

PERSONAANALYSE

Persontyper identificeret gennem interviews
med boligejere omkring renoveringsprocesser
i deres hjem

Den antropologiske undersøgelse er udviklet i forbindelse med Energistyrelsens energirådgivning til private husstande, som konsortiet Viegand Maagøe og Transition driver for Energistyrelsen. Transition har foretaget undersøgelserne og udarbejdet rapporten.

Udgivet december 2018

INDHOLDSFORTEGNELSE

Resumé	4
Indledning	6
Undersøgelsens teoretiske udgangspunkt	7
Metode	9
Informantgruppen og de identificerede personaer	10
Portræt: Den travle borger	11
Portræt: Den sparsommelige borger	12
Portræt: Den ordentlige borger	13
Portræt: Verdensborgeren	14
Portræt: Handymanden	15
Portræt: Konkurrencemennesket	16
Afsluttende kommentarer	17
Litteratur	19

RESUMÉ

Undersøgelsen understøtter arbejdet med Energistyrelsens energirådgivning til private husstande og er funderet i interviews med borgere, der har benyttet SparEnergi.dk's rådgivningstelefon. Gennem 74 interviews med borgere, der har benyttet rådgivningstelefonen i perioden jun. 2017 – okt. 2018, er der identificeret seks persontyper, såkaldte personaer, der benytter rådgivningen.

En persona er en fiktiv karakter stykket sammen af viden om virkelige personer. Formålet med den viden er i højere grad

at kunne målrette rådgivningen til den enkelte borger. Med personabeskrivelserne fås en dybere forståelse af borgernes nuancerede verdener, og de kan bidrage til mere målrettet kommunikation, arrangementer og materialer.

Der er i materialet identificeret seks personaer, der er kendetegnet ved forskellige renoveringspraksisser. Renoveringspraksisserne er et resultat af borgernes forskelligartede motivationsfaktorer, barrierer og livscyklusser.

PERSONAERNE ER:	
Den travle borger	Der har begrænset tid til renoveringer, ofte står med akutte reparationer, og hurtigt tager rådgivers ord for gode varer, da der ikke bruges tid på research. Den knappe ressource tid præger typen, der særligt indeholder småbørnsfamilier.
Den sparsommelige borger	Der ofte ender i lange gør det selv-projekter af økonomiske årsager. De kan være relativt grundige i tilbudsindhentning og research, men udfører helst så meget som muligt selv. Den knappe ressource penge præger typen, og de vil gerne udnytte deres ressourcer optimalt. Unge, der netop har købt deres første hus, ender ofte i denne gruppe, ligesom borgere, der har gennemgået omvæltninger, der har påvirket økonomien (mistet job mv.)
Den ordentlige borger	Der gerne vil have, alting fremstår velholdt, og som derfor laver løbende renoveringer. De går gerne med "livrem og seler" dog uden at fråse. Den ordentlige borger er grundig, og nøgleordene er tryghed og komfort, hvorfor der er en vis skepsis over for nye løsninger. Typen er typisk det ældre ægtepar, der har boet i deres hus i mange år.
Verdensborgeren	Der er et fællesskabsorienteret menneske, som går op i miljø, ansvarlighed og fleksibilitet. De går gerne på kompromis med komfort eller økonomi for de energivenlige løsninger. Selvom verdensborgeren ikke er materialistisk, kan de godt gå op i æstetik og design og sætter pris på gennemtænkte løsninger. Typen er typisk borgere med et vist økonomisk overskud og personer i alternative boformer.
Handymanen	Der ser huset som et hobbyprojekt og konstant har projekter i gang. Han er meget praktisk/teknisk anlagt, stoler på sine egne færdigheder, og kan godt lide at "springe ud i det", uden alt skal researches først. Han søger viden hos venner og bekendte, og nøgleord er selvforsyning, optimering af driftsøkonomi og kreativitet. Handymanen har ofte en håndværksmæssig uddannelse eller har oparbejdet den store viden gennem mange år med renoveringsprojekter i huset, som han nødigt flytter fra. 2
Konkurrence-mennesket	Der på mange måder er en frontløber, der vil vinde: han jager de ekstreme løsninger og det mindst mulige energiforbrug. Han er ikke bleg for at bygge nyt nulenergihus for at få sine ønsker opfyldt - heller ikke flere gange i livet, hvis behovene ændrer sig. Han har generelt let ved at sætte sig ind i nye ting og vælger ofte selv at være tovholder på større renoveringsprojekter, da han kan lide at have overblikket, men hyrer de rette håndværkere til at udføre arbejdet for ham. Han er en livsnyder, der tiltrækkes af det ekstraordinære og den gode historie.

En borger kan indeholde træk fra mere end én persona, men oftest vil en person dog tilhøre én gruppe mere end en anden. Ydermere kan borgere gennem deres liv flytte sig fra én personagruppe til en anden, hvis vedkommendes individuelle, sociale eller materielle kontekst ændrer sig. Den sparsommelige borger og handymanden er de typer, der i materialet ligger nærmest hinanden. Derfor kan man overveje at slå dem sammen til én gruppe, når man udtænker løsninger til borgere, der udfører selv-projekter i boligen.

Personagrupperne peger på forskelligartede rådgivningskanaler, der vil appellere til de forskellige typer. Indsigten kan dels bruges til at udvikle nye tiltag og dels til at forbedre eksisterende rådgivning, der kan påvirke eller understøtte private borgeres energioveringer.

Eksempler på effektive rådgivningskanaler tilpasset de enkelte personaer er:



Den travle borger skal tages i hånden, hvis der skal udføres andet end akutte reparationer. Derfor er simple pakked løsninger kombineret med opfølgende rådgivning optimalt for dem. Målrettet kommunikation bør være aggressiv på den måde, at mange påmindelser er nødvendige, men budskabet skal holdes til det simple, så det ikke bliver for tidskrævende.

Udvikling af selv-videoer med de mest almindelige begynderprojekter vil hjælpe **den sparsommelige borger**, da det er lettere at se noget bliver udført end at læse om det.

Det vil være optimalt at udvikle events, hvor **den ordentlige borger** kan se og opleve nye produkter, så de kan blive trygge ved nye løsninger. Den gode inspirationshistorie fra ligesindede vil ligeledes virke tryghedsskabende.

Verdensborgeren kan tiltrækkes af events med overskriften "miljøindsatser" eller lokale initiativer for deleøkonomi.

Udvikling af en platform med erfaringsudveksling af den mere nørdede eller tekniske karakter vil appellere til **handymanden**.

Konkurrencemennesket vil have glæde af at komme til events, hvor en rådgiver er helt opdateret med de nyeste tendenser og standarder for eksempelvis nulenergi huse eller den nyeste viden inden for batterier til lagring af energi.

INDLEDNING

Undersøgelsens baggrund er Energistyrelsens borgerrettede aktiviteter, hvis overordnede formål er at fremme energi-effektiviseringer i private husstande, ved at gøre det nemt for borgerne at få viden om energirigtige løsninger. De borgerrettede aktiviteter indbefatter blandt andet:

- Borgermøder med fokus på energibesparende tiltag i private boliger
- SparEnergi.dk, hvor borgerne kan finde gode råd om el, varme og energirigtige løsninger
- SparEnergi.dk's mail- og telefonrådgivning, hvor borgerne kan få gratis hjælp fra de tilknyttede rådgivere

Som baggrund for undersøgelsen er der udført 74 telefoninterviews med borgere, der har benyttet SparEnergi.dk's

rådgivningstelefon i perioden jun. 2017 – okt. 2018, og i den forbindelse givet deres accept til at deltage i undersøgelsen.

Undersøgelsen vil identificere forskellige persontyper, såkaldte personaer, der benytter rådgivningstelefonen. Formålet er at få en mere nuanceret forståelse af borgernes forskellige behov, så vi kan målrette og individualisere rådgivningen. Med dette fokus bidrager undersøgelsen med erfaringer, som kan understøtte i rådgivningssituationer og benyttes til udarbejdelse af kommunikative værktøjer. Resultatet kan dermed benyttes strategisk i den fremadrettede rådgivning.

Denne rapport beskriver seks personaer med hver deres kategoribetegnelse, og i bilag 1 findes profileksempler inspireret af empirien på hver af disse persontyper.

UNDERSØGELSENS TEORETISKE UDGANGSPUNKT

Personabeskrivelser

En persona er en beskrivelse af en fiktiv karakter stykket sammen af viden om virkelige personer, som bruges til at få ideer til design af produkter eller ydelser. Beskrivelser af personaer bidrager til at skabe en fælles forståelse af, hvem målgruppen er (Nielsen, 2011:7-10). Formålet er at skabe identifikation med brugerne, så det bliver muligt at forstå deres verden og skabe løsninger målrettet dem (Nielsen, 2011: 91-92). Da personaen ikke eksisterer som en bestemt person, men er sammensat ud fra en række virkelige personers hverdag og behov, er det ikke usædvanligt, at personer vi møder i hverdagen kan indeholde træk fra flere af de beskrevne personaer på samme tid. De fleste mennesker vil dog passe mere ind i én af personabeskrivelserne end i de andre.

Personametoden er som udgangspunkt kvalitativ, og indsamler viden om behov, holdninger og adfærd gennem fortællinger om informanternes praksis og livssituation (Nielsen, 2011: 39-40).

De overordnede tematikker i den eksisterende litteratur, som undersøgelsen har taget udgangspunkt i, gennemgås i det følgende.

Barrier og motivationsfaktorer hos private boligejere

Adjunkt i byggeri, arkitektur og indeklime Andrea Mortensen har i sit Ph.d. projekt undersøgt barrierer og motivationsfaktorer for energirenovering af danske parcelhuse. Resultaterne peger på, at de største motivationsfaktorer for husejere til at energirenovere er forbedret komfort og indeklime, arkitektonisk forskønnelse og en fornuftig økonomi (Mortensen 2015:152). Inden for den eksisterende litteratur omkring energirenovering er der identificeret en række forskellige barrierer, der varierer fra manglende viden om mulighederne, manglende viden om de ikke-økonomiske fordele og usikkerhed om økonomi og manglende interesse (Jensen 2004). Ofte er komfort, æstetik, indeklime, miljø, økonomi, funktion og vedligehold af huset italesat som enten motiverende faktorer, delfaktorer i barrierer eller barrierer i sig selv (Mortensen 2015, Niras 2013).

Energirenovering i et praksisteoretisk perspektiv

Motivationsfaktorer, barrierer eller værdier er ikke nok i sig selv til at kunne forklare, hvorfor private boligejere energirenoverer, da forskellige hverdagspraksisser har afgørende betydning for den måde, vi forbruger energi på i hverdagen. Praksisteorien er udbredt som tilgang til at forstå og undersøge netop dette (se eksempelvis Shove et al 2007, Gram-Hanssen 2010, Strengers 2013). Praksisteorien bidrager med en forståelsesramme, der udvider den dominerende antagelse omkring værdier, motivationer og barrierer som individuelt betingede og beslutningsprocesser i forbindelse med energirenovering som afgrænsede, individuelle processer, hvor rationelle valg træffes på baggrund af objektive data. En praksis består nemlig både af individuelle, sociale og materielle elementer (Shove et al 2012:23). Hvis man ønsker at forstå energirenovering, er man derfor nødt til at se på relationen til eksisterende praksisser og undersøge de forskellige elementer, der er med til at opretholde eller skabe forandringer.

Ifølge miljøsociolog Nina Baron og forsker i tværfaglige kulturstudier Håkon Fyhn må energirenoveringer forstås som forbundet til det, de kalder "Practice of Dwelling": den praksis, der relaterer sig til at skabe og opretholde et hjem, og som både inkluderer større og mindre tiltag i huset og det levede liv. Mennesker udvikler og ændrer sig over tid, men det samme gør materialiteten, det sociale liv og det politiske landskab. Derfor er det vigtigt at have fokus på samspillet mellem disse, og hvordan de hver især påvirker energirenoveringsprocesser. Ting bliver slidte og har derfor brug for at blive skiftet ud, love og tilskudsordninger ændres og skaber nye incitamenter. "Practice of Dwelling" tilgangen er inspireret af Tim Ingolds fænomenologiske syn på verden, der fokuserer på individets erfaringer ud fra det miljø, som det selv skaber gennem et løbende engagement, "dwelling", og Shoves praksisteoretiske standpunkt, der tager mindre udgangspunkt i individet, men mere udgangspunkt i, hvordan praksis skabes og transformeres på tværs af større sociale grupper (Baron og Fyhn 2015).

Livscyklus

Den praksisteoretiske tilgang udgør en overordnet ramme for undersøgelsen, men livscyklus udgør et supplerende perspektiv til at forstå hvorvidt, det er muligt at identificere forskellige typer af husejere relateret til de forskellige livsstadier.

Andrea Mortensen understreger, at det er vigtigt, at man ikke ser husejere som én stor homogen gruppe. Hun opdeler husejerne i to grupper, der repræsenterer to meget forskellige steder i livscyklus og som divergerer i motivationsfaktorer, når det gælder renoveringer: de unge husejere og de ældre boligejere. De yngre boligejere kan ifølge Mortensens undersøgelse være motiveret af komfort, indeklima, energiforbrug og arkitektonisk udseende. De ældre husejere er sværere at motivere, men det er dog muligt gennem forbedringer i komfort. Det er imidlertid vigtigt for dem, at udseendet af huset ikke ændres markant (Mortensen 2015:296).

Også antropolog Lise Tjørring beskæftiger sig med livscyklus og praksisser i private boliger. I erhvervs-ph.d.-projektet Project Zero fremlægger hun erfaringer fra et af sine projekter om energirenovering i private hjem i Sønderborg Kommune. Hun understreger blandt andet, at timing er et vigtigt punkt, da husejeres forestillinger om, hvor længe de skal bo i sit hus er afgørende for beslutninger om energiforbrug, og hvorvidt man vil udføre renoveringer med lange tilbagebetalingstider. Store omvæltninger i folks liv såsom ægteskab, skilsmisse, ændret jobsituation, børnene flytter ud og sygdom kan både fordre eller mindske motivationen for energirenoveringer (Tjørring 2016). Tjørrings livscyklusperspektiv, hvor boligens liv er vævet sammen med menneskets liv, bygger på en praksisteoretisk tilgang, hvor det levede liv i husene bliver afgørende.

Katalysatorer i borgernes beslutningsproces

En katalysator er et element, der kan skubbe til beslutningsprocessen, hvis de rette borgere rammes af dem på det rette tidspunkt (jf. Lise Tjørrings fokus timing). Transition har i et casestudie udført for Energistyrelsen i 2016 beskrevet sådanne katalysatorer i borgernes beslutningsprocesser, når det gælder energirenoveringer (Transition 2016). Her identificeredes tre katalysatorer kaldet naboeffekten, opfølgningseffekten og fællesløsningseffekten, som nærværende undersøgelse vil referere til, og som derfor kort skitseres her:



NABOEFFEKTEN

Naboeffekten beskriver den effekt, hvor naboer påvirker hinanden i beslutningen om at foretage en energirenovering. En anbefaling fra en bekendt betyder noget andet end en anbefaling fra en fagmand eller sælger, da man har større tillid til personer, man kender, og vedkommende ikke opnår profit af anbefalingen. En teknologi kan desuden blive afmystificeret ved at se den i aktion hos en nabo, og man kan springe en researchfase over, hvis man vælger den samme løsning.



OPFØLGNINGSEFFEKTEN

Opfølgningseffekten beskriver den effekt, en opfølgning på en energirådgivning kan have. I casestudiet havde et antal husejere alle modtaget en energiscreening og efterfølgende rapport med anbefalinger til energiforbedrende tiltag. Flere borgere, der havde sagt "nej" til de foreslåede tiltag i rapporten, ændrede mening, da vi senere fulgte op på deres beslutning. Den opfølgende samtale betød, at emnet igen blev bragt frem, hvilket gav borgerne tid og rum til både at reflektere over og genoverveje deres valg. Nogle borgeres kontekst havde på opfølgningstidspunktet ændret sig, og i andre tilfælde var forslagene til energirenoveringer blot blevet glemt i en travl hverdag.



FÆLLESLØSNINGSEFFEKTEN

Fællesløsningen er tænkt som et tilbud iværksat fra fx en kommunes side, hvor borgere kan takke ja til en pakked løsning, fx om at få udført en hulmursisolering. Fællesløsningen indeholder et aspekt af tryghed ved at følge naboens valg og prisfordele ved at opnå grupperabat. Det drejer sig yderligere om en tillid, der ikke kun er betinget af tilliden til en nabo, men lige så meget af at tilbuddet var iværksat af kommunen – en aktør, som borgerne stolede på. Muligheden for en grupperabat fik desuden naboerne til aktivt at opsøge hinanden for at komme med i netop dette tilbud.

METODE

Gennem interviews med 74 borgere, der har ringet til SparEnergi.dk's rådgivningstelefon, er der indsamlet viden om borgernes praksis og den kontekst, de befinder sig i. Det ønskede mål var 80 borgere, og vi indsamlede accept fra sammenlagt 85 borgere. Frafaldet var dog større end antaget. Nogle borgere faldt fra grundet store kontekstuelle ændringer i deres liv, såsom sygdom eller flytning, mens det med andre blot ikke lykkedes at komme i telefonisk kontakt igen.

Alle interviews tog udgangspunkt i den samme semistrukturerede interviewguide. Temaer og hovedspørgsmål var dermed defineret på forhånd med udgangspunkt i den beskrevne teori, men der er en åbenhed i forhold til at afvige fra guiden i den konkrete interviewsituation, hvis informanten bringer andre interessante emner på banen. På tværs

af interviewene er der gennem kodning¹ kortlagt mønstre i, hvordan borgerne taler om deres værdier, livssituation og renoveringspraksis. På den måde finder man ligheder og modsætninger iblandt borgerne og inddeler dem i relevante personæer. Der er spurgt ind til borgernes livscyklus (alder, beskæftigelse, husstand), og der er særligt spurgt ind til praksisser, motivationer og barrierer ift. renoveringer.

Rådgivningstelefonen har givet undersøgelsen en helt unik adgang til informanter fordelt over hele landet, men metoden har den svaghed, at de interviewede informanter selv har tilkendegivet, at de ønsker at deltage. Dermed kan der være nogle persontyper, der fremtræder mindre klart i undersøgelsens datamateriale end i virkelighedens verden.

¹ Kodning er en teknik, hvor man forbinder tekststykker med nøgleord for at nedbryde, sammenligne og kategorisere data (Kvale & Brinkmann 2009: 223ff)

INFORMANTGRUPPEN OG DE IDENTIFICEREDE PERSONAER

Informanterne, der ligger til grund for analysen, er fordelt på alder og køn som vist i figur 1.

	Mand	Kvinde	I alt
20-30 år	3	0	3
31-40 år	17	3	20
41-50 år	14	5	19
51-60 år	7	10	17
61-70 år	5	6	11
71-80+ år	3	1	4
I alt	49	25	

Figur 1

I alt er omtrent dobbelt så mange mænd som kvinder altså interviewet, ligesom der er en overvægt af aldersgruppen 30-60 år. Da vi ikke har en opgørelse over, hvor mange mænd og kvinder og hvilke aldersgrupper der ringer til rådgivningstelefonen, er det ikke muligt at vise, hvorvidt dette er et gennemsnitligt billede af de borgere, der normalt benytter rådgivningslinjen.

Geografisk er der en overvægt af informanter fra Sjælland (38 ud af 74), og da der umiddelbart ikke er mønstre i materialet, der viser, at de enkelte personaer knytter sig til bestemte geografiske områder, er geografien ikke en faktor i nærværende rapport.

I empirien har vi identificeret seks personaer, som har fået hver deres kategoribetegnelse. Hvor de tre første persona-beskrivelser er mere ordinære i deres behov og løsninger, har de tre sidste en tendens til at være lidt mere ekstraordinære i deres tilgange til renoveringer.

Personaerne er:

1. Den travle borger
2. Den sparsommelige borger
3. Den ordentlige borger
4. Verdensborgeren
5. Handymanden
6. Konkurrencemennesket

De følgende portrætter af personaerne indeholder et kort overblik over:

- Personaens primære motivation for at renovere.
- Personaens primære barrierer for at renovere.
- Personanens livscyklus.
- Personaens typiske renoveringspraksis.
- Indikatorer for den gode rådgivning til den enkelte persona.

Portræt:

DEN TRAVLE BORGER

Den travle borger har meget lidt tid til at gå op i renoveringer og tager hurtigt rådgivers ord for gode varer. De vil gerne finde en løsning på deres problematikker, uden de skal bruge meget tid på research på grund af en travl hverdag. De er derfor heller ikke tilbøjelige til at indhente mange tilbud. Funktionalitet og minimalt vedligehold vægtes højt, så de vil eksempelvis foretrække varmekabler, der ikke skal driftes og ikke et pillefyr, der kræver deres opmærksomhed.

Ting skal ofte repareres akut, fordi de løbende renoveringer ikke prioriteres, og selv små projekter kan være en sejr at få gennemført. En god rådgivning for dem er i bund og grund en rådgiver, der fortæller dem, hvad de skal gøre. Alligevel vil det at kontakte en BedreBolig-rådgiver ofte være et dårligt råd, fordi den travle borger ikke går så grundigt til værks. Et bedre værktøj kan være Bygningsguiden², der kan give dem et mere enkelt overblik over de ting, de kan fokusere på i deres specifikke hustype.

Selvom økonomi altid er en faktor for de fleste mennesker, er det mere tiden og prioriteringen, der bremser den travle borger i renoveringerne. De er sjældent praktisk anlagte, fordi de mangler interessen eller tiden til at sætte sig grun-

dig ind i tingene. Udtalelser som "vi betaler for at få nogen til at udføre det, ellers bliver det ikke til noget", er derfor typiske for den travle borger.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Småbørnsfamilierne: disse mangler overskud i hverdagen, hvorfor ting udsættes eller glemmes. Som forældre med fuldtidsjobs og børn, der skal hentes og bringes, forsøger de at værne om værdien "at være sammen som familie". De kan motiveres af miljøhensyn, men det grønne forbrug begrænser sig ofte til den personlige sundhed frem for de større miljøhensyn. Hvis de grønne forbrugsvalg bliver besværlige, bliver de bortprioriteret af logistiske hensyn.

Personer, der har boet en årrække i deres hus uden at foretage særlige renoveringer: disse kan stadig være børnefamilier, men børnene er nu ved at være teenagere. Eftersom der kun er foretaget renoveringer, når det har været uundgåeligt, begynder mere almindeligt vedligehold at trænge sig på. Vedligehold er dog ikke en del af deres praksis, og de har vænnet sig til eventuelle skavanker i deres hus, hvorfor der kun er en lille chance for, at de nu giver sig i kast med gennemgribende renoveringer.

PRIMÆRE MOTIVATION: Forbedring af indeklima, funktion og minimalt vedligehold.

PRIMÆRE BARRIERER: Manglende tid og prioritering. Manglende viden om muligheder.

LIVSCYKLUS: Begge køn, ca. 30-50 år. Typen har ofte hjemmeboende børn.

RENOVERINGSPRAKSIS: Ad hoc tilgang, hvor man løser problemerne, når de opstår, hvilket ofte resulterer i akutte reparationer. De søger et minimum af informationer, og da selv små projekter kan være en sejr at få gennemført, er de ikke tilbøjelige til at kaste sig over gennemrenoveringer af boligen.

GOD RÅDGIVNING: Løsninger skal holdes til det enkelte og overskuelige. Typen er ofte meget lydhør over for rådgivere, men ønsker meget konkrete svar, så deres egen research mindskes. Typen vil falde for løsninger, der kan gøre hverdagen nemmere og ikke kræver deres tid. Samlede løsninger, evt. med automatiske servicetjek, vil være at foretrække.

Researchfasen ligger ikke i deres praksis, så rådgivningen skal komme til dem – og helst helt konkret hjem til dem. Giv borgeren tilbud om energiscreening og en pakked løsning (fællesløsning), de kan sige ja til, uden at skulle researche selv. Selv de nemme løsninger risikerer dog at glippe, så de kan i høj grad have brug for opfølgende rådgivning, men kun med simple løsninger, for den travle borger vil sandsynligvis stå af ved store gennemgribende projekter.

²Bygningsguiden kan findes på www.spareenergi.dk

Portræt:

DEN SPARSOMMELIGE BORGER

Den sparsommelige borger ender ofte i gør det selv-projekter, selvom typen ikke konstant har projekter i gang som Handymanden. De udfører renoveringerne af økonomiske årsager, mere end de drives af en decideret lyst. De kan godt være drevet af en optimisme og gejst i begyndelsen, men kan tage munden for fuld og bliver usikre i processen undervejs. Projekterne kan trække i langdrag, fordi der ikke ligger den samme energi bag, som hvis det var en hobby. Hvis den sparsommelige borger ikke udfører tingene selv, kan de være relativt grundige i deres research og vil gerne bruge tid på at indhente flere tilbud for at finde den bedste løsning til de billigste penge. Tilskud er ligeledes en vigtig faktor.

Da bestræbelser på at reducere energiforbruget primært sker af økonomiske årsager, må grønne forbrugsvalg ikke være forbundet med for meget usikkerhed omkring økonomi. I princippet kan typen sekundært motiveres af mange ting, men det økonomiske kommer altid først.

Den sparsommelige borger kan enten blive så træt af de langvarige gør det selv-projekter, at de ender med at betale sig fra alt, hvis deres økonomi senere tillader det, eller de oparbejder en så stærk viden om gør det selv-projekter, at de ender som deciderede handy-mænd.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Unge, der netop har købt deres første hus: disse har ofte sat sig lidt hårdere økonomisk end tidligere, men de er til gengæld optimistiske og energiske og vil gerne gå på kompromis med komforten, mens renoveringen står på. De påtænker at blive i huset i mange år og er åbne for "moderne" løsninger, så længe de er økonomisk fordelagtige - også selvom tilbagebetalingstiderne er lange. De har gåpåmod, men må eventuelt tage renoveringerne i etaper, når der er tid og penge.

Personer, der gennemgår store omvæltninger i deres liv, der påvirker økonomien: mistet arbejde, skilsmisse eller lignende kan skubbe personer over i denne gruppe, selvom de tidligere har tilhørt én af de andre personagrupper.

PRIMÆRE MOTIVATION: Økonomiske besparelser.

PRIMÆRE BARRIERER: Manglende viden, usikkerhed omkring økonomi.

LIVSCYKLUS: Begge køn, ca. 25-45 år. De kan være ekstra pressede økonomisk, fordi de lige har købt deres første hus eller har gennemgået store omvæltninger i økonomien - fx som følge af mistet job.

RENOVERINGSPRAKSIS: Renoveringer udføres løbende, når der er råd. Typen er mere interesseret i pengebesparelsen og resultatet end selve processen. Derfor kan projekterne med tiden blive en sur pligt, som kan trække i langdrag. De researcher og kigger på videoer på internettet for at lære, hvordan de skal udføre projekterne.

GOD RÅDGIVNING: Typen vil gerne opnå en optimal udnyttelse af personlige og økonomiske ressourcer, hvorfor besparelsen og fordelene gerne må gøres synlige og sammenlignelige. Den sparsommelige borger vil gå op i tilbagebetalingstider, der giver mening ift., hvor længe de planlægger at bo i huset.

Gør det selv-videor, hvor man kan se renoveringer blive udført, er gode informationskilder. Typen opsøger selv viden om de forskellige muligheder og kan tiltrækkes af borgermøder, hvor de kan få tips og tricks.

Portræt:

DEN ORDENTLIGE BORGER

Den ordentlige borger vil gerne have, at alting er i orden og velholdt og laver derfor løbende renoveringer. De er optaget af, hvad andre folk gør og følger ofte anbefalinger fra politisk side for, hvordan man skal holde huset til en vis vedligeholdelsesstandard - dog uden at fråse. Tingene skal ikke skiftes ud bare for at blive skiftet ud, men den ordentlige borger går dog med "livrem og seler". Dermed skiftes oliemynter, inden det står af, da de altid prøver at undgå akutte reparationer.

Den ordentlige borger vil gerne være grundig og spørger rådgivere og naboer til råds ofte foranlediget af, at de læser eller hører om et eller andet i avisen/TV. Da de sjældent står over for akutte reparationer, har de tiden til at blive sikre i deres valg – eller blot blive mere forvirrede over den megen information, de finder.

Den ordentlige borger er fornuftspræget og går op i værdier som tryghed og komfort. Typen er tilbageholdende overfor nye løsninger eller mærker, for de vil gerne træffe sikre valg; først når usikkerheden omkring en teknologi er fjernet, er den ordentlige borger klar til at investere. Et bredt udbud af valgmuligheder er dermed knap så

vigtigt. En god standardløsning med fokus på de grundlæggende funktioner, driftssikkerhed og overblik over, hvad valget indebærer af udgifter, er vigtigere. De har heller ikke behov for at lave gennemgribende renoveringer, blot alt er pænt og funktionelt i deres bolig.

Den ordentlige borger kan både udføre smårenoveringer selv (hvis alderen tillader det) eller betale sig fra det. Selvom penge bruges med fornuft, er de mere motiveret af at holde orden og opretholde en vis komfort, end de er af økonomiske besparelser.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Borgere, der har boet i deres hus i mange år:

de kender deres hus og økonomien er stabil. De er trygge ved lokale håndværkere og har ofte en bestemt, som de har været tilfredse med og bruger igen og igen.

PRIMÆRE MOTIVATION: Komfort, tryghed, vedligehold.

PRIMÆRE BARRIERER: Tilbageholdende overfor nye løsninger.

LIVSCYKLUS: Begge køn, ca. 55 – 80+ år. De har ofte boet i deres hus eller nabolag længe. Typiske ordentlige borgere er det ældre pensionerede ægtepar.

RENOVERINGSPRAKSIS: Løbende renoveringer og vedligehold. De er opmærksomme på, hvad deres naboer gør, hvad der sker i lokalområdet, og hvad de læser om i aviser eller ser i TV. De kan være længe om at træffe beslutninger, ofte fordi de har tiden til det, da de sjældent står over for akutte renoveringer.

GOD RÅDGIVNING: Det fornuftige og økonomisk fordelagtige i valget skal fremhæves. Rådgiveren skal gerne give sig tid, ellers bliver den ordentlige borger "mistroisk", men et bredt udbud af valgmuligheder er knap så vigtigt. En god standardløsning med fokus på de grundlæggende funktioner, driftssikkerhed, overblik over investeringer og udgifter er vigtigere.

Den ordentlige borger vil være modtagelig over for events, hvor man kan se, afprøve og opleve produktet - man skal arbejde på at nedbryde de fremherskende fordomme over for nye løsninger. Da typen holder øje med, hvad der sker i nabolaget, gør naboeffekten sig gældende. De forholder sig opbyggende til borgermøder eller kommunale initiativer. Opfølgende rådgivning kan føles trygt for borgeren, men kan også placere borgeren i en tvivl, om der nu er noget, de har overset, som de bør gøre for at vedligeholde deres hus.

Portræt:

VERDENSBORGEREN

Verdensborgeren er et fællesskabsorienteret menneske, der ofte er ressourcestærk og modtagelig over for nye løsninger; de er dermed "first movers" på en række fronter. Verdensborgeren går op i værdier som miljø, fællesskab, ansvarlighed og fleksibilitet. Dermed er det grønne forbrug også mere, end hvad der foregår inden for hjemmets fire vægge; miljøet er ikke kun statens ansvar, det er et fælles ansvar. De er generelt mere motiveret af miljøspørgsmål end de andre typer og går gerne på kompromis med komfort eller økonomi for de energivenlige løsninger. Økonomien vil dog altid være en faktor, uanset hvor grøn man er, og holdningerne bliver ikke altid fulgt op af konsekvent adfærd.

Når verdensborgeren kaster sig ud i renoveringer, vil de gerne gøre det ordenligt, og de har ofte overskuddet til at kaste sig ud i totalrenoveringer. Selvom de har meninger om, hvad de vil have, har de ikke et behov for at styre hele processen selv og er tilbøjelige til at hyre en totalentreprenør til at stå for slagets gang. De kan evt. lave nedrivningsarbejde selv, men erkender, at de bruger deres tid bedre ved at udføre deres normale arbejde, og dermed tjene penge til at betale håndværkere for det resterende.

Selvom verdensborgeren ikke ser sig selv som materialistisk, kan de godt gå op i æstetik og design. De vil derfor sætte pris på, at løsninger er gennemtænkte – både i forhold til æstetik og miljø.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Personer, der har økonomisk overskud til at tænke på miljøet: selvom verdensborgeren ikke er velhavende, har typen alligevel ofte været på arbejdsmarkedet i nogle år og har derfor økonomisk råderum til at tænke miljøet ind i deres renoveringer.

Personer i alternative boformer: fx bofællesskaber/kollektiver, hvor værdier som fællesskab særligt hersker. Her foretages megen research på renoveringsmuligheder, da mange i husstanden skal blive enige, og argumenterne for løsninger skal vejes op mod hinanden.

PRIMÆRE MOTIVATION: Miljø, æstetik, forbedret indeklima.

PRIMÆRE BARRIERER: Økonomi.

LIVSCYKLUS: Begge køn, ofte i alderen 35-50 år. De har overskud til at tage et ansvar for miljøet, selvom de dog ikke er velhavende, men de anser miljøhensyn som et fælles ansvar. Typen omfatter også ofte mennesker, der bor i alternative boformer, fx kollektiver.

RENOVERINGSPRAKSIS: Løbende vedligehold eller totalrenoveringer. Miljøfaktorer vil altid blive tænkt ind, medmindre økonomien er stopklods. Typen har ofte overskuddet til at kaste sig ud i større renoveringer, hvor de sætter sig ind i tingene og udfører småting selv, men gerne hyrer en totalentreprenør til at stå for slagets gang.

GOD RÅDGIVNING: Typen er lydhør over for miljøargumenter og villig til at agere i henhold til dem, hvis deres økonomi tillader det. De vil være modtagelige over for kvalitetsprodukter, der kan genanvendes uden belastning af miljøet, også selvom de skal gå på kompromis med komfort eller økonomi. De vil sætte pris på, at løsninger er gennearbejdet og gennemtænkt - både i forhold til æstetik og miljø.

I løsninger til denne type bør man ikke blot tænke i husstande, men fx også i små lokale kollektive systemer, hvor man deler og bytter indbyrdes. Typen vil ligeledes bakke op om fællesløsninger, da de gerne vil være medvirkende til, at flest muligt får udført energibesparende renoveringer.

Portræt:

HANDYMANDEN

Handymanden ser huset som et hobbyprojekt. Han har konstant projekter i gang, fordi han ikke kan lade være. Han er meget praktisk/teknisk anlagt og kan godt lide at "springe ud i det", uden at alt nødvendigvis researches til mindste detalje først. Projekterne ses som en rekreativ og meningsfuld del af hverdagspraksisserne i huset, og han stoler på sine evner til at løse udfordringer undervejs og til at kunne klare det mindst lige så godt som håndværkere - måske har han selv en håndværksmæssig uddannelse. Han søger viden fra bekendte og lokale håndværkere, og vidensdelingen udgør det sociale aspekt, som kan være katalysator for forandringer.

Handymanden kan godt lide at være selvforsynende, idet tanken om uafhængighed er motiverende, ligesom typen er kreativt tænkende og finder på nye muligheder til eksempelvis regnvandsopsamling for at udnytte alle ressourcer og optimere økonomien. På den måde er handymanden frontløber, men sjældent af miljøhensyn: han mener ofte, at staten må sætte målene for miljøspørgsmål.

Handymanden kan ofte være motiveret af at registrere familiens energiforbrug og bruge dette til at skabe overblik og forbedre effektiviteten. Motivet for det grønne forbrug er

ønsket om at fordybe sig i teknologien, tilpasse den og derved reducere forbruget og optimere økonomien omkring det.

Handymanden vil i høj grad gerne selv have indflydelse på løsningerne og har igennem sin daglige erfaring mange kvalificerede bud mht. udformning og de omkringliggende services og ydelser. Handymanden kan derfor karakteriseres som en innovatør, der gerne vil signalere praktiske kompetencer og teknisk indsigt, og han har en lyst og vilje til at opbygge noget, som ikke nødvendigvis eksisterer i forvejen.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Personer, der selv har en håndværksmæssig uddannelse: tømrere, murere eller andre, der er vant til at bruge deres hænder, eller har en særlig viden om emnet (fx ingeniører eller arkitekter).

Personer, der tidligere har tilhørt gruppen den sparsommelige borger: disse typer, der tidligt har været vant til at udføre renoveringsarbejde selv, kan have opbygget så meget viden, at de med tiden ender som deciderede handymanen.

PRIMÆRE MOTIVATION: Driftoptimering, at skabe noget og være selvforsynende.

PRIMÆRE BARRIERER: Løsninger man ikke selv kan justere eller reparere.

LIVSCYKLUS: Typen er oftest af hankøn. Han kan være på alle stadier i livet aldersmæssigt, men bliver ofte boende i sit hus længe, da det finpudses i takt med alle projekterne. Nærmiljø og personligt initiativ står ofte i centrum.

RENOVERINGSPRAKSIS: Der er konstant projekter i gang, fordi handymanden slet ikke kan lade være. Han er meget praktisk/teknisk anlagt, stoler på sine egne evner, og behøver derfor ikke researche alt til mindste detalje. Der er noget rekreativt forbundet med at reparere, bygge om og bygge til. Han lægger vægt på at udveksle erfaringer med ligesindede og holde skarpt øje med sit forbrug.

GOD RÅDGIVNING: Løsninger, som kan tilpasses den enkeltes system, og som man selv kan reparere, vil virke appellerende. Ligeså løsninger, som gør det muligt at holde regnskab ved at aflæse og kontrollere en bestemt ydelse. Rådgiver behøver altså ikke holde sig til de simple løsninger. Ydelser, som indeholder en mulighed for at slå en god handel af, vil også virke motiverende.

Naboeffekten vil gøre sig gældende ligesom forskellige platforme for erfaringsudveksling vil være appellerende. At kunne udveksle erfaringer med ligesindede vil nemlig være både spændende og vigtigt i forhold til at kunne håndtere dagligdagens udfordringer, når batterierne eller solfangeranlæg går i stykker.

Portræt:

KONKURRENCEMENNESKET

Konkurrencemennesket er på mange måder en frontløber, der vil vinde: han jagter de smarte løsninger og det mindst mulige energiforbrug, hvilket både kan bunde i en miljøbevidsthed eller i en økonomisk bevidsthed – dog er det oftest økonomiske overvejelser, der vinder, men miljøhensyn er bestemt en kærkommen medfølger. Konkurrencemennesket synes, det er sjovt at jage det mere ekstreme, fx et nulenergi-hus, og selvom han er klar over, det sjældent er økonomisk fordelagtigt at bygge efter fx 2020-bygningsreglementet, ser han alligevel projektet som en økonomisk gevinst grundet husets fremtidssikring. Han er ikke bleg for at bygge nyt eller totalrenovere for at få sine ønsker opfyldt og heller ikke for at gøre det flere gange gennem livet, hvis han får nye behov.

Konkurrencemennesket er vant til at have styr på tilværelsen og er ofte veluddannet og ressourcestærk. Han researcher en masse og søger sparring alle steder, han kan komme i tanke om. Han har generelt let ved at sætte sig ind i nye ting, men er ikke bleg for at spørge til råds igen og igen – han er stædig og grundig, for han vil gerne forstå alting og have styr på alting. Han er beslutsom og vælger ofte selv at være tovholder/bygherre på større renoveringsprojekter, da han kan lide at have overblikket, men hyrer de rette håndværkere til at udføre arbejdet for ham.

Han er tilbøjelig til at tale om sine renoveringsprojekter med venner og familie, fordi han selv er dybt engageret og synes, at det er en god historie. Han er ofte teknisk entusiastisk og har gennem sin opbyggede viden mange kvalificerede bud mht. produkters udformning. Han er opmærksom på detaljer og sætter pris på, at løsninger er gennemarbejdede ift. æstetik og brugervenlighed. Denne gruppe er meget fortrolige brugere af diverse nye teknologier og medier.

Konkurrencemennesket er positiv, energisk, udadvendt og handlingsorienteret og sætter pris på individualisme og frihed. Han kan være en livsnyder, der tiltrækkes af det ekstraordinære og den gode historie, ligesom han lægger vægt på eksklusivitet.

HVEM INDEHOLDER GRUPPEN ISÆR:

Personer, der er ressourcestærke og har styr på tilværelsen: denne type har det økonomiske overskud, der skal til, for at jage de smarte løsninger - også selvom det ikke altid er økonomisk fordelagtigt, men mere bidrager til en god historie eller en eksklusiv livsstil.

PRIMÆRE MOTIVATION: Økonomi, komfort, æstetik, individualitet. Miljøspørgsmål er en kærkommen medfølger.

PRIMÆRE BARRIERER: Typen er stædig og skal sætte sig ind i alting, inden en beslutning træffes.

LIVSCYKLUS: Typen er oftest af hankøn og i aldersgruppen 40-60 år. Han er en livsnyder, der er handlingsorienteret og har styr på tilværelsen og økonomien.

RENOVERINGSPRAKSIS: Han jagter de smarte og ekstreme løsninger og det mindst mulige energiforbrug, fx i form af et nulenergi-hus. Han søger sparring alle steder, han kan komme i tanke om og har generelt let ved at sætte sig ind i nye ting. Han er beslutsom og kender sine behov, og ved større renoveringsprojekter vælger han ofte selv at være tovholder, da han kan lide at have overblikket, men hyrer de rette håndværkere til at udføre arbejdet.

GOD RÅDGIVNING: Konkurrencemennesket søger nogen at spille bold op ad. Han kan kræve meget af rådgiver, da denne gerne må udfordre ham. Han skal have bekræftet beslutninger, men vil også gerne udforske eventuelle huller i hans viden. Der må gerne være fokus på kvaliteten i detaljerne og smarte features, der kan være udgangspunkt for en god historie.

Events, hvor nye teknologier introduceres, eller hvor man kan få sparring til de mere "ekstreme" løsninger, er tiltalende for konkurrencemennesket. Naboeffekten kan også gøre sig gældende, for konkurrencemennesket er ikke bleg for at opsøge mennesker og spørge interesseret, hvis han kommer forbi misundelsesværdige, smarte løsninger.

AFSLUTTENDE KOMMENTARER

Overlap mellem personagrupper

Der er flere af personagrupperne, der viser et overlap på visse punkter, men adskiller sig på andre, hvorfor de netop er skildret i hver deres gruppe. Det drejer sig om:

- Både handymanden og den sparsommelige borger kaster sig ud i gør det selv-projekter, men for handymanden er selve arbejdet og processen en motiverende faktor, hvorimod det for den modsatte gruppe mere er resultatet og den økonomiske besparelse, der motiverer. Handymanden er også langt mere kreativ i sine løsninger og stoler mere på sine egne handyman-færdigheder end den sparsommelige borger, der i mange tilfælde udfører gør det selv-projekterne for første gang, hvorfor der ligger en erfaringsmæssig forskel mellem de to grupper. Det er dog de typer, der i materialet ligger nærmest hinanden, og det kan overvejes at slå dem sammen til én gruppe, når man udtænker løsninger og gode kommunikationskanaler til borgere, der udfører gør det selv-projekter.
- Både handymanden og konkurrencemennesket kan blive motiveret af smarte tekniske løsninger, som de selv kan justere på, men hvor handymanden gerne udfører tingene selv, tyr konkurrencemennesket hellere til at hyre den rette arbejdskraft til at udføre arbejdet for ham. Handymanden anser også i højere grad sit hus som noget, han finpudser gennem hele livet, mens konkurrencemennesket er mere tilbøjelig til at flytte flere gange og bygge nyt, så det passer til hans behov i den livscyklus, han er i.
- Både verdensborgeren og konkurrencemennesket går op i at spare på energien og skåne miljøet. Dog er der i højere grad en ideologisk baggrund i verdensborgerens motivation, som hylder fællesskabet, mens konkurrencemennesket i højere grad jagter de ekstreme energibesparelser, fordi det på et personligt plan er motiverende for ham.
- Den travle borger og den sparsommelige borger deler lighedstræk, når det gælder livscyklus. Grupperne indeholder begge børnefamilier, men hvor den travle borger skal have de nemmeste løsninger præsenteret, hvis de ikke primært skal udføre akutte reparationer, tager den sparsommelige borger ofte favnen fuld af gør det selv-projekter, der trækker i langdrag.
- Den ordentlige borger og handymanden har begge en tendens til at blive boende i deres hus hele livet, men af forskellige årsager. For den ordentlige borger handler det om tryghed og komfort, mens det for handymanden mere handler om, at huset er et projekt, han finpudser hele livet igennem, og som derfor bliver et livsværk.

Muligheden for at flytte sig fra én personagruppe til en anden

Der er eksempler i vores empiri på informanter, der synes at have flyttet sig fra primært at tilhøre én personagruppe til en anden, fordi deres livssituation har ændret sig, eller de bliver påvirket af udefrakommende sociale eller materielle omstændigheder. Det sker som regel langsomt, men store omvæltninger i ens liv, såsom skilsmisse, ændret jobsituation eller sygdom, kan få én til pludseligt at rykke over i en anden personagruppe, fordi økonomien eller energien ikke er den samme mere. Når man bliver ældre kan man ligeledes ændre praksis, fordi kroppen bliver for gammel til at gøre de ting, man plejede at kunne, og ens krav til komfort bliver større. Der er også eksempler i vores empiri på, at pensionerede forældre hjælper deres travle børn med at researche ift. renoveringer, så den ordentlige borgers praksis bliver lagt ned over den travle borgers liv.

Der er især to personagrupper, som ser ud til at tilhøre mere flygtige stadier, nemlig den travle borger og den sparsommelige borger. Grupperne er særligt underlagt de knappe ressourcer tid og penge, og mange af disse vil naturligt få mere tid, når børnene bliver ældre, eller vil have større økonomisk overskud, når de er kommet sig over et dyrt huskøb. Herefter kan de i princippet flytte sig til en hvilken som helst af de andre grupper, fordi de knappe ressourcer ikke er alt-dominerende mere. Måske ender de spæde gør det selv-typer, som den sparsommelige borger kan være, med at opbygge så meget viden, at de bliver bidt af det, og rykker sig til handymand-gruppen. Eller de ender med at blive så drænet af de langvarige projekter, at de betaler sig fra det hele, så snart økonomien tillader det.

Dominerende personer på rådgivningstelefonen

Borgere kan godt indeholde træk fra mere end én persona, og enkelte borgere kan derfor være svære udelukkende at placere i én gruppe. Da nogle typer sandsynligvis også vil være mere tilbøjelige til i det hele taget at deltage i undersøgelser som denne, er det svært at konkludere, at blot fordi den travle borger er mindst repræsenteret i informantgruppen, så er det også denne borger, der benytter rådgivningstelefonen mindst. Det ville dog give mening, da den travle borger laver et minimum af research.

I informantgruppen er det grupperne den sparsommelige borger og den ordentlige borger der er stærkest repræsenteret. Det er begge grupper, som er relativt grundige i deres research, og særligt den ordentlige borger vil opfatte Energistyrelsen som en meget troværdig afsender. Begge grupper holder sig desuden til mindre ekstreme løsninger end handymanden og konkurrencemennesket, hvorfor SparEnergi.dk's indledende rådgivning passer dem godt.

Både verdensborgeren, handymanden og konkurrencemennesket er middel repræsenteret i informantgruppen. Det betyder ikke, at de ikke benytter SparEnergi.dk, men måske læser de sig i højere grad selv frem på hjemmesiden. Da de besidder en stor viden selv, er de sandsynligvis også mindre bange for at blive narret af sælgere eller andre rådgivere, hvorfor de uden at tøve benytter flere rådgivningskanaler.

Effektive rådgivningskanaler tilpasset de enkelte personaer

Personagrupperne bidrager med at pege på de forskellige mekanismer, der påvirker reoverings- og beslutningsprocesserne hos de enkelte persontyper. Dermed viser analysen nogle målrettede veje, man kan gå, når man skal udvikle nye tiltag eller forbedre eksisterende rådgivning, eksempelvis:

- **Den travle borger** vil i princippet gerne vedligeholde sit hus, men ting udsættes, glemmes eller er uoverskuelige for borgeren, og det bliver derfor ikke gjort. For denne gruppe vil pakkeløsninger være tiltrækkende, efterfulgt af påmindelser eller opfølgende rådgivning, der kan give borgeren rum til at reflektere over, om fællestillbuddet er noget for dem. Ellers går det med stor sandsynlighed i glemmebogen. Denne gruppe indeholder de typer, der skal holdes mest i hånden af en rådgiver. Det vil være mindre brugbart at målrette borgerarrangementer til dem, da de sandsynligvis ikke vil dukke op af dem selv, men skal opsøges mere proaktivt, hvis de skal foretage løbende reoveringer frem for akutte. Målrettet kommunikation bør være aggressiv på den måde, at mange påmindelser/løbende informationer kan være nødvendige, men budskabet skal holdes til det simple.
- Der kan sagtens udvikles målrettede borgerarrangementer til **den sparsommelige borger**. Typen udfører ofte selv-projekterne for første gang, og det skal derfor være arrangementer, der omhandler de mest

almindelige projekter, som man kan kaste sig over. Der kan desuden med fordel udvikles selv-videoer målrettet denne gruppe, da det oftest er nemmere at se noget bliver udført end at læse om det, særligt når man er uvidende. Desuden vil borgeren, deres store fokus på økonomi taget i betragtning, være særligt motiveret af tilskud og støtteordninger.

- **Den ordentlige borger** er på mange måder nem at have med at gøre, da de gerne møder op til borgermøder om standardemner, er opbyggende over for kommunale initiativer og er lydhør over for rådgiver. Der skal dog bruges tid på at gå i detaljer, og hvis typerne skal vælge nyere løsninger, er messer og events, hvor man kan se, prøve og opleve produkter, optimale for den ordentlige borger. De vil også være modtagelige over for gode inspirerende historier fra ligesindede borgere, som med fordel vil kunne medtages på events i lokalområdet. Endvidere vil mange i denne gruppe føle tryk i at modtage nyhedsbreve nogle få gange om året med gode råd til at vedligeholde huset.
- Med den fællesskabsorienterede tilgang vil **verdensborgeren** også gerne møde op til borgermøder eller events, særligt hvis overskriften er "miljøindsatser". Temaerne kunne også omhandle lokale initiativer for deleøkonomi.
- **Handymanen** vil ofte overvejende søge viden i sit netværk af venner, bekendte og lokale håndværkere, som deler hans interesser. Hvis events skal appellere til ham, skal det omhandle kreative eller nye smarte løsninger, som man selv kan justere og reparere. En platform med erfaringsudveksling af den mere nørdede eller tekniske slags vil også være tiltrækkende.
- Events, hvor nye teknologier introduceres, vil tiltale **konkurrencemennesket**. Han er nørdet på den mere raffinerede måde, og der må gerne være fokus på kvalitet. Han vil finde events interessante, hvor rådgiver er helt opdateret med de nyeste tendenser og standarder inden for eksempelvis nulenergi-huse eller har den nyeste viden inden for batterier til lagring af energi.

Der kan udvikles mange individualiserede løsningsforslag til personagrupperne, og ovenstående er derfor langt fra udtømmende. Det er blot enkelte eksempler på, hvordan rådgivningsindsatserne kan finjusteres og på en mere målrettet måde tale til borgernes behov.

LITTERATUR

Baron, Nina og Håkon Fyhn. (2015):

The practice of dwelling and the nature of decision making - A practice theoretical approach to maintenance, refurbishment and reparation of private homes in the context of climate change. Submitted to Journal of Environmental Policy & Planning

Gram-Hanssen, Kirsten (2010):

Standby Consumption in households analysed with a Practice theory approach. Journal of Industrial Ecology, 14 (1), 150 – 165

Jensen, O.M. (2004):

Barrierer for realisering af energibesparelser i bygninger. Statens Byggeforskningsinstitut, Aalborg Universitet, Hørsholm.

Mortensen, Andrea (2015):

Energy Renovation of Danish Single-family Houses – An Investigation of Barriers and Motivation Factors. PhD series from Faculty of Engineering and Science, Aalborg University.

Nielsen, Lene (2011):

Persona. Brugerfokuseret design. Aarhus Universitetsforlag, Aarhus.

Niras (2013):

Analyse af praktiske erfaringer med energirenovering af bygninger i fire bygningssegmenter. Udkast Version 8, Bygningsstyrelsen.

Shove, E., Watson, M., Hand, M., & Ingram, J. (2007):

The design of everyday life. Oxford: Berg.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012):

The dynamics of social practice. Everyday life and how it changes. London:, Sage.

Strengers, Y. (2013):

Smart Energy Technologies in Everyday Life. Smart Utopia? Palgarve. Macmillan.

Tjørring, L: (2016):

We forgot half of the population! The significance of gender in Danish energy renovation

Tjørring, L: (2016):

Statusseminar 11. februar 2016

Transition (2016):

”Et energiantropologisk studie med fokus på energibesparelser i private boliger. Samlede erfaringer fra analyser af borgernes beslutningsproces og SparEnergi.dk’s rådgivningstilbud gennemført i efteråret 2016”.