

ComHem

MAGASIN



com hem

Hon styr debatten

– SVT:s **Belinda Olsson** om Debatts kontrollerade kaos

**GLOBALA
KANALER**
Tv från hela
världen.

sid 4



**TEMA
ANSVAR**
Värdefullt
engagemang.

sid 6



**NÄRVARO
PÅ NÄTET**
Bra kanal till
kunderna.

sid 12





INNEHÅLL #2

OMSLAGSFOTO BJÖRN LARSSON ROSVALL/SCANPIX

- 4 Världens tv**
Kanaler från hela världen direkt via kabeln.
- 5 SVT:s programledare Belinda Olsson**
Hon har gjort succé i Debatt.
- 6 TEMA Äkta engagemang**
Företag som tar ansvar stärker varumärket och ökar lönsamhet på lång sikt.
- 10 Framtidens boende i Västerås**
Bostadsbolaget Mimer testar hur vi bor 2026.
- 12 Com Hem i sociala medier**
Här sker ett viktigt utbyte med kunderna.

TRYGGA UNGA PÅ NÄTET

somras genomfördes två stora affärer av betydelse för Com Hem. I juni förvärvade vi Canal Digital's kabel-tv-verksamhet och i juli tecknade BC Partners avtal om att köpa Com Hem. Den första affären ger oss möjlighet att växa och den andra ger oss finansiella muskler att fortsätta investera i nya produkter och tjänster. Jag ser fram emot några riktigt roliga och intressanta år med en fortsatt mycket hög investeringstakt i syfte att skapa ännu mer intressanta produkter och lösningar för våra kunder.

Som företag är vi beroende av vår omvärld. Vi vill vara med och bidra till en hållbar utveckling för framtida generationer. En av våra tjänster är bredband. Därför är det självklart för oss att delta i dialogen om ungdomars vardag på nätet. Barn och unga är uppkopplade på nätet en stor del av sin vakna tid och pratar med både kända och okända människor. I den verkliga världen låter vi inte

barnen vara ute ensamma sena kvällar, men på nätet surfar de runt ensamma, oftast utan sällskap av någon vuxen. Text och bild sprids på nätet. Små schismer blir större än vad de behöver i frånvaro av kroppsspråk och tonfall. Ibland får det onödiga och även rent skadliga effekter. Därför stöder vi organisationen Surfa Lugnt, som arbetar för att öka kunskapen om ungdomars vardag på nätet.

I oktober tar vi ytterligare ett steg i vårt samarbete med dem och arrangerar ett seminarium i Härnösand. Tanken är att diskutera vad föräldrar, lärare och socialtjänsten kan göra för att bli bättre på att stötta unga på nätet. Jag tror att vi genom dialog och erfarenhetsutbyte kan öka medvetenheten och skapa en större trygghet för våra barn.

Tomas Franzén vd Com Hem



Adress Com Hem AB, Box 8093, 104 20 Stockholm **Telefon Fastighetsägarservice** 020-91 00 89
Mejl fastighetsagare@comhem.com **Ansvarig utgivare** Christer E Andersson, Com Hem **Produktion** Kung & Partners
Redaktion Lena Risberg, Com Hem, Gunilla Mild Nygren, redaktör Kung & Partners **Form** Filterform
Tryck och repro Trydells Tryckeri **Upplaga** 25 000 exemplar **ISSN** 2000-9127

VAD ÄR DET HÄR FÖR LÅT?

Reklamfilmer blir ofta snackisar i fikarummen. Musiken nynnas, skämten återberättas och karaktärerna blir välkända. De flesta vet vilka Com Hems Judit och Judit är, ICA-Stig eller Tele 2:s svarta får. Men det är svårare att pricka rätt när det gäller vilken musik som spelas i reklamen. Sök på sajten www.reklammusik.se så får du svaret. Här kan du söka på både företag eller valfritt sökord – och bli kung i fikarummet!



Kryptiska koder

Har du sett de små grafiska fyrkanterna som syns mer och mer på fakturor, i annonser, tidningar med mer? Det är en så kallad QR-kod – *Quick Response-code* – som man kan läsa av med sin smartphone om man har laddat en ner QR-app. Genom att rikta mobilens kamera mot koden läses den av, en webbsida öppnas, oftast en hemsida, Youtube eller liknande. I en annons för en film länkas man till exempel direkt till en trailer. Prova här!

70 procent av svenskarna uppdaterar sig med jobb och sociala medier via sin smartphone eller surfplatta när de pendlar till och från arbetet enligt en undersökning gjord av Ericsson. (Kollega)

Tittartoppen!

Tv-höstens första vecka (v. 34) tittade vi helst på:

- Doobidoo
- Gäster med gester
- Fångarna på fortet
- Time out
- Friidrott VM 2011

Källa: MMS, Mediamätning i Skandinavien

Poppis Pops i tv-rutan

SVT-profilen **André Pops** är Sveriges mest populära programledare. Det visar den senaste undersökningen i Com-panelen som handlade om tv-tittande och vanor. Drygt 3000 av Com Hems kunder mellan 15 och 80 år medverkade. En av frågorna var vem de tycker är Sveriges bästa programledare bland de mest anlitade i de största tv-kanalerna. Vinnare blev alltså André Pops, senast ankare i sändningarna från friidrotts-VM. På andra plats kom Fredrik Lindström, språkvetare och komiker. Fredrik Skavlan och Peter Settman delar tredje platsen. Com Hem gratulerade vinnaren och sportredaktionen med rutiga Com Hem-tårtor.



FOTO: JANNE DANIELSSON/SVT



Världens tv!

Dramaserier från Bosnien, Danmark eller Chile, kulturprogram från Iran, nyheter från Grekland eller schlager-tv från turkiska Show TV. I tv-rutan är världen alldeles nära, dygnet runt. Och med Com Hem får du störst utbud av världens tv.

TEXT GUNILLA MILD NYGREN

Att ha tillgång till tv-program på sitt eget språk tycker de flesta är en självklarhet. I många länder i Europa går man så långt att alla program, både serier och filmer, dubbas. I Frankrike väser inte James Bond sin drinkbeställning på brittisk engelska, utan på klingande parisiska. Tyskarna ser japanska regissörens Kurosawas filmer med tyskt tal. Så vad händer när man bosätter sig i ett annat land? Självklart vill man se sitt hemlands tv-program, hålla sitt språk levande och vara uppdaterad på vad som händer hemma.

I NÅGRA BOSTADSRÄTTSFÖRENINGAR I

Akalla Husby Nätort, norr om Stockholm, var utbudet av så kallade etniska kanaler en viktig parameter vid valet av tv-leverantör. I föreningarna bor många med utländsk bakgrund och de globala kanalerna är en viktig service. Deras val blev Com Hem, tack vare det breda utbudet av världs-tv.

– Vi har marknadens största utbud av den här typen av kanaler. En fördel numera är också att man slipper all annan utrustning utanpå huset eller på balkongen, allt går via kabeln, säger Cecilia Andersson, programansvarig på Com Hem.

I Com Hems kanalutbud ingår cirka 35 etniska kanaler. Förutom tv från de

nordiska grannländerna finns nästan varje land i Europa representerat, liksom Chile, Iran och flera arabiska kanaler, bland annat den stora nyhetskanalen Al Jazeera. Kanalerna är nogt utvalda. I de flesta fall de största kanalerna i respektive land eller en särskild kanal enbart för sändningar i utlandet, som SVT World och franska TV5 Monde. ■

Topp 10 för Världens tv (Com Hems utbud):

KANAL	URSPRUNG	RANK
NRK1	Norge	1
TVE International	Spanien	2
DR1	Danmark	3
SHOW TV	Turkiet	4
TV Finland	Finland	5
ZDF	Tyskland	6
Canal de las Estrellas	Mexiko	7
TV5	Frankrike	8
HRT1	Kroatien	9
RTS-Sat	Serbien & Montenegro	10

KÄLLA: COMHEM



Det får bli kaos, men
det ska vara ett
kontrollerat kaos.

Debatts programledare
Belinda Olsson.

Starten viktigast i debatten

Hennes fjärde säsong i Debatt har just startat. **Belinda Olsson** har gjort succé i sin programledarroll och hon vet vad som ska finnas med i ett lyckat program:

– Skratt, bråk och så ska tittarna lära sig något nytt.

TEXT TOVE GYLLENSTIERNA FOTO BJÖRN LARSSON ROSVALL/SCANPIX

Med mer än tio år på nacken hör Debatt till SVT:s klassiker. I höst har programmet förändrats med ny scenografi, ny vinjett och ett nytt intervjuinslag. Men Belinda Olsson står stadigt kvar på studiogolvet. Med självklar auktoritet får hon tyst på de högljudda och får igång dem som tvekar att ge sin in i debatten.

Hur gör du?

– Det finns knep. Om jag låter bli att titta på dem som tar för mycket plats, blir de osäkra och slutar prata. I stället hjälper jag dem som inte kommer loss genom att sammanfatta deras ståndpunkt och be dem utveckla. Många med välformulerade åsikter kan bli nervösa och få tunghäfta när de sitter i tv-studion framför en kamera.

Och du själv då, blir du aldrig nervös?

– Jag är alltid nervös inför sändningen. Alltid! Jag brukar hoppas att något ska hända så att jag slipper gå in i studion ...

Vad är du orolig för?

– Att jag ska tappa kontrollen. Det får inte hända. Debattstudion ska vara mitt rum som jag härskar över. Det är jag som är kapten på skutan. Det får bli kaos, men det ska vara ett kontrollerat kaos.

Programmet börjar ta form redan på måndagen, då redaktionen väljer ut ämnen och deltagare. I urvalet ligger att det ska finnas en konflikt. Men ingenting är helt klart förrän tidigt på sändningsdagen. De ämnen som tas upp ska vara så dagsaktuella som möjligt.

Finns det något ämne som inte kan tas upp i Debatt?

– Nej, vi har högt i tak. Och vi speglar ju alltid båda sidor. Jag läser de telefonintervjuer med debattdeltagarna som våra researchers har gjort, sätter mig in i argumenten för att hålla mig neutral. Om jag är på någons sida så är det de vanliga människorna och inte makthavarnas.

Brukar du titta på programmen efteråt?

– Bara de som vi tycker blev riktigt bra eller riktigt dåliga. Men jag tittar nästan alltid på de första tre minuterna. Starten är viktig. Jag vill se om jag lyckas sätta tonen. Och så vill jag se om jag är snygg i håret.

Marko Määttä på organisationen Surfa Lugnt ger rådet att tidigt börja diskutera med barn och ungdomar vad som händer på internet.

Hjälper unga surfa lugnt

I dag har CSR, **Corporate Social Responsibility**, blivit ett vedertaget begrepp. Vi använder den engelska termen även i Sverige, men man kan lika gärna säga företagsansvar, hållbarhet eller företagets engagemang. Det finns en förväntan på företag att respektera mänskliga och

sociala rättigheter, värna om miljön och agera etiskt, oavsett var i världen de verkar.

» Läs mer om Com Hems ansvarstagande och hur Tommy Borglund, CSR-expert och ekonomie doktor, förklarar att CSR har blivit en självklarhet.

Organisationen Surfa Lugnt, som arbetar för att öka vuxnas kunskap om barn och ungdomars värld på internet, är en del av Com Hems CSR-arbete. Som en av Sveriges största leverantörer av bredband, finns ett intresse att följa och påverka vad som sker på nätet.

TEXT **GUNILLA MILD NYGREN** FOTO **LARS EKDAHL**

– Vi satsar gärna på ett aktivt medlemskap i den här typen av organisationer, där det finns möjlighet för våra medarbetare att engagera sig. Via Surfa Lugnt kan vi bidra med vår kunskap på ett naturligt sätt, säger Björn Nilsson, informationsdirektör på Com Hem och ansvarig för CSR-frågor.

Han berättar att för Com Hems del utgår CSR-arbetet från ISO 26000, en internationell standard med principer för företags samhällsansvar.

– Under de närmaste åren kommer vi att inrikta oss på att vidareutveckla vårt arbete inom fyra områden: miljö, socialt ansvar, etik och arbetsmiljö.

MARKO MÄÄTTÄ ÄR PROJEKTLEDARE på Surfa Lugnt och har varit med sedan organisationen fick sin nuvarande form för tre år sedan:

– För oss är det ovärderligt med den här typen av företag som stödjer oss. Com Hem är en stor aktör och sitter på massor av kunskap om hur det kan användas på ett bra sätt. Dessutom har de många kunder, vilket gör att vi med Com Hems hjälp kan nå ut brett med vårt budskap, konstaterar han.

Det började med en personlig kontakt. Marko Määttä fick ett möte med Com Hems VD Tomas Franzén, som gillade det han hörde om Surfa Lugnt, vad de stod för och arbetade med.

– Han tyckte det var så bra att han tog för givet att Com Hem redan var med och stöttade, så det var inte svårt att få med honom på tåget, säger Marko Määttä.

Surfa Lugnt startade 2005 som ett samarbete mellan Microsoft och PTS, Post- och Telestyrelsen, men då med inriktning på säkerhetsfrågor på internet. Några år senare, 2009,

SurfaLugnt.se

På sajten finns goda råd om hur man som vuxen pratar om internet med barn och ungdomar.

samlades en rad tunga aktörer med socialministern i spetsen för att mejsla fram en ny inriktning för organisationen med tyngdpunkt på ungas användande av internet.

– Surfa Lugnt blev en projektorganisation med syfte att samordna ett nationellt initiativ för att höja vuxnas kunskaper om barn och ungas vardag på internet. Såväl det positiva med internet som kommunikationssätt, som att ge föräldrar och andra vuxna mer kunskap att hantera fallgroparna, som till exempel integritetsfrågor och e-mobbing, berättar Marko Määttä.

DET HANDLAR OM ATT FÅ IGÅNG en dialog och framför allt att börja tid, menar han:

– Internetanvändandet går allt längre ner i åldrarna, att umgås på nätet är lika vanligt som att träffas i verkliga livet. Ofta hänger inte föräldrarna med i vad som sker därute i cyberrymden.

Hans bästa råd är att själv lära sig mer om internet och de spel, sajter, bloggar och annat som barn och ungdomar surfar runt på. Och att vara nyfiken:

– Du behöver inte kunna allt, men det är viktigt att engagera sig även i barnens vardag på nätet.

Marko Määttä tycker att det viktigaste är att börja tidigt med att diskutera regler, infor-



Vi satsar gärna på ett aktivt medlemskap av den här typen.

Björn Nilsson, informationsdirektör på Com Hem.

»»



Det är viktigt för vuxna att engagera sig i barnens vardag på nätet, att lära sig mer om hur spel, bloggar och sociala medier fungerar.

Så här tänker Com Hem kring sitt samhällsansvar:

”Som Sveriges ledande leverantör av tv, bredband och telefoni har Com Hem en viktig roll i samhället. Genom att ta ett samhällsansvar kan vi stärka vår image, attrahera och behålla kunder och medarbetare och dessutom bidra till ett bättre samhälle.”

Björn Nilsson, informationsdirektör.

” Det finns ju en mängd CSR-projekt att välja mellan att stötta, men jag tror många företag gillar att det vi gör är konkret och är angeläget för de flesta.

mera om vad som kan hända på nätet och hur man betar sig där.

– Det finns en mängd etiska dilemman som barnen bör lära sig – vad man väljer att publicera, till exempel bilder på sin Facebooksida, att hålla en schysst ton och inte smutskasta någon eller sprida lögn.

SURFA LUGNTS MEDLEMMAR är företag och myndigheter som stödjer organisationen. Som medlemmar får de regelbunden information om vad som händer i verksamheten. När Com Hem anslöt sig fick till exempel alla medarbetare en föreläsning om Surfa Lugnt, vad de gör och hur man som medarbetare kan stötta genom att sprida budskapet vidare.

Konkret arbetar Surfa Lugnt med information och får hjälp av sina tunga medlemmar, som Com Hem, Microsoft, PTS, Bris och Telenor med fler, att sprida sitt budskap. En stor del av verksamheten utgår från hemsidan, www.surfalugnt.se. Här kan man få råd och tips om hur man pratar om internet med ungdomar och vad man som förälder eller lärare bör hålla koll på. Här finns också föreläsningmaterial för lärare, till exempel att använda på föräldramöten och annat material om netikett, vett och etikett på nätet.

MARKO MÄÄTTÄ TROR att Surfa Lugnt berör och är giltigt för många. De flesta är föräldrar eller har barn och ungdomar i sin närhet, därför har det inte varit så svårt att få stöd från olika företag.

– Det finns ju en mängd CSR-projekt att välja mellan att stötta, men jag tror många företag gillar att det vi gör är konkret och är angeläget för de flesta. Alla företag, men kanske främst de stora, har ett ansvar för sin omvärld. Med rätt engagemang skapar man trovärdighet kring sitt varumärke, men då måste det vara äkta engagemang.

Äkta engagemang lönar sig

Det finns företag som bygger vindkraftverk, koldioxidkompenserar sina affärsresor eller sponsrar barnsjukhus. Frågan är inte längre om man ska ta ett socialt ansvar, utan hur man ska göra det. Begreppet CSR, *Corporate Social Responsibility*, har kommit för att stanna.

Men det är ett relativt nytt begrepp, berättar **Tommy Borglund**, CSR-expert och ekonomie doktor med inriktning på företagsetik.

– Globalt kan man säga att CSR blev ett begrepp runt millennieskiftet. Då växte CSR fram som en motkraft mot ansvarslost företagande. Det blev marknadsekonomins svar för att bygga upp förtroendet för företagen på nytt efter flera företagsskandaler, till exempel i Enron.

ENRON KOM ATT BLI symbolen för bristande etik i det amerikanska näringslivet. Företagsledningen hade medvetet fört finansmarknaden bakom ljuset för att få aktiekursen att stiga och sina egna ersättningar att öka. I Sverige skakades vi om av Skandia-affären vilken gav upphov till nya regelverk – och bidrog till ett nytt sätt att se på företagets ansvar.

– Jag tycker inte riktigt om benämningen samhällsansvar. Ett företag har i första hand ansvar inför sina intressenter. I begreppet CSR är grundpelaren alltid ett marknadstänkande.

Ett lyckat CSR-arbete skapar ett finansiellt värde som på lång sikt ökar värdet på företaget. I en skrift från Sveriges Finansanalytikers Förening konstateras att:

- CSR bidrar till ett stärkt varumärke.
- Uppfyller krav från kunderna, vilket i sig ger en konkurrensfördel.
- Ökar attraktionskraften som arbetsgivare.
- Kan bidra till sänkta kostnader genom effektiv hushållning med resurser.

Dessutom innebär det en minskad risk att investera i ett företag med god etik och CSR-strategi. En rad fördelar, men är det direkt lönsamt?



Tydligt, sant och äkta. Det är förutsättningar för ett lyckat CSR-arbete, säger Tommy Borglund, ekonomie doktor inom företagsetik.

– Ja, CSR är lönsamt, men det är svårt att mäta. För de företag som har varit med om en stor skandal är frågan om lönsamhet överflödigt. Det är i en kris som det blir uppenbart att CSR-strategier och en formulerad värdegrund och etik behövs i en organisation.

DET FINNS OLIKA VERKTYG för att uppnå ett bra CSR-arbete. Det mest effektiva är att ställa sig frågan om vad som skulle kunna skada företaget om det inte skötes bra.

– Svaret på den frågan ger en riktning i CSR-arbetet, men det skiljer sig åt beroende på bransch. För ett skogsbolag gäller det kanske främst miljöfrågor, i ett

detaljföretag kan det vara att se till att de som tillverkar kläderna i exempelvis Bangladesh har drägliga arbetsvillkor.

Även sponsring och välgörenhet är CSR-verktyg, de bidrar till att skapa goda relationer till det samhälle där företaget gör sina affärer. Det kan vara rena ansvarsfrågor som inte direkt är kopplade till kärnverksamheten, att till exempel bygga en skola eller en väg vid fabriken där företaget har sin produktion.

FÖR ATT UPPNÅ DE POSITIVA effekterna med sitt CSR-arbete är kommunikation nödvändig. Men den måste vara tydlig och sann, annars blir effekten den motsatta:

– Det räcker inte med att ändra sin retorik utan konkreta åtgärder. Allt är så transparent i dag att det skulle avslöjas direkt, med skadat anseende som följd, avslutar Tommy Borglund.

CSR

CSR står för **Corporate Social Responsibility**. Även CR, Corporate Responsibility, används då aktiviteterna inte behöver vara av social karaktär.

Fyra dimensioner som en aktör kan arbeta med för att stärka sin trovärdighet är: kompetens, öppenhet, integritet och välvilja.

Bland Europas 150 största företag har 97 procent information på sina hemsidor om sitt CSR-arbete.

Bland Sveriges 100 största företag har 75 procent information på sina hemsidor om sitt CSR-arbete.

Källa: Värdeskapande CSR – Hur företag tar socialt ansvar av Tommy Borglund, Hans De Geer och Mats Hallvarsson (Norstedts Akademiska Förlag)

Testa framtiden i Västerås

Hur lever och bor vi 2026? Den frågan ställde sig det kommunala bostadsbolaget Mimer i Västerås. Nu invigs Framtidslägenheten i en trea i ett miljonprojektområde och här ryms både ny teknik, inredning och livsstil.



KOLLAGE: ART/VER GROTH

De flyttar in i framtiden. Den fiktiva familjen Framtid visar hur bostadsbolaget Mimer med samarbetspartners tänker sig framtidens boende i Framtidslägenheten.

I den växte fram i och med att Västerås stad formulerade en vision för 2026 om Staden utan gränser. Och eftersom bostäder är en viktig del av en stad, började tankar kring visionen spira hos det kommunala bostadsbolaget Mimer

– Vi funderade på vad vi skulle kunna göra. En början blev tankesmedjor dit vi bjöd in olika aktörer som vi kände skulle kunna bidra, till exempel Ikea, Com Hem, ABB, Mälardalens Högskola, NCC och några till, berättar Gunilla Pennanen, fastighetsutvecklare på Mimer.

Resultatet av tankesmedjorna blev en framtidsvision, en Framtidslägenhet. Här ska den fiktiva familjen Framtid bo, med en växelboende morfar, en mamma som jobbar hemifrån direkt mot Kina, egenodlade grönsaker på gården och en tvättmaskin som kommunicerar med el-

nätet för lägsta förbrukning.

Förvånansvärt lite av diskussionerna kring framtiden handlade om teknik, berättar Gunilla Pennanen:

– I fokus var faktiskt mat och sociala relationer. Men andra viktiga ämnen var flexibilitet i inredningen, tillgänglighet, energi och resursanvändning, hållbarhet, status och livsstil. Utifrån detta jobbade vi fram det koncept som nu blir Framtidslägenheten.

Hon konstaterar att knepiga ligger i att omvandla ett fastighetsbestånd från 1960-talet, från de så kallade miljonprojekten, till ett attraktivt boende för människor 2026.

– Att bygga nytt och rätt är ingen konst, men det här är en utmaning!

SYFTET MED SATSNINGEN är att få igång en debatt om framtidens boende. Någon-

stans måste vi förändra vår livsstil och därmed vårt boende för en hållbar värld att leva i, menar Gunilla Pennanen.

– Vi har tittat mycket på möjligheten att kunna odla grönsaker, få matleveranser direkt hem beställda från ett kylskåp som genererar en inköpslista direkt. Energi är en annan viktig hållbarhetsfråga – ABB har till exempel installerat ett reglerbart elsystem för ljus och ljud.

COM HEM HAR BIDRAGIT med teknik kring media. I Framtidslägenheten finns en mediavägg där till exempel alla sladdar döljs i en luftspalt.

– Det här är spännande. Vi har bidragit med vårt tekniska kunnande, bland annat med det senaste inom platt-tv-tekniken och en 3D-tv, en teknik som vi vet kommer mer och mer, säger Ola Källstrand, kundansvarig för Mimer hos Com Hem.

Framtidslägenheten ska finnas som ett laboratorium för nya idéer under ett år från och med nu. Hit är även andra bostadsbolag välkomna för att titta, känna och se en bit in i framtiden. ■

Framtidslägenheten

Ett visionärt projekt startat av bostadsbolaget Mimer i Västerås tillsammans med 22 samarbetspartners, varav Com Hem är en. Syftet är att hitta lösningar för framtidens boende, få igång ett ömsesidigt lärande och väcka debatt om hur vi vill bo. Framtidslägenheten invigdes i oktober och ska finnas under utveckling i ett år.

Nyfiken? Läs mer Framtidslägenheten i Västerås på www.mimer.nu

Den 1 september påbörjades en kanalplatsomläggning inom Com Hems nät för att förbättra kvaliteten, öka den digitala kapaciteten och sändnings-säkerheten.

Så här hanterar du kanalplatsomläggningen:

Steg 1: Analoga kanaler

Gör en ny kanalsökning på tv-apparaten – det brukar gå lätt med fjärrkontrollen, annars finns information i tv:ns manual. Omläggningen berör endast TV8 och TV9, som byter platser.

Steg 2: Digitala kanaler

De flesta boxar, externa eller inbyggda i tv:n, gör automatiskt en ny kanalsökning. Vissa äldre boxar måste dock sättas igång. Det enda som påverkas är de egna platserna i fjärrkontrollen, eventuella egna favoritlistor måste göras om

Steg 3: Bredband

I enstaka fall kanske modemmet måste stängas av och sättas på för att hitta rätt plats i det nyomlagda nätet.

MER INFORMATION om när just din ort berörs av omläggningen kommer via brev till såväl dig som fastighetsägare som till dina boende. Dessutom kommer information att finnas på comhem.se och hos Com Hems Kundservice 0775-17 17 11.



Erbjudandet till er och era boende:

- Grundutbud till samtliga tv-apparater.
- Bredband upp till 200 MBit/s.
- On Demand.
- Över 150 Tillvalskanaler.
- Köp till enstaka kanaler eller välj ett kanalpaket.
- Inbyggda boxar även med HD.
- Prisvärd telefoni.
- Serviceavtal.
- Support och service.

Grundutbud av tv-kanaler

Samtliga hushåll har tillgång till ComHems Grundutbud av tv-kanaler*. Kanalerna är analoga, vilket innebär att hushållen kan se dem i alla sina tv-apparater utan digitalbox. Grundutbudet består av Sveriges mest populära tv-kanaler:



eller Analogt basutbud:



I Grundutbudet ingår även ett antal fria digitala kanaler som kan ses utan abonnemang. Det enda som krävs är en Com Hem-godkänd digital mottagare, antingen separat box eller inbyggd i tv:n.



* I delar av Stockholm erbjuder Com Hem istället ett analogt Basutbud med SVT1, SVT2, SVT24, SVTB, Kunskapskanalen, TV4 och Lokal kanal.

Telefon



FÖR FASTIGHETSÄGARE

**Fastighets-
ägarservice**

020-91 00 89

FÖR BOENDE

Kundservice

0775-17 17 11

Med koll på sociala medier

Com Hem började tidigt använda sociala medier, för drygt två år sedan. På ett år har antalet inlägg fördubblats och de fortsätter att öka.

TEXT CAROLINE MAINO

Com Hem märkte tidigt att företagets produkter och tjänster diskuterades av kunder på nätet. Valet var då att ignorera eller vara en del i dialogen. Valet att delta var självklart.

– Vi var bland de första större företagen i Sverige som använde sociala medier när vi började i maj 2009. Då var det femtiotalet inlägg i veckan. Nu besvarar eller hanterar vi 350–400 i veckan. Det är dubbelt så många som för ett år sedan och antalet fortsätter att öka hela tiden, berättar Ola Eriksson, ansvarig för Com Hems arbete med sociala medier.

I BÖRJAN VAR FLERTALET inlägg negativa, många var missnöjda med kundservicen. I dag är fokus på produkterna och de flesta inläggen är neutrala eller positiva.

– Visst finns de negativa kvar också, men är betydligt färre. Det kommer de alltid att göra. Men nu kan vi möta, ge svar och hjälpa våra kunder även via de här kanalerna, säger Ola Eriksson.

Com Hem har en egen blogg, finns på Twitter, Facebook, Youtube och Flickr och forum som Sweclockers.com, om bredbandsprodukterna och på Minhembio.com, där tv och abonnemang är i fokus. Företaget berättar även om sina produktnyheter och andra nyheter i olika sociala medier. Enligt Ola Eriksson är det ett sätt att vara ett öppet företag med en aktiv dialog med sina kunder:

– Vi börjar mer och mer involvera våra kunder i arbetet med att ta fram nya produkter. En mindre grupp på ett forum kan till exempel erbjudas att testa något innan vi lanserar det, berättar Ola Eriksson.

MEST DIALOG SKER PÅ mikrobloggsajten Twitter, 4 500 personer har aktivt valt att de vill läsa vad företaget skriver där.

– Det är en bra sajt som blandar det bästa från telefonvärlden och internetvärlden. Alla kan se meddelanden till alla, samtidigt kan man ha privata kommentarer, vilket är vik-

tigt. Det gäller att ha en personlig ton, utan att bli privat, förklarar Ola Eriksson.

En direkt fråga på Twitter eller Facebook kan få svar på mellan 25 sekunder och någon timme. Annat kan ta lite längre tid.

– Vi scannar hela tiden av bloggar, forum och annat som handlar om oss. Behöver något besvaras där så gör vi det. Behöver vi diskutera fakturor eller personuppgifter ber vi kunden fylla i ett kontaktformulär så hör vi av oss på mejl eller telefon.

Världen med sociala medier förändras hela tiden. En sajt som är inne i dag kan vara ute om ett halvår.

– En del av mitt jobb är att se vilka kanaler vi ska vara på i framtiden, berättar Ola Eriksson.



Nu kan vi möta, ge svar och hjälpa våra kunder även via de här kanalerna.



Ola Eriksson är ansvarig för Com Hems arbete med sociala medier.

HÄR HITTAR DU Com Hem I SOCIALA MEDIER: www.comhembloggen.se
www.twitter.com/ComHemAB • www.facebook.com/ComHemAB