



Pressmeddelande | 2025-09-22

Så tar ni hand om er BRF:s varumärke – SBCs nycklar till långsiktigt värde

Att skapa en attraktiv och välfungerande förening handlar inte bara om ekonomi och underhåll, utan också om hur föreningen uppfattas. Varumärket är styrelsens ansvar, och kan bli en avgörande faktor för att bygga förtroende, öka trivseln och i slutändan stärka bostädernas värde. Det menar David Gutierrez, Marknad- och försäljningschef på SBC, Sveriges BostadsrättsCentrum.

Precis som företag påverkas även föreningar av hur de uppfattas, både internt och externt. Varumärket handlar bland annat om hur föreningen kommunicerar med nuvarande och potentiella medlemmar, hur de gemensamma utrymmena tas om hand och hur föreningen syns utåt. Det är däremot inget som förändras över en natt, utan växer fram i det dagliga arbetet. Förutsättningarna skapas genom tydliga arbetssätt, en långsiktig plan och en gemensam kultur.

Att börja arbeta mer aktivt med varumärket behöver inte vara krångligt. Med enkla medel, som en välfungerande och uppdaterad hemsida, kan styrelsen stärka intrycket utåt mot mäklare och potentiella köpare. Samtidigt blir det enklare för medlemmarna att hitta viktig information. En annan grundpelare är arbetet med underhållsplanen, som bidrar till att säkra fastighetens värde.

– Vi ser att styrelser som har koll på både planering och kommunikation bygger ett helt annat förtroende. Det stärker tilliten för styrelsen och därmed också föreningens varumärke. Det gör även bostäderna mer attraktiva, inte minst i en tid där köpare ställer allt högre krav. Dessutom ska man inte underskatta de små insatserna, som en bra hemsida. Det gör mycket för helhetsintrycket och underlättar både för interna och externa parter, **säger David Gutierrez, Marknad- och försäljningschef på SBC.**

Varumärket handlar inte bara om struktur och planering, utan också om kultur. Hur gemensamma ytor tas om hand och hur kommunikationen fungerar internt sätter tonen för hela boendemiljön. En välskött gård eller entré speglar den gemenskap och ordning som råder innanför väggarna.

– Varumärket är en tillgång för styrelsen när det gäller att skapa förtroende, bygga gemenskap och öka värdet på föreningens bostäder. Det formas i detaljerna, genom ordning och struktur. Föreningar med god framförhållning och tydlig kommunikation uppfattas som tryggare och får mer engagerade medlemmar, **avslutar David Gutierrez.**

Fem nycklar till ett starkare föreningsvarumärke

*SBC – Sveriges BostadsrättsCentrum AB är landets ledande fastighetsförvaltare specialiserad på bostadsrättsföreningar. Med över 100 års erfarenhet erbjuder SBC ett heltäckande tjänsteutbud inom fastighetsförvaltning – ekonomisk och teknisk förvaltning, juridik, energi, underhållsplanering samt projektledning vid ombyggnationer. SBCs experter hjälper dagligen tusentals bostadsrättsföreningar över hela landet att förenkla styrelsearbetet och fatta trygga, långsiktiga beslut. I den digitala plattformen SBC Hemma kan varje förening hantera och få översikt över ekonomi, kommunikation och löpande förvaltning. SBC tar årligen fram branschkompassen **Sveriges Bostadsrättrapport** och är en aktiv röst i media. SBC, som är en del av den internationella Odevogruppen har 4 600 kunder, 450 medarbetare och omsatte 640 mkr år 2024. SBC har sitt huvudkontor i Stockholm och lokala kontor i Göteborg, Malmö, Uppsala och Sundsvall.*



1. **Skapa en tydlig identitet** – Entré, gård och allmänna ytor är föreningens ansikte utåt och påverkar helhetsintrycket.
2. **Transparens skapar tillit** – Regelbunden och lättillgänglig information stärker dialogen internt och ger samtidigt ett professionellt intryck externt. En uppdaterad **hemsida** är ett exempel på ett verktyg som gör det enkelt för medlemmar, mäklare och potentiella köpare att hitta rätt information.
3. **Ekonomisk trygghet** – En stabil **ekonomi** med tydlig budget och långsiktig planering skapar förtroende och stärker föreningens attraktionskraft.
4. **Uppdatera underhållsplanen** – En långsiktig och kontinuerligt uppdaterad **underhållsplan** är nyckeln till långsiktigt förtroende och hållbar planering.
5. **Satsa på hållbarhet** – **Energieffektiviseringar** stärker både varumärket och ekonomin.

För ytterligare information kontakta:

David Gutierrez, Marknad- och försäljningschef,
SBC Sveriges BostadsrättsCentrum AB
Telefon: 070-858 85 49
E-post: david.gutierrez@sbc.se