



D2.2 COHEAT Toolbox

Guide til borgerinddragelse

Opslagsværk og inspirationskatalog til borgerinddragelse i varmeplanlægningen

Baggrund: Om COHEAT II



Formål

COHEAT-projektets hovedformål er at få investeret i den grønne omstilling både med hensyn til omstilling af fossil varmforsyning og energieffektiviseringer af boligerne. Begge dele kræver inddragelse af borgerne, hvis man ønsker at fremme investeringerne.

Guiden er bygget op som et opslagsværk til de forskellige trin i borgerinddragelsen. Ikke alle elementer er relevante i forbindelse med alle borgerinddragelser, men i så fald undlades disse blot.

Processen

I gennem det treårige COHEAT-projekt, er der gennemført borgerinddragelse i flere kommuner om forskellige emner, i forskellige formater og til forskellige målgrupper. Nærværende guide er baseret på erfaringerne fra disse processer og reflekterer på et aktuelt og omfattende grundlag, på tværs af kommuner.

Andre guides i projektet

Denne guide handler om de konkrete erfaringer vedr. borgerinddragelse i varmeplanlægningen i COHEAT-projektet. Der er også udarbejdes guides i bl.a. energirenovering og finansieringskoncepter, som kan tilgås på projektets hjemmeside: <https://coheat.eu/resultater-og-dokumentation/>

Sammenhæng med EBA

Guidens struktur (se [næste slide](#)) er inspireret af Energi- og bygningsanalysen (EBA) og den **kan derfor med fordel bruges som supplement ved planlægning af borgerinddragelsen i EBA**. EBA kan tilgås på: <https://byggningsanalysen.dk/>

Energi- og Bygningsanalysen er et digitalt værktøj der samler flere datakilder og som kommunerne har adgang til. EBA er udviklet af fem kommuner via finansiering fra Realdania og er efterfølgende overdraget til Energistyrelsen.

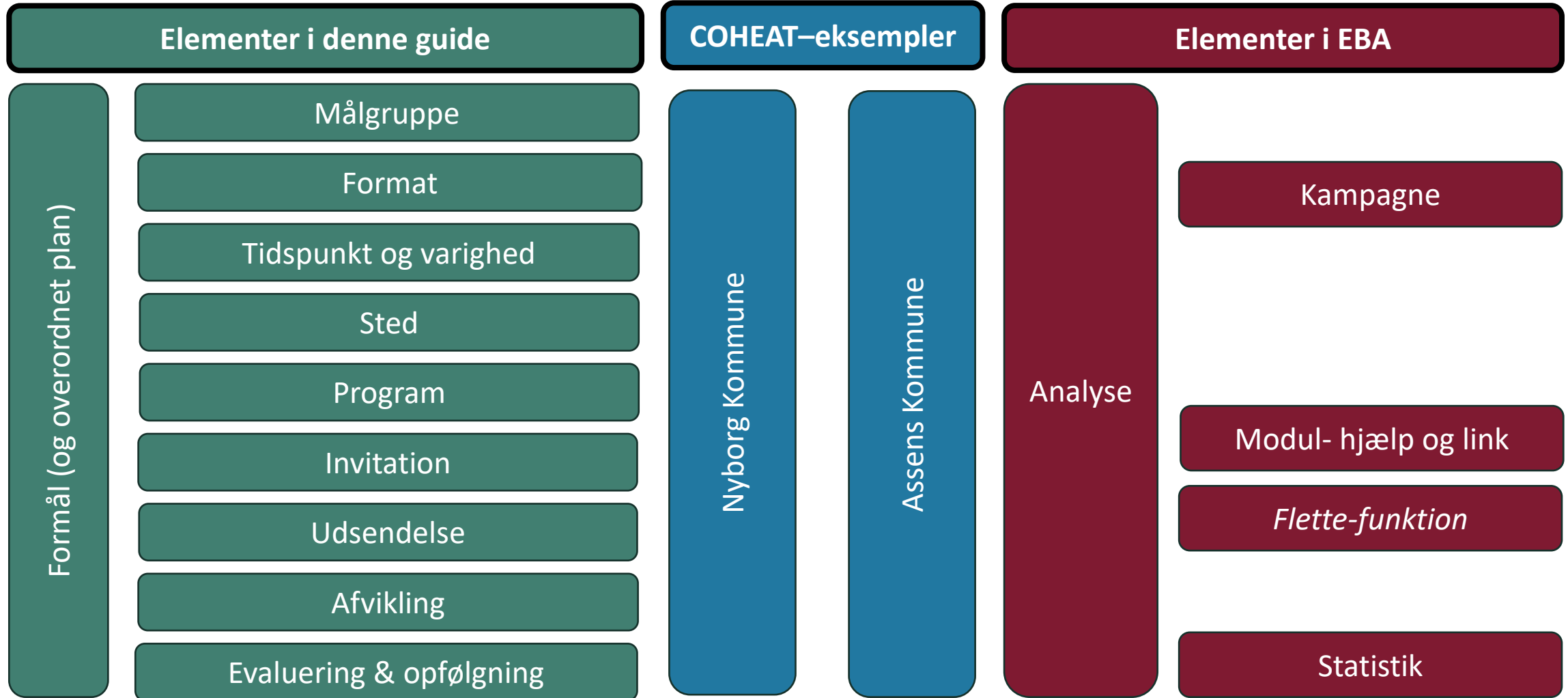
BBR Bygningsdata om bygningstype, størrelse, opvarmning m.v.	EmoWeb Energimærkedatabasen fra Energistyrelsen.	Plandata Geografiske kortdata vedr. matrikler og varmeforsyningsområder.
Danmarks Adresse-register (DAR) Adresseinformationer.	Ejerfortegnelsen Oversigt over ejerskiftedata.	Dataforsyningen GeoDatastyrelsens offentligt tilgængelige kortservice.
Ejendomsbeliggenheds-registret (EBR) Ændringer til BFE-numre på bygninger og enheder.	Matrikelregistret (MAT) Matrikelnummer, ejerlavskode og registreret areal (grundens areal).	CVR Branchetyper, antal ansatte etc.

Figuren viser de datakilder, der samles i EBA, og som kommunerne kan bruge til fx:

- Kampagner: EBA kan segmentere (bl.a. på BBR-data og energimærker) og udarbejde kampagner med tilhørende unikke hjemmesider for den enkelte boligejer
- Analyser: EBA kan også bruges til at lave analyser af boliger, erhvervs- eller offentlige bygninger

Guidens struktur

(KUN I PRÆSENTATIONSVISNING (F5): Links på de grønne og blå rammer)



Formål (og overordnet planlægning)

Det er vigtigt at gøre sig klart, hvilket resultat der gerne skal komme ud af den indsats, der planlægges for.

For at indkredse formålet, kan følgende spørgsmål besvares:

- Hvad vil vi gerne opnå?
- Hvilke output forventer/ønsker vi?

Skriv formålet ned i starten og genbesøg det undervejs.

Det vil også være en hjælp til efterfølgende at vurdere, hvad, der gik godt og hvad der kan justeres.

Planlægning og koordinering med andre

Der bør i starten laves en oversigt over planlagte aktiviteter i andre centre/teams mv. Dette kan være med til at vurdere proportionaliteten i omfanget af den planlagte indsats.

Oversigten kan sidenhen bruges i forbindelse med den konkrete planlægning af tidspunkt, sted, format mv.

Godt at vide

- Hvad er formålet med indsatsen?
 - Understøtte handling XYZ fra klimahandleplanen (oplysning, reduktion af nettovarmebehov, konvertering af olielandsbyer...)
- Hvad vil vi gerne opnå?
 - Fx Energibesparelser: i GJ, antal eller kr. – evt. opdelt på grupper eller brændsler
- Hvorfor?
 - Fx Opnå en sund boligmasse, der skaber grundlag for en god og sund kommune og dermed være en attraktiv kommune.
 - Medejerskab til klimahandlingsplan hos borgere (merværdi).
- Koordinering af borgerinddragelse
 - Skab oversigt over hvad der ellers sker af borgerinddragelse (også i andre centre/kontorer)
 - Hvor mange aktiviteter planlægges af kommunen (eller andre?) i samme periode?
 - Kan samme inddragelse dække flere formål på en gang?

Format

Der findes ikke rigtige eller forkerte formater. De forskellige formater har forskellige fordele og det er derfor vigtigt at have formålet in mente, når formatet vælges. Hvilket format, der skal vælges, afhænger både af, hvad der skal formidles og hvilken målgruppe man ønsker at nå. Her er der nævnt fire forskellige formater for borgerinddragelse, men der er flere. Det vigtigste er, at formatet passer til den **målgruppe**, der skal modtage budskabet, og det **indhold** der skal formidles.

Borgermøde

- Netværk/mulighed for at møde andre i samme situation
- Bedre engagement / flere spørgsmål

Informationskampagne

- Brev/digital post, web eller i bybilledet
- Svært at vurdere/måle resultater

Webmøde

- Potentielt større rækkevidde
- Nemt for mange borgere – især de yngre

Cafémøder / Messe / Stand

- Kræver blikfang
- Kan være del af andet arrangement (fx byfester, lokal festival mv.)

De forskellige formater kræver forskellige ressourcer og kompetencer, hvilket også skal tænkes ind; Et veltilrettelagt webmøde til den passende målgruppe kan være mere indholdsrigt og med bedre dialog end et stort sat op møde i hallen, hvor borgernes forventninger ikke passer med arrangementets indhold el.lign. Formatet kan således ikke skabe succes alene, men understøtte et i forvejen gennemtænkt og forberedt program.

Det er vigtigt at sikre, at de rette kompetencer bringes i spil og det er helt i orden ikke at være god til det hele – involver de rigtige kolleger og aktører (og hjælp hinanden).

I forbindelse med COHEAT har der været arrangementer, hvor der er samarbejdet med bl.a. banker, som har deltaget på borgermøder med en stand, hvor borgerne har haft mulighed for at henvende sig. Erfaringen herfra viste, at det var vigtigt, at bankerne havde forberedt sig, blandt andet på at de befandt sig i en anden situation end de normalt gør, og at de fx ikke havde en masse oplysninger, de kunne trække på. Ved samarbejde med andre parter anbefales det derfor at have en fælles forventningsafstemning om, hvad de enkeltes roller er og hvad de forventes at kunne byde ind med.

Det gode eksempel

- [Nyborg Kommune \(klik\)](#)
- [Assens Kommune \(klik\)](#)

Godt at vide

- De forskellige former kræver forskellige ressourcer og kompetencer
- Hybridmøder med både fremmøde og webadgang når en bredere målgruppe – dog mest velegnet til envejs-information.
- Forskellige former når forskellige målgrupper
 - Hvem vil vi nå og hvad vil vi opnå?
- Samarbejde med andre giver andre muligheder – evt. med en stand
 - Banker
 - Ejendomsmæglere
 - Håndværkere / byggecentre
- Hvis der laves cafémøder/ (mini-)messe/stande:
 - Max 2 personer, én roll-up og et cafébord pr. stand. Hold det overskueligt
 - Overvej blikfang / konkurrence / bolsjer
 - Deltagere skal være forberedt til dialog med borgerne og klar på budskab/formål

Målgruppe

En erfaring fra COHEAT-projektet er, at jo mere relevant det er for en målgruppe, des større bliver effekten af indsatsen. Derfor anbefales det at lave en rimelig specifik segmentering af borgerne, så indsatsen målrettes de grupper, det vurderes at være interessant for (kan være svært at afgrænse/forudse helt nøjagtigt på forhånd).

Ligeledes kan en god segmentering af målgruppen og den deraf følgende relevans for vedkommende, bidrage til, at borgerne ikke opfatter, at de får for mange henvendelser. Hvis en borger både udvælges fordi de har oliefyrr, bor i et 70'er-hus og er førstegangskøber kan de godt være med i alle tre inddragelseskampanjer. I forbindelse med de bredere kampanjer skal det derimod overvejes, hvor ofte borgerne skal inddrages. Erfaringsmæssigt tager borgerne brevene alvorligt. Det er vigtigt, at målgruppen er beskrevet i henvendelsen, så borgerne nemt kan forstå, hvorfor de er en del af indsatsen.

Grundlaget for segmenteringen kan fx være:

- BBR-oplysninger (varmeinstallation, anvendelse, opførelsesår, om-/tilbygningsår mv.)
- Resultater fra Boliganalysen og egne undersøgelser foretaget i kommunen, fx i forbindelse med klimaregnskaber, energiplanlægningen mv
- Geografisk beliggenhed
- Kombination af ovenstående

Analysen af grundlaget bør inkludere en vurdering af proportionaliteten af indsatsen. Fx om der kan ses geografiske mønstre (oliekedler koncentreret om 2-3 landsbyer?) og hvor mange/hvor stort et olieforbrug mv. borgere der adresseres med en givet indsats.

Ved de store kampanjer med flere tusinde breve kan det være en god idé at lave en prøve-udsendelse til et mindre udsnit af borgere for at se om der kan være en utilsigtet konsekvens af brevene/informationsmaterialet. Der er eksempler på, at der er sendt breve ud til alle med oliefyrr jf. BBR og at dette har medført telefonstorm, fordi mange slet ikke havde et oliefyrr. Det kan selvfølgelig være en god måde at få rettet BBR-data på, men det var måske ikke lige formålet med udsendelsen. Det er også ofte forskellige afdelinger, som sidder med BBR og med grøn omstilling. I stedet kan kampagnen re-designes og laves i etaper, så formålet både er at få rettet op på BBR-data og få fat på borgere med oliefyrr med henblik på ny varmekilde.

Segmenteringen af målgruppen kan laves ved hjælp af Energi- og bygningsanalysen (EBA). Værktøjet kan også anvendes til analyser af, hvor mange der er i forskellige målgrupper, fx hvor mange har oliefyrr i fjernvarmeområderne? EBA kan anvendes til at identificere relevante målgrupper og identificere boligejere i målgruppen.

Godt at vide

- Jo mere vedkommende, jo større effekt har indsatsen
 - Jo mere snæver (og mindre) målgruppen er, jo bedre effekt
- Hvorfor er de inviteret/informeret?
 - Vær opmærksom på om det er de samme borgere, der udvælges - Brevene tages alvorligt
 - Husk at beskrive, hvorfor/hvordan de er udvalgt (også vigtig refleksion i udarbejdelsen)
- Lav prøve-udsendelse til mindre gruppe
 - Fx reaktion på fejl i BBR
 - Reagerer folk på, at de ikke har det oliefyrr, de er registreret med i BBR

Tidspunkt og varighed

Erfaringen fra COHEAT er, at indholdet er det vigtigste og at et tilpas vedkommende emne kan engagere borgere.

Hvis der er taler, kampagner og stande, kan det være en fordel, hvis det kan kobles med en anden handling, fx tidsplanen for information om varmepumper afstemmes med åbning af varmepumpepuljen. Det kan også være en fordel at tænke årstiderne ind, da de fleste mennesker er mere tilbøjelige til at tænke på deres varmekilde i september/oktober måned, end i juni/juli måned.

I forbindelse med møder enten fysiske eller webmøder, hvor der skal fastsættes et specifikt tidspunkt, er det vigtigt lige at orientere sig, om der er andre større arrangementer, fx byfester, skolefester, landskampe mv. Det er ikke alt afgørende, hvis borgerne finder at mødet er vigtigt nok, men det er godt at tage med i overvejelserne.

Det anbefales at holde arrangementerne på 1½-2 timer ud fra, at det er det de fleste vil kunne afse tid til. Det kan også være længere, men ved arrangementer ud over to timer, bør en eller anden form for forplejning overvejes. Der har været afholdt en række borgermøder i regi af COHEAT og erfaringen herfra er, at det ikke er afgørende, om det er et fyraftensmøde eller et aftenmøde. Det er dog vigtigt at tænke målgruppen ind. Hvis det fx er "førstegangskøbere", der typisk er yngre borgere med små børn, så kan et aftenmøde være at foretrække.

Hvornår på dagen? Hvilken varighed?

- Sammenhæng med målgruppen? (Især) Førstegangskøbere kan have svært ved at nå det i ulvetimen/til puttetid.
- Bør ikke være mere end 1½-2 timer, da de færreste borgere vil afse længere tid
- Fyraftensmøder fungerer typisk bedst (16:30-17:30, 17-18 eller 16:30-18:30 (husk forplejning!))
- Alternativt aftenmøder 19:00-20:30/21:00

Godt at vide

- Skal det passe med andet?
 - Ikke oven i byfest, landskamp mv.
 - Åbning af energirenoveringspuljen
 - "Grønne dage" i kommunen
- Hvornår er interessen størst?
 - Svært at tiltrække i juni/juli.
 - Størst interesse for fx varmekilde inden vinter
- Husk at overveje forplejning, hvis mødet er på 2 timer.
 - Fx start 16.30 med småkager og kaffe/te/vand

Sted

Stedet skal gerne passe til målgruppen. Hvis oplandet er inviteret, og de kommer kørende i bil, skal det være et sted med parkeringspladser, og hvis målgruppen er ældre borgere, så skal det ikke være på tredje sal uden elevator.

Derudover må det gerne være et sted borgerne kender, eller et sted de ved, hvor er. Det kan godt være byrådsalen, men det kan også være fx den lokale skole, efterskole, forsamlingshuset mv., som ofte har gode faciliteter til at samle mange mennesker og som muligvis skaber mere nærhedsfølelse.

Det må gerne være hyggeligt. Få mennesker i en stor hal kan virke forkert og give et indtryk af, at der burde være mange flere mennesker. Idrætshaller kan i nogle tilfælde være svære at varme op, hvilket bør indgå i planlægningen. Især i den kolde del af året er det vigtigt at sikre sig, at der er varme på i lokalet, eller om der skal sættes varme på i god tid. Hvis der skal være stande som en del af arrangementet skal det ligeledes tænkes ind.

Overvej derfor:

- Hvem er målgruppen – og hvor kommer de fra (mødested, transportform)?
- Hvem kommer (og hvordan passer det med mulige lokaler)?
- Er der en lokation borgerne kender (tryghed og nærhed)?
- Hvordan kommer de dertil (skal der tages hensyn til offentlig transport, p-pladser)?
- Egner lokalet sig til arrangementet? Hvad er der af udstyr? Hvordan er lyden/akustikken i lokalet?

Ud over de vanlige steder som kommunale bygninger, forsamlingshuse mv., kan det også overvejes om arrangementet kan opfylde andre formål. F.eks. Lade en temaaften om energirenovering foregå hos en boligforening, der netop har renoveret facaden.

Særligt ved arrangementer der afholdes sammen med/hos "eksterne" er det vigtigt at fremhæve afsenderen. Fx hvis det holdes på et byggecenter/tømmerhandel eller et varmeværk – er værten også arrangør og kan det opfattes som at de har en (skjult) dagsorden?

Godt at vide

- Ved geografi-specifikt møde
 - Sammenhæng med målgruppen?
- Ved tema-specifikt-møde
 - Et centralt sted
 - Et sted, borgerne ved hvor er
- Tilgængelighed
 - Parkeringspladser? Kan det nås med offentlig transport? Cykel?
 - 3. sal og ingen elevator?
 - Skal der skilte op i foyeren el.lign.?
- Det skal være et rart sted
 - Overvej rådhuset, biblioteket, den lokale efterskole, forsamlingshus
 - Er det et sted folk kender?
 - Er der normalt varme på?

Program

Programmet afhænger af det arrangement, som skal holdes. Man behøver ikke sende programmet ud som en del af invitationen, men der bør altid laves et (internt) program, da det både giver en fornemmelse af om den afsatte tid er passende og kan hjælpe med at få stukturet, hvem der gør hvad.

- Hvem gør hvad? Hvem byder velkommen?
- Hvis der fx skal stilles spørgsmål, skal der så være en til at gå rundt med en mikrofon?

Det væsentligste er, at borgerne får noget ud af at deltage i arrangementet. Det kræver typisk en fagperson, hvilket kan være vanskeligt at skaffe. Energistyrelsens "Spar Energi" tilbyder gratis oplæg og har flere forskellige temaer, de kan holde oplæg om. Der tilbydes oplæg fra et fast bibliotek.

Bolius og Energitjenesten har også mulighed for at holde indlæg, men ofte kræver det en form for betaling. Til gengæld vil der i højere grad være mulighed for at have indflydelse på oplæggets tema.

Hvis der er lokale aktører, som har lyst og evner til at holde et oplæg, kan det også være en mulighed. Det er her vigtigt at være opmærksom på, at kommunen ikke må favorisere én kommerciel part frem for en anden (fx håndværkere, tømmerhandel eller installatør/varmepumpeindustrien).

Det kan også være én fra kommunens egen bygningsafdeling, der har erfaringer fra energirenovering af kommunens bygninger for at vise praktiske erfaringer med (større) renoveringsprojekter, herunder hvordan enkelte forbedringer blev prioriteret i en kompleks proces. Kommunens bygningsafdeling vil også være i stand til at forholde sig til de lokalspecifikke forhold, fx med bevaringsværdige bygninger mv.

Folk lærer forskelligt, men mange har brug for at få konkretiseret teorien. Derfor er det næsten altid godt med en eller flere case-historier, til at illustrere pointerne.

Godt at vide

Folk skal få noget ud af det

- Oplæg fra fagperson?
 - Oplæg og konkrete eksempler kan gøre det nemmere at forstå sammenhæng.
 - Energistyrelsens "Spar Energi" tilbyder gratis deltagelse i borgermøder
 - Bolius og Energitjenesten har også eksperter som kan anvendes, men eventuelt mod betaling
 - Overvej lokale aktører (byggebranche og/eller case)

Forslag til program:

1. Kort velkomst
 - Læs IKKE alle handlinger fra klimahandleplanen op.
2. Fagligt oplæg
 - 1 time inkl. evt. lokal case(s)
3. Spørgsmål
 - 15-20 minutter
4. Afrunding
 - Nævn evt. næste arrangementer mv.

Invitation

En væsentlig lære fra COHEAT er, at de invitationer/breve der udsendes tages alvorligt og at det er et klart ønske fra borgerne, at de hurtigt kan gennemskue, hvorfor de har fået tilsendt invitationen/brevet.

Længden på invitationen er mindre væsentlig. Det er langt vigtigere, at det er tydeligt:

- hvorfor de har fået brevet
- hvad de tilbydes og
- hvordan de skal forholde sig, hvis de er interesseret.

Energi- og BygningsAnalysen (EBA) indeholder en række moduler, som kan anvendes til at bygge de ønskede invitationer/informationsbreve op på. Derudover kan der indsættes et link som henviser til borgerens personlige boligside, hvor borgeren nemt og overskueligt kan se relevante oplysninger om sin bolig.

Det anbefales at have tilmelding til arrangementerne, hvilket også kan ske via link genereret i EBA. Det vil gøre det muligt, at der kan lukkes for tilmeldinger, men også at justere på arrangementet, hvis der fx kommer meget få og at det derfor vil være mere hensigtsmæssigt at lave det mere som en samtale, end et oplæg.

Modul i EBA

Invitationer kan opbygges via EBA. Bl.a. mulighed for at indsætte links til den enkeltes individuelle boligside.

Godt at vide

- Få det vigtigste frem
 - Hvorfor (dem)?
Husk at fortælle, hvorfor/
hvordan de er udvalgt
 - Hvad?
 - Hvor / Hvornår / Hvordan?
- Tilmelding
 - Anbefales.
 - Gør det nemt at tilmelde sig
fx via link
 - Gør man kan lukke for
yderligere tilmeldinger, hvis
lokalenormen overskrides

Udsendelse

Der er i COHEAT gjort gode erfaringer med at sende invitationer/breve ud via Digital Post. Energi- og Bygningsanalysen (EBA) kan danne en flette-fil, som kan anvendes til brevflætning/personlig udsendelse til grupper og lister i Digital Post. Det kan godt være lidt bøvlet, men Energistyrelsens support til EBA (info@byggningsanalysen.dk), opleves som hurtige og gode til at hjælpe. Oftest er det blot et enkelt flueben el.lign., der skal rettes for at det virker.

Husk at være opmærksom på dubletter, så borgere ikke spammes unødigt. Som nævnt under [afsnittet om målgruppe](#), kan det være en fordel ved store kampagner med flere tusinde breve være en god idé at lave en prøve-udsendelse til en mindre kreds af borgere for at se om brevet kan have en utilsigtet konsekvens.

Det kan være rigtig godt som supplement at informere på andre platforme eller medier. Ved brug af hjemmesider har det størst effekt, hvis det er hjemmesider, hvor der er en specifik relation til emnet (F.eks. gennem målgruppens geografi eller sammensætning).

Husk at orientere lokale partnere om arrangementet/kampagnen og bed dem om at informere på deres platforme, hvis der er samarbejde med (lokale) partnere (landsbygrupper mv.).

Kommunes generelle hjemmeside eller Facebook er ofte for generelle til, at det giver en effekt. Overvej at kommunikere via fx lokale Facebookgrupper – og brug om muligt landsbyråd, udvalg el.lign. til at sprede budskabet, som opfølgning på de personlige invitationer (Digital Post).

Klassisk annoncering (ugeblade mv.) opleves ikke at have nogen væsentlig effekt.

Modul i EBA

Pga. GDPR kan der ikke inviteres direkte fra EBA. Der kan dog laves flette-filer, som indlæses i Digital Post til udsendelse.

Det gode eksempel

- [Nyborg Kommune \(klik\)](#)

Godt at vide

- Brug Digital Post til at udsende.
 - Tidspunkt: Invitér ca. 2-3 uger i forvejen.
- Brevflætning
 - Der kan ikke udsendes breve fra EBA direkte, pga. GDPR.
 - EBA-modulet kan drille, men Energistyrelsen er meget serviceorienteret mht. hjælp.
- Husk at være opmærksom på dubletter

Afvikling

Forberedelse er afgørende.

Jo bedre man har forberedt sig til et arrangement, jo bedre går det som regel. Der er en række praktiske ting, som der skal være styr på, hvilket sagtens kan overlades til andre, men sørg for at nogen har styr på alt det praktiske. Det er vigtigt at huske, den enkelte medarbejder ikke kan alt og især ikke på en gang. Hvis der er noget teknik, så alloker en medarbejder til teknikken. Husk generelt på, at den enkelte ikke skal have for mange roller.

Der kan opstå mange situationer i forbindelse med borgerinddragelse, så det kan være godt at være flere til at holde hovedet koldt. At have overblikket til at skære igennem og sige: "Det tager vi lige bagefter, da det ikke er interessant for alle i salen", kan være lettere, hvis man står på sidelinjen.

Spørgsmål – nu eller senere?

Afhængig af oplægsholder og format/størrelse på forsamlingen, kan det være en fordel at vente til sidst med spørgsmål, da det ellers nemt kan komme til at handle om detaljer, som ikke er interessante for hovedparten, eller den røde tråd får alt for mange knuder. Det kan også være en idé selv at have nogle spørgsmål klar, det kan være med til at få startet spørgelysten.

Godt at vide

- Pas på med for mange roller
 - Personen, der skal holde oplæg (og primær faglig person), skal ikke også stå for det praktiske
- En god ordstyrer kan være nøglen
 - Tag spørgsmålene til sidst
 - Overvej om der kan dukke folk op med meget stor lyst til kommentering og spørgelyst – hvordan håndteres disse?
 - Vær opmærksom på om spørgsmålene bliver for specifikke
 - Ikke interessante for hovedparten
 - Henvis til at tage det efter mødet
 - Forbered eventuelt selv et par spørgsmål (backup)

Evaluering & opfølgning

Erfaringer er som regel gode at trække på og derfor anbefales det, at man laver en opfølgning på sin borgerinddragelse. Ønsker man at opnå en specifik målbar reaktion anbefales det allerede fra start, at have overvejet hvorledes det kan og skal måles.

Inden møder/arrangementer skal det afklares om evalueringen skal være intern, eller man ønsker respons fra deltagerne. Skriv gerne evalueringen ned, da det kan være svært at huske til næste gang, noter gerne hvorfor noget virkede eller ikke virkede, det gør det nemmere at bruge evalueringen fremadrettet.

I Energi- og BygningsAnalysen (EBA) laves automatisk statistik på indsatsen, det vil sige at data for bygninger inkluderet i kampagnen sammenholdes med de samme data for datoen for kampagnens start.

En kampagne behøver ikke at munde ud i, at der udsendes opfølgende information til borgerne. Hvis der sendes opfølgning rundt, gælder samme principper som for resten af borgerinddragelsen: Der skal være indhold, fx udviklinger, ny viden el.lign.

Modul i EBA

I EBA genereres automatisk statistik på indsatser, fx antal ejendomme, der blev inddraget.

En kvalitativ opfølgning sker ikke i EBA.

Godt at vide

- Evaluer indsatsen
 - Blev formålet indfriet?
 - Hvad virkede?
 - Hvad virkede ikke?
 - Sammenfat evalueringen i umiddelbar forlængelse af gennemførelsen
- Hvis deltagere skal evaluere et fysisk møde:
 - Nævn det på mødet
 - Uddel evalueringsskemaer på stolene (husk kuglepenne!)
 - En person indsamler ved udgangen
 - Alternativt digitalt med QR-kode (fx i MS Forms fra Office-pakken)
- Supplerende analyser
 - Det kan nogle gange være en fordel, at oprette en analyse, som reference til en indsats/kampagne
 - Fx hvad sker der med oliefyrene, som ikke er en del af kampagnen, falder antallet lige så hurtigt?

Eksempel fra Nyborg Kommune

Formål

Nyborg Kommune ønsker at fremme energieffektiviseringer og nedbringe antallet af boliger, der opvarmes med olie eller gas. Men hvem er de borgere kommune skal i dialog med, og hvor bor de?

Format(er)

- **For enden af vejen** – kom og få en snak om din bolig
- **Grøn Bolig-fredag** – kom og se ved trælasten
- **Borgermøder** - energirenoveringer
- **Borgermøder** – varmepumpemøder
- **Viskaber.Nyborg** - Portal for digital borgerinddragelse

Analyse/Målgruppe

EBA er anvendt til at identificere de adresser, der kunne have det her behov. Der er søgt på:

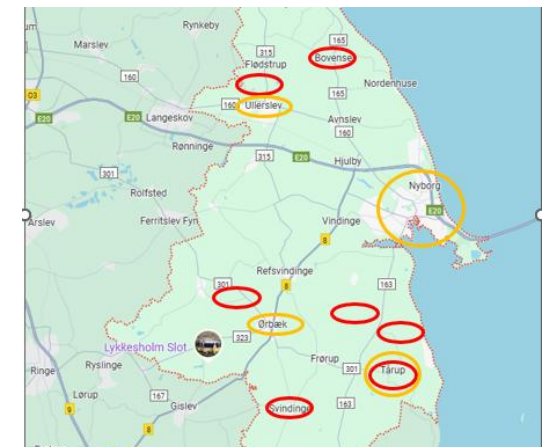
- Boliger med gas- eller olieopvarmning
- Boliger med energimærkerne D, E, F og G

Invitation

- Lavet i EBA
- Udsendt via digital post
- Bred lancering på tværs af alle kanaler
 - Hjemmeside, SoMe, lokalavis og fagmedier
- Løbende nedslag/ reminders på egne kanaler (herunder også betalte annoncer på SoMe)

Afholdelse/Evaluering

- Især grøn bolig-fredag var en succes, da borgerne fik sat billede på fx hulmursisolering



Høj koncentration af olie og gas
Høj koncentration af energimærke D-G



Dato	Aktiviteter	By
1. Februar	For-Enden af Vejen	Bovense
2. Februar	For-Enden af Vejen	Tårup
15. Februar	For-Enden af Vejen	Nyborg
27. Januar	Borgermøder, Energirenovering	Ullerslev
6. Marts	Borgermøder, Energirenovering	Ørbæk
29. Januar	Borgermøder, Energirenovering	Nyborg
2. April	Varmepumpe møder	Langtved
9. April	Varmepumpe møder	Kogsbølle
16. April	Varmepumpe møder	Frørup
23. April	Varmepumpe møder	Svindinge
21. Februar	Grøn Bolig-Fredag	Nyborg

Eksempel fra Assens Kommune

Assens Kommune har prøvet forskellige formater og på baggrund af disse udviklet følgende:

