



Strategi Bygg og Bevar 2024-2028



1. Bakgrunn
2. Situasjonsbeskrivelse og tendenser
3. Sentrale muligheter og utfordringer
4. Strategisk retning; visjon og formål
5. Prioriterte målgrupper
6. Roller og prioriterte oppgaver
7. Iverksetting

1. Bakgrunn

Bygg og Bevar (BoB) er et samarbeidsprogram mellom Klima- og miljødepartementet og NHO Byggenæringen. Prosjektet ble etablert i 2009, som en oppfølging av St.meld. nr. 16 (2004-2005) *Leve med kulturminner*. I 2016 ble prosjektet videreført i et fireårig program basert på en strategisk enighet mellom Klima- og miljødepartementet, NHO Byggenæringen og Riksantikvaren, med forankring i Stortingsmelding 16 (2019-2020) *Nye mål i Miljøpolitikken*. Programmet er senere fornyet en gang, og formalisert gjennom en avtale mellom Klima- og miljødepartementet og NHO Byggenæringen.

2. Situasjonsbeskrivelse og tendenser

Ved etableringen av programmet i 2016 fikk BoB et bredt mandat, og har siden jobbet med ulike roller og oppgaver. Særlig ble rollen som kunnskapsformidler sentral da det tidlig ble etablert en innholdsrik og søkbar nettportal med konkret og forståelig innhold om bevaring og oppussing. Målet om å nå ut til mange er oppnådd. Nettsiden har vokst fra 0 til ca. 800.000 sidevisninger og har over halv million besøkende årlig, først og fremst private huseiere. BoB har grunnet stort fokus på nettsiden, primært blitt oppfattet som en redaksjon og nettportal, og i mindre grad en brobygger og verdiskaper mellom byggenæringen og bygningsvernet som var en del av mandatet. Det brede oppdraget har også vært begrenset av ressurser, og prioriteringer har vært nødvendig. Over tid har brobyggerrollen kommet noe i bakgrunnen og har skapt uønsket avstand til næringen, bedrifter og håndverkere til tross for lokalisering i NHO Byggenæringen.

Forut for en ny programperiode er det behov for å vurdere strategisk retning basert på erfaringer og fremtidige behov. Skal programmet fortsette i samme retning, eller tilsier situasjonen en justering innenfor programmets hovedformål? Hvordan kan BoB gjennom sin unike posisjon mellom kulturmiljøvernet og byggenæringen være en best mulig brobygger som fører til at eksisterende bygningsmasse blir brukt og ivaretatt?

Tiden er på mange måter enda mer moden for Bygg og Bevar med følgende aktuelle samfunnsmessige tendenser:

- Økende bevissthet om bærekraftige løsninger på alle områder i samfunnet er for alvor blitt den gjeldende holdningen, særlig blant yngre generasjoner. Ombruk og gjenbruk får større samfunnsmessig oppmerksomhet fordi det er miljømessig nødvendig, trendy, men også fordi det er blitt et verdi spørsmål.
- Markedet for restaurering og istandsetting er preget av økende etterspørsel og til dels mangelfullt tilbud med tanke på faglig kvalitet og/eller kapasitet. Gjenbruk, bærekraftig oppussing og transformasjon av allerede eksisterende bygg representerer et økende marked. Markedet for restaurering, oppussing og tilbygg (ROT markedet) er drevet av klimamål og ekstremt vær med økt skadeomfang. ROT markedet får også et ekstra løft de neste 10 årene med regjeringens kirkesatsning på 10 milliarder.
- Byggenæringen er i en omstilling som både skyldes markedsnedgang og grønn omstilling. Næringen opplever nedgang i nybygg, og økende krav og forventning til å

bidra til klimamålene. Omstillingen i næringen sammen med veksten i ROT markedet tilsier større interesse for, og vilje til reorientering og kompetanseutvikling hos byggenæringen.

- Holdningsendring i samfunnet og næringens dreining mot rehabilitering, ombruk og gjenbruk løfter også interessen for håndverket. Håndverket i ferd med å øke sin status, og det er en voksende bevissthet om håndverkets betydning og økende behov for rekruttering til fagene. At Riksantikvaren har satt temaet på dagsorden speiler nettopp dette.

3. Sentrale muligheter og utfordringer

I forhold til tendensene overfor er utgangspunktet godt, og mulighetene større enn noen gang. Hva er da behovet i byggenæringen og kulturmiljøvernet sett i lys av situasjonsbeskrivelsen?

- For byggenæringen handler det først og fremst om tilgang på oppdrag. Det forutsetter at bedrifter fyller de faglige kvalifikasjonene som blir stilt, og bedre forstår hvorfor de er satt. Næringen har et økende behov for en grunnleggende kulturminneforståelse og faglig kompetanseutvikling for å lære hvordan man kan lese verdiene i et bygg og ivareta ta de på best mulig måte.
- For kulturmiljøvernet handler det mest om tilgang til riktig fagkompetanse og tilstrekkelig kapasitet hos bedrifter og håndverkere. Sektoren har også behov for å forstå byggenæringens drivere og forutsetninger for å bedre samarbeide.
- Generelt virker det vanskelig for oppdragsgivere å finne oppdragstakerne. Det er også et gjensidig behov for å bygge mer tillit og aksept.

BoBs styrker er et godt nettverk og tillit i både byggenæringen og kulturmiljøvernet. Programmet er unikt plassert i byggenæringen, og er på mange måter "byggningsvernet i byggenæringen" Nettsiden/portalen er også en betydelig ressurs i form av høyt besøk, mange følgere og et omfattende innhold. Bygg og Bevar prisen er godt etablert og oppleves som en kvalitativ anerkjennelse.

Selv om mye ligger til rette for at BoB kan ha mulighet for betydelig gjennomslag og påvirkning finnes det også noen utfordringer:

- Et økende antall aktører i og utenfor bygningsvernet formidler råd og tips via digitale plattformer til samme målgrupper. Nettsiden er et godt fundament for videre virksomhet, men i lys av mange aktører bør grenseoppgangen mot andre defineres og nettsiden aktivt videreutvikles hvis den ikke skal bli akterutseilt.
- BoB har hatt en reduksjon i økonomiske rammer, og tilleggsfinansiering har vist seg krevende. Stramme prioriteringer grunnet begrensede ressurser kan føre til at oppgaver ikke blir gjort og derav redusert måloppnåelse.
- BoB er først og fremst oppfattet som en redaksjon. Nye roller og oppgaver må imøtekomme reelle behov, og krever aksept fra samarbeidspartnere samt tilgang til samarbeids fora.

- Rollen som brobygger mellom ulike miljøer og behov kan bli både arbeidskrevende i forhold til tids bruk og skape tilstrekkelig verdi.
- BoB får henvendelser fra private eiere og kommuner som etterspør individuell rådgivning, men har ikke kapasitet til dette. Det henvises til bygningsvernsentrene, men de har stor variasjon i de regionale tjenestene.

Tendensene og utfordringene som er beskrevet bør reflekteres i valg av strategi og arbeidsoppgaver for BoB.

4. Revidert strategisk retning

I St.meld. nr. 16 (2004- 2005) Leve med kulturminner ble programmet beskrevet på denne måten (understrekingene tydeliggjør strategisk grunnlag):

"Koblingen til Byggenæringens Landsforening knytter håndverksbransjen tett til arbeid på verneverdige bygninger og er en god arena for offentlig-privat samarbeid. Bygg og Bevar er organisert som en nettportal som gjør kunnskap om byggemåte, restaurering og vedlikehold av eldre bygninger tilgjengelig for alle. Portalen er en møteplass for huseiere og håndverkere med blant annet konkrete tips og instruksjoner om materialer, hus konstruksjoner, restaurering av vinduer og energieffektivisering av eksisterende bygg, uten at dette går på bekostning av kulturmiljøverdier. Samarbeidet mellom vern og næring gir mange muligheter for å nå framtidige klima-ambisjoner og skape gode bygningsmiljøer hvor de kulturhistoriske verdiene er integrert og ivaretatt. I tillegg ivaretas kunnskapen knyttet til håndverk og regional byggeskikk. Bygg og Bevar utløper som program ved utgangen av 2020. Programmets bidrag til en grønn og bærekraftig byggenæring gjennom gjenbruk av eksisterende bygninger, godt håndverk og tradisjonelle materialer vil fortsatt være viktig. I oppfølgingen av denne meldingen skal en videreføring av Bygg og Bevar med langsiktige og forutsigbare rammer vurderes. Det bør være en målsetning at Bygg og Bevar beholder en tydelig tilknytning til byggebransjen i en eventuell videreføring."

Den strategiske retningen bør fremdeles være basert på det opprinnelige utgangspunktet, som er minst like aktuelt, men være tilpasset byggenæringens og kulturminnevernets situasjon og behov fremover. BoB må være aktuell og relevant i sin rolle, og gripe de muligheter som finnes i holdningsendringen mot mer bruk, ombruk og gjenbruk:

BoB er et virkemiddel for å ivareta og fremme kulturverdier og håndverkskvalitet, og øke rekruttering til håndverksfagene.

BoB er et klimavirkemiddel, og et virkemiddel for omstilling av byggenæringen mot mer ombruk og et sirkulært marked.

BoB kan også bli et virkemiddel til å styrke regionale rådgivningstjenester slik blant annet Riksantikvaren har pekt på i anbefaling av modell for regionale rådgivningstjenester.

4.1 Visjon:

Bygg og Bevar skal stimulere til økt engasjementet for at kulturhistoriske bygg er en fremtidig ressurs. Vi skal legge til rette for bærekraftig vern, bruk og ombruk av alle typer bygninger sammen med byggenæringen, kulturmiljømyndighet, fagmiljøer og eiere.

4.2 Prioritering av formål 2024 - 2028:

- Inspirere til og spre kunnskap om miljøvennlig bevaring og bruk av bygninger/bygningsdeler med kulturhistorisk verdi, og på den måten bidra til at politiske vedtatte kultur-, miljø- og klimamål kan nås.
- Medvirke til at restaurering og oppussing er et interessant og attraktivt marked for byggenæringen, og at flere bedrifter og håndverkere kvalifiserer for oppdrag.
- Skape møteplasser og bygge nettverk mellom byggenæring, kulturminnemyndighet, kulturmiljøorganisasjoner, utdanningsaktører og oppdragsgivere.
- Medvirke til utvikling og annerkjennelse av håndverkskompetanse som fører til rekruttering av flere håndverkere og kapasitet til å gjennomføre det grønne skiftet.

5. Prioriteringer i forhold til målgrupper

BOB er en liten organisasjon med begrensede ressurser. For å nå store og viktige mål må det skapes resultater i samarbeid med, og gjennom andre, som har samme mål. BoB må forholde seg til mange aktører i ulike sektorer. Som brobygger, fasilitator og koordinator er det viktig å prioritere hvilke allianser og samarbeidspartnere som er viktigst for å nå resultater.



1. Byggenæringen (Leverandører)	a) Bedrifter b) Håndverkere c) Bransjeforeninger d) NHO Byggenæringen e) Produsenter
2. Forvaltere og eiere (Kunder)	a) Offentlige eiere/forvaltere (KA, fylkeskommuner, kommuner) b) Private utbyggere c) Boligbyggelag/Private eiere
3. Myndigheter	a) DIBK b) Riksantikvaren og fylkeskonservator
4. Kulturmiljøvern	a) Bygningsvernentre b) Håndverksinstituttet/NIKU c) Kulturminnefondet
5. Andre interessenter	a) Utdanningsinstitusjoner b) Miljøorganisasjoner c) Markeds plasser

I praksis betyr prioriteringene ovenfor at aktivitet mot byggenæringen prioriteres høyere enn det som har vært gjort. Private huseiere tones noe ned og dirigeres til regionale rådgivningstjenester.

Lokaliseringen av programmet hos byggenæringen bør fortsette da det gir en unik tilgang til bransjeforeninger/fagene og mulighet for i en tidlig fase å bli koblet på prosesser og få innsikt i markedsforhold.

6. Roller og prioriterte oppgaver

Målene i St meld 16 kan operasjonaliseres ved at BoB har tre roller;
kunnskapsformidler, markeds påvirker, kompetanseutvikler:

Kunnskapsformidler

Informere og inspirere prioriterte målgrupper gjennom lett tilgjengelig faglig og aktuelt innhold i relevante kanaler. For å fortsatt være en foretrukket informasjonskanal er det nødvendig å utvikle sidene i forhold til målgruppers behov, kanalpreferanser og teknologisk utvikling. Nettsiden kan ikke bare vedlikeholdes, men bør aktivt utvikles og markedsføres. Organisk oppmerksomhet er ikke lenger mulig. I flommen av nettsider og sosiale medier må det i økende grad betales for oppmerksomhet.

- Synliggjøre egne kanaler og innhold gjennom proaktive markedsføringstiltak, og benytte andres kanaler. Utvikle innhold og funksjonalitet i nettportalen.
 - Videreutvikle funksjonalitet og søkefunksjon og utvikle automatiserte tjenester i tråd med teknologiutvikling som KI

- Videreutvikle egen side/kategori for byggenæring/håndverkere – linke eksisterende innhold og produsere mer relevant stoff
- Utvikle egne sider for innhold om bruk og ombruk. Oversikt over markeds plasser, veiledere, regler og retningslinjer
- Markedsføre og profilere nettportalen særlig mot bedrifter og håndverkere
- Følge med på teknologi- og kanalutvikling slik at BoB er der målgruppene finnes.
- Koordinere og samordne produksjon og informasjon på tvers av aktører.
- Økt tilstedeværelse i byggenæringens egne kanaler; LinkedIn, bransjeblader, nyhetsbrev i bransjene mm.
- Økt synlighet i SoMe - holde på oppmerksomhet krever betalt synlighet
 - Insta, Facebook
 - Etablere BoB på LinkedIn
 - Vurdere andre kanaler
- Proaktiv mediehåndtering
- Fortsette årlig prisutdeling med en ekstern fagjury

Kompetanseutvikler

Ha faglig innsikt og være bredt orientert om hva som skjer på det faglige området. Medvirke til økt kompetanse i byggenæringen om bevaring av bygg, byggeskikk, bruk og ombruk.

Utvikle kompetanse økende tiltak i samarbeid med utdanningssektoren, byggenæringen og kulturminne forvaltningen.

- Utvikle og holde generelle og skreddersydde kurs og foredrag for bransjer/fag og bedrifter basert på deres behov – både initiert og invitert.
- I samarbeid med NHO Byggenæringen /bransjeforeninger og kulturmiljøsektoren utvikle målrettede og korte utdanningstilbud innenfor istandsetting av eldre bygninger og kulturminner.
- Bidra til den formaliserte utdanningen ved fag – og høyskoler.
- Rendyrke det årlige treffet rundt kompetanseheving for byggenæringen på kulturmiljøvern/ restaureringsmarkedet, i lys av det grønne skifte.
- Være en anerkjent høringsinstans i relevante saker og hos aktører både i næringen og kulturmiljøvernet.
- Øke bestiller- og leverandørkompetansen gjennom kompetansebyggende tiltak.
- Initiere og delta i prosjekter.

Markedspåvirker

Påvirke rammebetingelser, regler og forskrifter i samarbeid med andre for å legge bedre til rette for "grønt kulturmiljøvern". Tilgjengeliggjøre istandsettings oppdrag, og på den måten medvirke til byggenæringens omstilling mot ROT markedet og økt kapasitet for oppdragsgivere.

- Påvirke rammebetingelser; godkjenningsordninger, tekniske krav, anskaffelses regelverk og støtteordninger.
- Synliggjøre markeds plasser for ombruk og gjenbruk.
- Markedsdialog og synliggjøring av oppdrag.

- Arbeide med de generelle problemstillingene ovenfor gjennom prosjekter som eksempelvis Kirkeløftet og Håndverksstrategien.

Eksempel Kirkeløftet:

- Inngå samarbeidsavtale mellom KA og NHO Byggenæringen
- Etablere tverrfaglig prosjektgruppe i byggenæringen (i og utenfor NHOB)
- Utvikle behovs tilpassede tjenester/rådgivning/kompetanseutvikling som kvalifiserer bedrifter til oppdrag på kirkene
- Opprette kanal for markedsdialog
- I samarbeid med NHO Byggenæringen og utdanningsinstitusjoner fremme og utvikle opplæringstilbud
- Samarbeid mot myndigheter om tiltak for å stimulere til rekruttering og opplæring

7. Iverksetting

En ny programperiode vil tre i kraft fra og med 2025. En ny programperiode vil også kunne avklare de økonomiske rammene for programmet fremover slik at strategi og aktivitet kan tilpasses ressursituasjonen. Det er likevel ingen grunn til å avvente en ny program periode for å kunne starte en strategisk retnings endring da det er bred enighet om retningen og bakgrunnen for en revidert strategi. Innenfor de begrensede økonomiske rammene i 2024 vil det lages en handlingsplan basert på denne strategien. Det vil utvikles årlige handlingsplaner i perioden.