

Bolius vil gerne være boligejernes og deres huses stemme, når det handler om højere kvalitet i boligmassen. Med 37.000 medlemmer af Klub Bolius og 70.000 modtagere af det ugentlige nyhedsbrev er Bolius så småt på vej mod ambitionen om at blive boligejernes FDM. Men hvad kan vi forvente os af Bolius i fremtiden? 'Ejendomsmægleren' har spurgt Bolius' direktør, Ulrik Heilmann.

Hvis huse kunne tale

I kalder jer for 'boligejernes videnscenter' og lever af at sælge rådgivning til private. Samtidig har I lavet en 'Klub Bolius', der pt. har 37.000 medlemmer, og I udgiver bladet 'Bedre Hjem', som i marts måned blev sendt gratis ud til en halv million husstande. Hvad er det I har sat jer for i Bolius?

"Vi er ejet af Realdania, og Realdanias vision er at forbedre livskvaliteten gennem det byggede miljø. Det er sådan set også vores vision, men vi siger på den måde, at vi gerne vil hjælpe boligejerne til at gøre deres hus mere værd. Det handler om, at hvis du passer godt på dit hus, så bliver det også mere værd, og hvis du bruger fagfolk, så kan de give dig mere viden, som vil kunne give dig højere livskvalitet," siger Ulrik Heilmann og fortsætter:

"Jeg vil tro, at Bolius er den eneste af de store rådgivningsvirksomheder, der kun arbejder med den private boligejer. Vi vil gerne fortælle boligejerne, at det faktisk er en god idé, at bruge rådgivere. I 60'ernes og 70'ernes typehusbyggeri løb arkitekterne ud af markedet, og der er de sådan set stadigvæk. Men vi vil gerne have dem tilbage igen, fordi vi mener, at arkitekter og andre rådgivere kan gøre det meget godt, og gøre det mere spændende – både når der skal bygges om og bygges nyt."

I har præsenteret jer som boligejernes FDM. Hvad mener I med det?

"Vores store udfordring er – ligesom ejendomsmæglerens – at opbygge en relation, så den kunde, der f.eks. har købt køberrådgivning, også kommer tilbage til os, når vedkommende skal have lavet en arkitektskitse i forbindelse med en ombygning. Derfor har vi gjort sådan, at hver gang man køber et produkt hos os, så bliver man samtidig medlem af det der hedder Klub Bolius.

Mæglerne fokuserer på købs- og salgssituationen, men så bliver der heller ikke opbygget en længerevarende relation til kunden. Når vi siger, at vi gerne vil være boligejernes FDM, så mener vi, at vi skal være et sted, hvor man kan ringe om både det ene og det andet, og som samtidig er så uvildig og uafhængig som muligt."

Kommer vi så til at se jer tale boligejernes sag i alle mulige sammenhænge?

"Det er vigtigt at understøtte, at vi ikke er en interesseorganisation. Vi går ikke ud og råber op omkring ejendoms-

skatter eksempelvis. Det, vi forholder os til, er alt det, der er arkitekt- og byggeteknisk relateret. Vi blander os heller ikke i forhold for de rådgivende ingeniører eller danske arkitekter – det må deres interesseorganisationer tage sig af. Men vi vil gerne råbe op om, at nu skal vi lave noget ordentligt byggeri."

I har produkter til både køber og sælger. Kommer I til at blande jer i købs- og salgsspørgsmål?

"Vi berører da de områder, men vi er ikke specialister i at sælge. Ejendomsmæglerne er suverænt de bedste til at sælge. De kender lokalområdet, de lokale forhold og priserne. Der er vi slet ikke med. Vi kan sige noget om bygningskonstruktionen og byggekvaliteten. Så jeg ser mange positive snitflader over til mæglerne.

Der vil altid være mægler, der ser os som modspillere. Hvis vi f.eks. har lavet køberrådgivning på vegne af en køber, som så får leveret nogle argumenter for, at det hus er lidt mindre værd. Så har vi da en mægler, der er sur på os. Men generelt set ser jeg mæglerne som store medspillere, for vi kan også hjælpe mæglerne til at få en større viden omkring husets byggekvalitet."

Kommer vi til at se Bolius gå ind og hjælpe forsmåede boligejere, som føler, at de er blevet snydt i en handel?

"Vores motto er: 'hvis huset kunne tale, så var huset vores kunde'. Men det kan det ikke, så må det være dem, der ejer huset, som vi må tale med. Jeg har dog ikke i nyere tid oplevet et konkret eksempel på, at en ejendomsmægler har solgt et sminket lig. Mæglerne er blevet langt bedre uddannede, og kunderne har også fået bedre værktøjer til at indhente professionelle råd. Man kan altid skabe en konflikt et eller andet sted, men det handler om, hvordan vi i fællesskab kan løfte kvaliteten. F.eks. kan en arkitekt eller byggeteknikker hjælpe mægleren med at forklare, hvad huset har af muligheder."

Du har udtalt, at ejendomsmæglerne ikke gør nok ud af at fremme brugen af energimærker. Hvad gør mæglerne galt?

"Det er jo tankevækkende, at 40 pct. af al CO₂-udslip kommer fra bygningsmassen i Danmark, og størstedelen af den kommer fra de private boligejere. Samtidig kan vi se på vores tal, at energimærkerne ikke bliver brugt særligt meget. Jeg synes godt, at mæglerne kunne spille en større rolle i forhold til energimærkningen. Det kunne da være spændende, hvis

Fakta om Bolius

- Har siden 2002 leveret rådgivning til husejere og fungerer som videnscenter for boligejerne med rede svar om alt fra ukrudt til ombygninger.
- Er et selvstændigt datterselskab under Realdania og har til opgave at 'øge livskvaliteten gennem det byggede miljø'. For Bolius' vedkommende skal det helt konkret ske gennem faglig rådgivning til private boligejere og ved at levere viden i form af relevant information til boligejerne.
- Ønsker at sætte fokus på byggekvaliteten i Danmark. Det gør man bl.a. med bladet 'Bedre Hjem', som bliver sendt til alle 37.000 medlemmer af 'Klub Bolius', eller når Bolius blander sig i mediernes sager om byggesjusk og lignende.
- Driver rådgivning på kommercielle vilkår. Overskuddet går tilbage i virksomheden til udvikling af Bolius' rådgivning.



"Jeg ser eksistensen af Bolius som en win-win situation for mæglerne. Bliver vi hevet ind på banen og kan fortælle om de muligheder, der er i et hus, så kan det jo fremme salget," siger Ulrik Heilmann, direktør i Bolius.

man kunne prisfastsætte, at man står med et hus, der er ekstremt godt energimæssigt udnyttet, eller hvis man kunne få at vide, hvad det skulle koste at energioptimere huset.

At begynde at tale om energi er nok ikke med til at øge salgbarheden af huset. Men man kunne da godt forestille sig, at hvis energipriserne bliver ved med at stige, at så vil energioptimerede huse holde en højere pris end andre huse. Hele den opgave med at få dialogen i gang med boligejerne omkring energiforbedringer, der savner vi nogle medspillere rundt omkring."

Hvad kommer Bolius til at koncentrere sig om fremover?

"I de senere år har private boligejere brugt mellem 38 og

50 mia. kroner på at forbedre boligen. Mange af de forbedringer, der er lavet, er gået på de synlige ting – f.eks. badeværelser og køkkener. Det, som vi oplever som de store udfordringer, er energidelen og så vedligeholdelsen af de skjulte ting. Det er meget svært at få boligejerne til at forholde sig til det. Men hvis man ikke tager hånd om de skjulte ting, så løber man ind i problemer – ikke mindst kloakeringen, hvor man selv er ansvarlig for stikledningen på egen grund. Og der er hele fundamentet og klimaskærmen, som i mange situationer ikke bliver vedligeholdt ordentligt. Så der ligger en stor udfordring fremover, uanset markedets udvikling, i at passe på husene og vedligeholde dem fremover," slutter Ulrik Heilmann.