

Greenovate Boston



I studiebyen Boston bruger kommunen digitale medier til at skabe opbakning om byens klimaplan og få flere unge engageret i byens udvikling. I kampagnen Greenovate Boston benytter kommunen sig af mange forskellige dialogredskaber – både traditionelle møder og digitale medier. Sideløbende med kampagnen har kommunen udarbejdet en politik og handleplan for brugen af sociale medier, som har sikret den interne organisering og forankring af den digitale kampagne.



Sæt strøm på dit kvarter

Interview med Leah Bamberger og Kathryn Crimmins fra City of Boston.
af Signe Sloth Hansen og Astrid Le Bækgaard, Kuben Management.
Artiklen er skrevet som del af projektet [Sæt strøm på dit kvarter](#)

Fakta

Hvor: Boston City, USA

Hvad: Kampagne for at få Bostons borgere engageret i byens klimaplan

Hvem: Boston City Council

Digital Platform: [Mindmixer](#)

Pris for brug af platformen: 60.000 -120.000 kr. årligt

Kampagnens varighed: 2 år, slutter sommer 2015

Antal brugere: 750 Boston borgere, organisationer og foreninger

Gennemsnitsbruger: 42-årig kvinde

Boston digitale værktøjer: Mindmixer, Facebook, Twitter, digitale nyhedsbreve og hjemmeside

Sprog: Engelsk med mulighed for oversættelse til alle sprog via Google Translate

Få fat i de unge

Med Harvard University, MIT og andre store forskningscentre er det især studielivet, der præger Boston. Hver tredje indbygger er ung og mange af dem flytter til byen for at studere – og rejser igen når eksamen er bestået. Den store gennemstrømning af studerende betyder, at kommunen oplever et lavt engagement fra de unges side, når det kommer til byens udvikling.

”De studerende ser deres liv i Boston som midlertidigt, og derfor er de ikke så tilbøjelige til at engagere sig i byens udvikling og fællesskaber. Der er kvarterer i Boston, hvor der næsten kun bor studerende, og hvor de ældre beboere føler sig tilsidesat på grund af de unges manglende interesse og ansvarsfølelse for lokalmiljøet. I klimadagsordenen er der en større sag, som ikke er bundet til stedet eller byen. Derfor er der et potentiale i at samle både unge og gamle klimamålene”, siger Leah Bamberger, der er projektansvarlig for [Greenovate Boston](#) kampagnen.

Som i så mange andre byer er unge et sjældent syn til traditionelle borgermøder. Derfor besluttede kommunen at afprøve nye inddragelsesmetoder for at få flere engageret i den bæredygtige omstilling. Valget faldt på en digital platform med mulighed for at skabe en mere dynamisk og spontan dialog med borgerne.

Mindmixer – fleksibel platform for dialog

Omdrejningspunktet for Greenovate Boston er en digital platform baseret på et softwaremodul kaldet [Mindmixer](#). Virksomheden Mindmixer har specialiseret sig i at skabe digitale platforme, der er med til at styrke det lokale

fællesskab og samarbejdet mellem borgere, organisationer, foreninger og kommune i en udviklingsproces. Den amerikanske virksomhed har siden 2010 haft succes med at skabe individuelle platformsløsninger til kommuner og organisationer, som ønsker et mere fleksibelt møde med byens forskellige aktører og borgere. Platformen kan tilpasses den enkelte organisation og kampagnes behov.

På Greenovate Boston platformen finder man synlige klimaambassadører, faste ugentlige opdateringer fra kommunen, en løbende dialog og udveksling af ideer mellem kommune, borgere og byens netværk. Der er lagt vægt på, at der dels er en borger-til-borger funktion, hvor borgerne under emner som energioptimering, affald og transport kan dele erfaringer. Dels en kommune-til-borger funktion hvor kommunen kan sende udkast til politikker og planer i høring, lave ideindsamlinger og debattere aktuelle emner med borgerne. Kommunen bruger den løbende dialog til at tage temperaturen på borgernes interesser og holdninger samt få input og ideer til nye klimatiltag.



"En vigtig feature på platformen er, at borgerne kan følge deres egne bidrag, læse diverse kommentarer, se deres ideer udvikle sig og evt. blive realiseret med bidrag fra både kommunen og andre borgere. Det er med til at opbygge og fastholde engagementet", siger Leah Bamberger.

Stil de rigtige spørgsmål og skab tillid

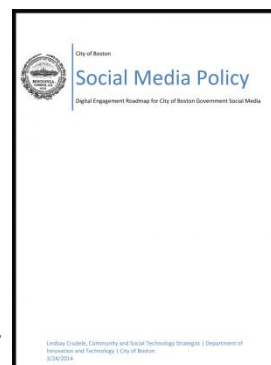
I dag er der omkring 750 aktive foreninger, organisationer og borgere på den digitale platform. Kommunen arbejder fortsat på at få flere engageret og større aktivitet på sitet. "Emnet er altafgørende for at skabe engagement og trække nye til. Dernæst handler det om at stille de rigtige spørgsmål, så borgernes input bidrager med nye ideer og perspektiver" siger Leah Bamberger.

Det forpligter at skabe et forum, hvor borgerne aktivt tager del i kampagnen. Derfor har det fra start været kommunens strategi at besvare alle spørgsmål - også de komplekse, som kommunen ikke kender svarene på endnu. Efter det første halvandet år med en digital platform har kommunen lært, at det tager tid at skabe tillid.

"Vi er blevet meget opmærksomme på, hvor meget tid det reelt tager at opdatere platformen med nye spørgsmål, deltage i debatten og besvare spørgsmål. Det kræver tid, tålmodighed og personlige møder at opbygge "digital tillid" hos borgerne. De skal ligesom os vænne sig til det nye kommunikationsforum", siger Leah Bamberger.

Digital kommunikation kræver organisering og ressourcer

For to år siden udarbejdede kommunen en intern politik for brugen af de sociale medier og den organisatoriske forankring på tværs af forvaltninger. Den fælles politik har givet medarbejderne et fælles udgangspunkt for at agere på de digitale medier og tænke det ind i kommunens forskellige projekter. Med den politiske strategi blev der nedsat et overordnet webteam, der til daglig hjælper forvaltningerne med at håndtere den digitale kommunikation. For kommunen handler det ikke i første omgang om at spare, men mere om at bruge ressourcerne bedre, for at skabe et større og dybere engagement hos byens borgere. (Læs Bostons [Social Media Policy](#))



"Det er tidskrævende at koordinere kommunikation på mange forskellige platforme, og vi har travlt. Men vi oplever til gengæld lidt færre opringninger fra borgere, og det ser vi et langsigtet potentiale i", siger Kathryn Crimmins, den ene af de to medarbejdere i webteamet.

Udover Mindmixer bruger Greenovate Boston også Twitter, Facebook og nyhedsbreve i både trykt og elektronisk form. De forskellige platforme har hver deres styrker, som understøtter hinanden.

"6.000 mennesker abonnerer på vores ugentlige digitale nyhedsbrev, som linker til vores hjemmeside, hvor borgerne kan finde uddybende informationer. På Facebook debatterer vi i kortere form, og vi har især mange ældre borgere, som er engageret", siger Leah Bamberger.

Digital dialog og borgermøder understøtter hinanden

Boston Kommune oplever, at det digitale arbejde bærer frugt. For nyligt afholdt kommunen en workshop med byens borgere, der handlede om, hvordan digitale medier kan bruges til at styrke den demokratiske dialog. 2-300 deltagere - både unge og gamle - mødte op, hvilket er langt flere end normalt. Den store interesse for emnet fortæller kommunen, at de er på rette vej med det digitale initiativ. Samtidig er Leah Bamberger ikke i tvivl om, at de alternative inddragelsesmetoder i Greenovate Boston kampagnen smitter positivt af på fremmødet ved de fysiske møder. Hun understreger, at det er vigtigt, at de forskellige metoder til involvering tænkes sammen og understøtter hinanden, da det er med til at styrke tilliden til kommunen og engagementet i byens udvikling generelt.

”Det handler om at vise tillid. På Twittet var der i starten rigtig meget brok fra borgerne. I dag oplever vi, at der er borgere, der forsvarer os, når andre borgere brokker sig, fordi de gennem årene har set, at vi er vedholdende og tager dialogen seriøst”, siger Leah Bamberger.

Digital gør-det-selv kommune

Bosten fortsætter den digitale rejse, fordi de oplever, at kombinationen af traditionelle offentlige møder og de nye digitale kanaler tilsammen har en styrke. Den interne organisering og forankring af den digitale brug har forplantet sig i kommunens forvaltninger, og når samarbejdet med Mindmixer snart ophører, vil det digitale web-team implementere det bedste fra platformen på kommunens egen hjemmeside.

”Jo mere fortrolige vi er blevet med Mindmixer, jo bedre er vi også blevet til at se begrænsningerne i værktøjet og funktioner, som vi ikke selv kan tilpasse, fordi det er et Mindmixerprodukt.” Boston Kommune vil derfor tage det bedste med fra Mindmixer og selv udbygge værktøjet, så borgerne får endnu nemmere ved at skabe netværk på tværs; Og så det bliver nemmere at kombinere data fra en aktuel kampagne med kommunens øvrige data. *”Det vil give os større fleksibilitet i forhold til at få skræddersyet data, som vi kan bruge i kommunens udvikling og planlægning”,* siger Leah Bamberger.