



BYGGEPROSJEKT: NYTT VIKINGTIDSMUSEUM

Felles kommunikasjonsstrategi

Statsbygg, Universitetet i Oslo og AF Gruppen

Januar 2023

Statsbygg er byggherre i prosjektet og koordinerer kommunikasjonsarbeidet. Deriblant arbeidet med å utvikle en felles kommunikasjonsstrategi for prosjektet sammen med UiO (ledelsens kommunikasjonsstab, Kulturhistorisk museum og Eiendomsavdelingen) og AF Gruppen, og oppdatere denne jevnlig. Det gjennomføres månedlige kommunikasjonsmøter der aktørene orienterer om tiltak eller forhold som er relevante for prosjektet.

Hva er saken

Statsbygg har fått i oppdrag fra Kunnskapsdepartementet å være byggherre for det nye Vikingtidsmuseet på Bygdøy. Bruker er Kulturhistorisk museum (KHM) ved UiO og AF Gruppen er entreprenør. Danske AART Architects vant den åpne plan - og designkonkurransen som ble gjennomført i 2015 med løsningsforslaget NAUST.

Hensikten med prosjektet er å sikre samlingen for kommende generasjoner, og tilgang til kulturhistorisk kunnskap om, og forståelse av, vikingtiden. Byggeprosjektet er et sikringsprosjekt, ikke et ordinært byggeprosjekt alene. Å sikre uerstattelige kulturhistoriske gjenstander for ettertiden er den viktigste grunnen til at byggeprosjektet realiseres. Det nye museumsbygget er avgjørende for å gi oss og fremtidige generasjoner muligheten til å oppleve verdens best bevarte vikingskip.

UiO vil ha drifts- og forvaltningsansvaret for bygget etter at det er ferdigstilt. KHM har ansvar for publikumstilbud, utstillinger, forskningsvirksomhet og formidlingskonsept. Byggestart er januar 2023, og det er forventet ferdigstilt i 2026. Det er planlagt åpning for publikum i 2027. Det nye museumsanlegget blir med sine drøyt 13 000 kvadratmeter tre ganger så stort som det nåværende Vikingskipshuset.

Bakgrunn

I 2020 ble Statsbygg tildelt midler over statsbudsjettet for å starte detaljplanleggingen av en ny klimaregulert bygning. Nye støttesystem skulle sikre de unike vikingskipene og gjenstandene. KHM, UiOs eiendomsavdeling, Statsbygg og eksterne spesialister (Imenco) har samarbeidet om å finne løsninger for en trygg håndtering av skip og gjenstander under byggeprosessen, og for flytting av disse til nybygget.

Sikring av vikingtidssamlingen er et grunnleggende premiss for byggeprosjektet. Det gjøres kontinuerlige risikoanalyser i forbindelse med det pågående arbeidet gjennom hele byggeperioden.

Forprosjektet ble overlevert for kvalitetssikring 2018. KS2- rapporten inkludert anbefalt kostands- og styringsramme ble overlevert Kunnskapsdepartementet høsten 2018. Statsbygg mottok oppdragsbrev for gjennomføring av nybygg og rehabilitering av Vikingtidsmuseet 22. jan 2020. Økonomiske kalkyler i detaljprosjekteringen viste at kostnadene i prosjektet vil gå over den tildelte kostnadsrammen fra 2020. Fra mai 2021 har prosjektet jobbet med optimaliseringer og kostnadsreducerende tiltak. I mai 2022 fikk Statsbygg beskjed fra KD om å gjennomgå prosjektet på nytt, med sikte på å ta kostnadene vesentlig ned. Etter en kvalitetssikringsprosess høsten 2022 ble prosjektet godkjent, men med en økt ramme for å dekke inn en større usikkerhet knyttet til prosessen for sikring og flyttingen av vikingskipene og andre sårbare gjenstander.

FAKTABOKS

Oppdragsgiver: Kunnskapsdepartementet

Bruker: Universitetet i Oslo, Kulturhistorisk museum

Byggherre: Statsbygg

Arkitekt: AART Architects

Rådgivere: Brekke & Strand og Multiconsult

Entreprenør: AF Gruppen

Brutto bygningsareal: 13,100 kvadratmeter (3800 eksisterende museum og 9300 nybygg)

Byggestart/Ferdigstilling: 2023/2026

Museet åpner for publikum: 2027

Kostnadsramme: 3,8 mrd (01.01.2023)

Kostnadsramme brukerutstyrsprosjektet: 304,2 mill (01.07.2022)

Kommunikasjonsklima

Interesse for vikingtiden og en kulturarv i verdensklasse, gir byggeprosjektet stor oppmerksomhet både nasjonalt og internasjonalt. Det er bred støtte og forståelse for at et nytt museumsanlegg er nødvendig for å sikre samlingen fra vikingtiden for kommende generasjoner. Vikingskipene er Norges fremste turistattraksjon, og har dermed en svært viktig betydning for turistnæringen både lokalt i Oslo og i Norge.

Vikingskipenes unike posisjon gir også noen utfordringer. I byggeperioden kan andre enn UiO, Statsbygg og AF Gruppen ønske å bruke prosjektet kommersielt. Statsbyggs **retningslinjer kommunikasjon i byggeprosjekter** er gjeldende for å kvalitetssikre profilering og informasjon som omhandler byggeprosjektet og gjenstandssamlingen fra vikingtiden. Universitetets/museets **merkevarestrategi** skal følges. Det stilles høye krav til samarbeid og orientering om kommunikasjonstiltak mellom UiO, Statsbygg og AF Gruppen, og involverte samarbeidspartnere og interessentgrupper. Retningslinjene skal distribueres til alle aktører som er involvert i prosjektet.

En utfordring er at byggeprosjektet er svært langvarig, og at det er lite kunnskap hos publikum om kompleksitet, lengde og omfang av byggeprosjektet. Generelt er det også stor offentlig interesse for statlig pengebruk.

Hovedmålgrupper i byggeperioden

- Naboer: (inkl. Bygdøy skole og FAU, øvrige museer på Bygdøy) for å skape forståelse og begeistring for prosjektet
- Turister: Skape forventning til det nye museet
- Eiere av bygget: UiO, ledelse og ansatte KHM, ledelse og ansatte
- Bygg- og anleggs-bransjen: Ingeniørstudenter/ingeniører
- Ansatte i Statsbygg, AF og øvrige samarbeidspartnere

Interessenter og målgrupper

Målgruppe/ interessent	Mål	Kanaler	Ansvar
Naboer	Skape begeistring og forståelse for prosjektet Orienterer om støyende arbeider	Naboskriv Åpen dag	Statsbygg, AF Gruppen
Turister	Skape forventning og interesse om det nye museet	Søstermuseer på Bygdøy/ Visit Oslo	KHM
Oppdragsgiver (KD og politikere)	Skape forståelse for museets betydning. Til enhver tid være informert om prosjektets fremdrift og økonomi.	Møter og skriftlige oppdateringer	Statsbygg, UiO/ KHM
Bygg- og anleggsbransjen, inkludert studenter/nyutdannede	Vise frem norsk byggekunst og tekniske løsninger. Skape interesse for rekruttering av unge til bransjen.	Fagmedier, egne kanaler	Statsbygg, AF Gruppen
UiO/ KHM, ledelse og ansatte	Skape forventning om ny arbeidsplass og det nye museet som en del av UiO	Egne kanaler	UiO / KHM
Medarbeidere i Statsbygg, UiO/ KHM og AF Gruppen	Skape engasjement og forventning om det nye museet. Erfaringsdeling om byggeprosessen og byggetekniske løsninger.	Egne kanaler	Statsbygg, UiO/ KHM, AF Gruppen

Overordnet kommunikasjonsmål

- Skape begeistring og engasjement for et spennende prosjekt som skal lede til et flott nytt museum.
- Etablere kjennskap til overordnede milepæler i prosjektet; vise fremdrift og konkretisere planer og kostnader
- Gi god informasjon om endringer i infrastruktur i forbindelse med byggeperioden
- Skape forståelse for at både bygge – og flytteprosjektet er krevende med svært sårbare og unike gjenstander.
- Etablere gode relasjoner til eksterne interessenter, og gode rutiner for internkommunikasjon

Budskap

«Det nye Vikingtidsmuseet blir en verdensattraksjon og gir fremtidige generasjoner muligheten til å oppleve verdens best bevarte vikingskip. Byggeprosjektet benytter innovative og banebrytende løsninger for å sikre at flyttingen og bevaring av skipene og andre gjenstander til det nye museet lar seg gjennomføre.»

Støttebudskap

- Bevare samlingene for kommende generasjoner på en museumsfaglig forsvarlig måte.
- Verdensledende museums - og forskningsinstitusjon innenfor vikingtid med bred nasjonal og internasjonal anerkjennelse for produksjon av ny kunnskap om vikingtiden.
- Gjennomføring av prosjektet krever fagekspertise og innovative løsninger som ivaretar sikkerhetene til skipene under bygging.
- Prosjektgjennomføringen vil gi inspirasjon og læring til ingeniører og studenter.

Felles tiltak

Dette kan være arrangementer som 'første spadetak' og grunnstensnedleggelse. Andre relevante fellestiltak kan være dokumentasjon av byggeprosessen, skaffe oppmerksomhet om konkurranseutlysninger og felles historiefortelling om museets gjenstander.

2023: Første spadetak/byggestart markeres i februar

2023: Ferdig grunnarbeider

2024: Grunnstensnedleggelse

2025: Flytting av skip (langsom-tv)

2025: Åpning av gavel; sammenkobling av nytt og gammelt bygg

2025: Oppstart klimastabilisering – ett år til flytting

2026: Det nye museumsanlegget er ferdigstilt

2027: Vikingtidsmuseet åpner for publikum

Kanaler

Alle aktørene bruker digitale kanaler som web og sosiale medier for å kommunisere om prosjektet. Partene tagger hverandre når det deles saker på egne plattformer. Vi bruker media aktivt og tar initiativ til å profilere prosjektets arbeid, for eksempel med pressevisninger. Film/foto tas i bruk ved viktige arrangement, milepæler og annet som ansees som relevant i formidling av prosjektet og som ønskes dokumentert.

Kontaktpersoner

Rutiner: Vi informerer alltid internt i prosjektet før vi kommuniserer eksternt. Det skal være en lav terskel for å ta kontakt med aktørene i prosjektet. Ved pressemeldinger, mediekontakt, innsynsbegjæring og andre relevante forhold, for eksempel tiltak som involverer andre statsråder, skal alle aktørene informeres.

Universitetet i Oslo

Brukernes interesser og involvering, overordnet museumsstrategi, museumsfaglige vurderinger og behov og alle forhold rundt skip og gjenstander, som risiko og skade.

Kommunikasjonsrådgiver Mari Parelius Wammer (Kulturhistorisk museum)
48039450, m.p.wammer@khm.uio.no

Seniorrådgiver Håkon Mellebye Sverdrup (avd kommunikasjon og samfunnskontakt)
920 15 579, h.m.sverdrup@admin.uio.no

Seniorrådgiver Elisabeth H. Todal (Eiendomsavdelingen)
900 81 079, e.h.todal@admin.uio.no

Statsbygg

Reguleringsarbeid, prosjektering, gjennomføringen av oppdraget, hendelser på byggeplassen og kostnader.

Kommunikasjonsdirektør Hege Njaa Aschim, 913 70 172, hegenjaa.aschim@statsbygg.no

Prosjektleder Lars Christian Gornæs, 948 73 856, LarsChristian.Gomnaes@statsbygg.no

AF Gruppen

Kommunikasjonssjef Wibecke Brusdal, 930 93 150, wibecke.brusdal@afgruppen.no

Imenco

International Market Manager Cato Ekrene, 944 89 709, cato.ekrene@imenco.com

Kunnskapsdepartementet

Oppdragsgiver og svarer på spørsmål om rammebetingelser for prosjektet og politiske avgjørelser.

Kommunikasjon Johanne Severinsen, 911 14 868, Johanne.Severinsen@kd.dep.no

Avdelingsdirektør Ida Ringdal, 22 24 75 18, ida.ringdal@kd.dep.no

Vedlegg

- Statsbyggs retningslinjer for kommunikasjon i byggeprosjekter
- UiO / Kulturhistorisk museums merkevarestrategi for det nye museet