen. Det anbefales derfor, ud over opgradering af hjemmesiden, som fordrer, at folk *har* opdaget boligselskabet, at Skælskør Boligselskab både skærper og øger den eksterne kommunikation via andre kanaler. Dette kan fx gøres via:

Nyhedsartikler i lokale medier: Nyhedsartikler og lign. om boligselskabet bør produceres jævnligt. Artikler kan enten skrives internt og sendes til lokale medier, eller journalister kan kontaktes med gode historier fra selskabet. Der kan sættes et mål om, at hver afdelingsbestyrelse tager initiativ til fx to nyheder om året.

Annoncer i lokale medier: Annoncer i lokale medier, hvor de mange fordele ved Skælskør Boligselskab fremhæves, fx via beboernes egne historier, er en effektiv måde at sprede kendskabet til boligselskabet i lokalområdet.

Åbne arrangementer: Åbne arrangementer for både beboere og andre borgere i Skælskør kan være en god måde at skabe kendskab til boligselskabet og give folk positive oplevelser med at komme i selskabet. Dette kunne fx være koncerter, legedag med legeland, loppemarked, sommerfester, etc. Det er her vigtigt, at boligerne, afdelingen og udearealerne fremstår velholdte og levende. Invitation til arrangementer og aktivi-

teter kan ske via boligselskabets egen hjemmeside, DAB's hjemmeside, kommunal hjemmeside, annoncer i lokalaviser samt brochurer og opslag på fx biblioteker, i cafeer mv.

Beboerhistorier som markedsføring: Imageundersøgelsen viste, at Skælskør Boligselskab af borgere uden for selskabet umiddelbart associeres med meget praktiske og faktuelle forhold og således har et relativt neutralt image. Skælskør Boligselskab kan derfor med fordel i markedsføringen forsøge at skabe et mere levende og karakteristisk billede af Skælskør Boligselskab som rammen om *det gode liv*.

Dette kan gøres ved at bruge udtræk af de nuværende beboeres personlige historier aktivt i markedsføringen af boligselskabet, fx på hjemmesiden, i annoncer, flyers mv. Beboernes egne historier opfattes ofte som mere interessante end reklameslogans og som mere troværdige, da de netop er personlige, og modtageren i højere grad kan relatere til og identificere sig med afsenderen.

Et udsnit af disse historier er i anonymiseret form præsenteret i rapporten: Oplevede boligbehov og kvaliteter.