

VERDISKAPENDE BYGG OG EFFEKTIVE PROSESSER Á LA PROSJEKTET OSCAR

Byggedagene, Oslo Plaza
9. mars 2016



Anne Kathrine Larsen, Multiconsult
Prosjektleder OSCAR

I DAG

- Kort om Oscar
- Funn så langt
- Veien videre.....

.....til verdiskapende bygg



KORT OM OSCAR (2014-2017)

Verdi for eier og bruker og samfunn!

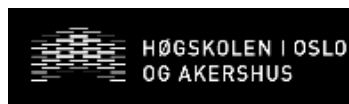
MÅL FOR OSCAR

Å utvikle **kunnskap, metoder** og **analyseverktøy** som muliggjør optimalisering av utformingen av bygg slik at bygget kan bidra til god verdi for eiere og brukere gjennom dets levetid.

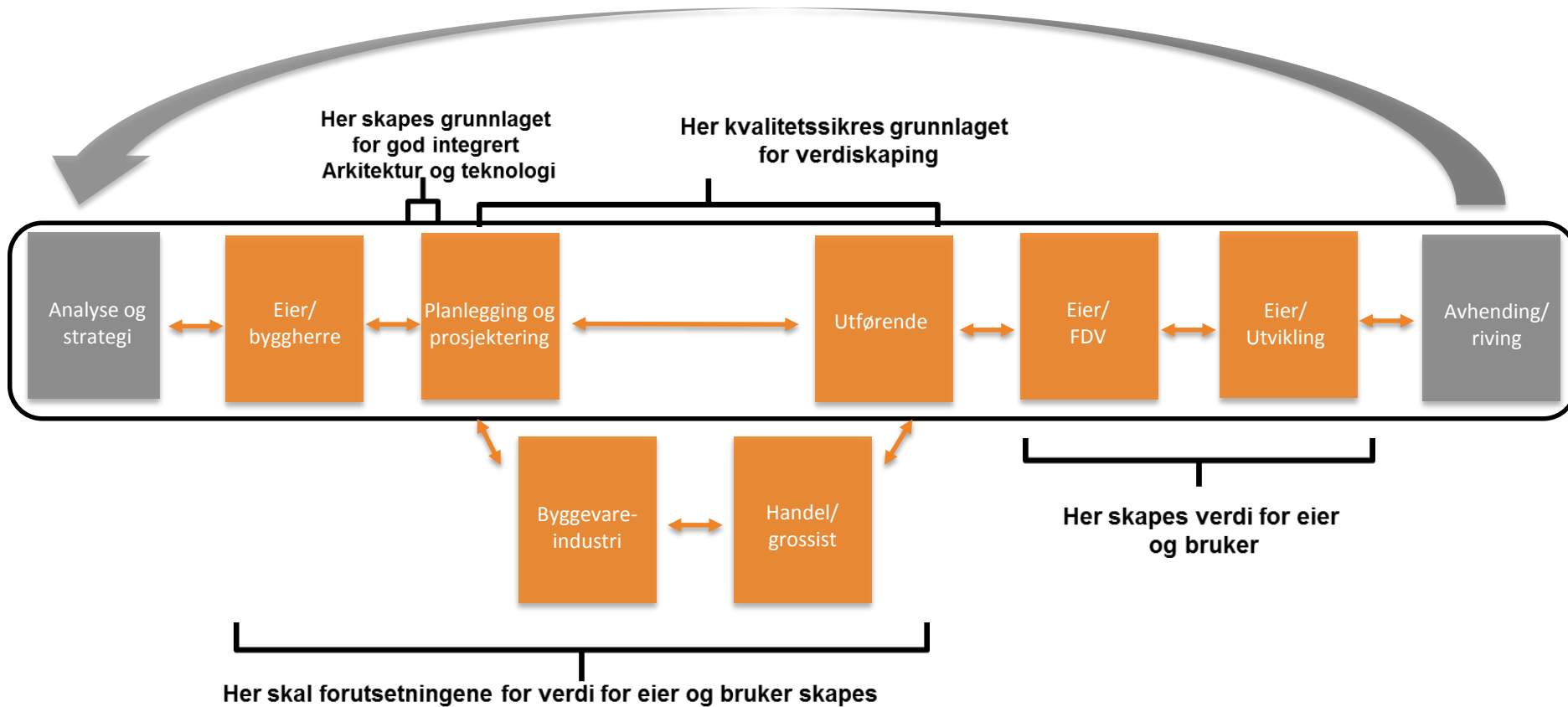
Målbildet:

Byggverk som fungerer godt for sitt formål over tid, til lavest mulig ressursforbruk

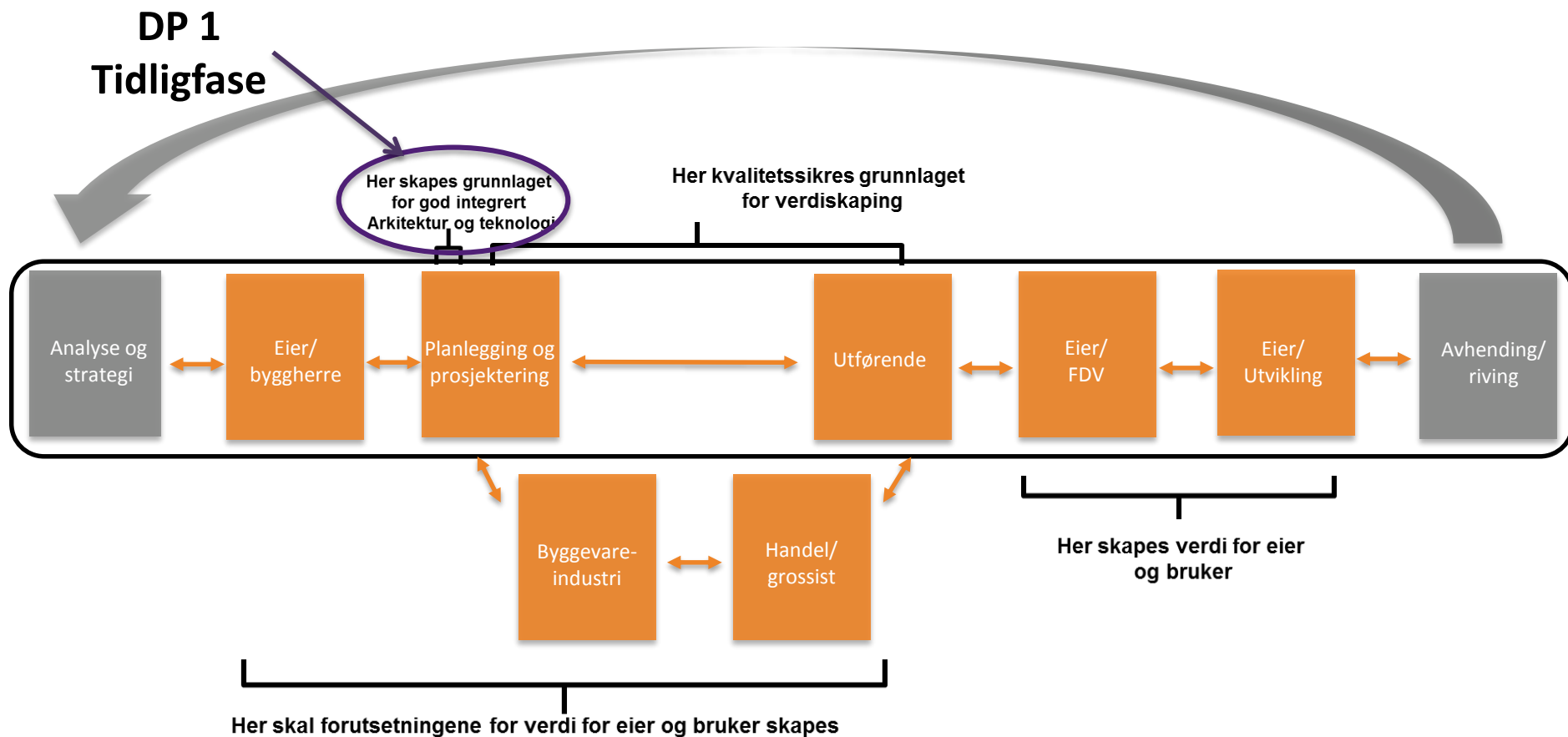
OSCAR – DET ER OSS!



VERDIKJEDEN OG FOKUS FOR OSCAR



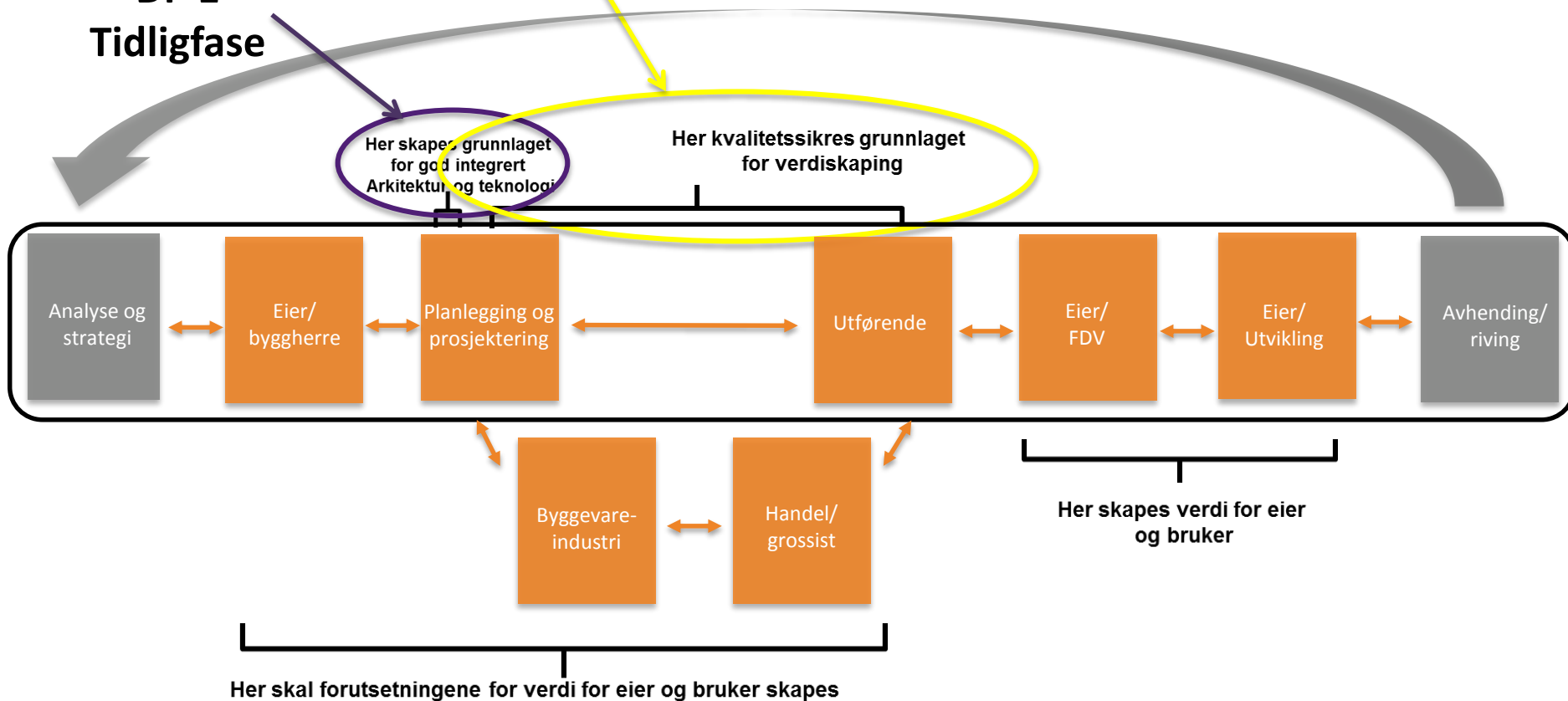
VERDIKJEDEN OG FOKUS FOR OSCAR



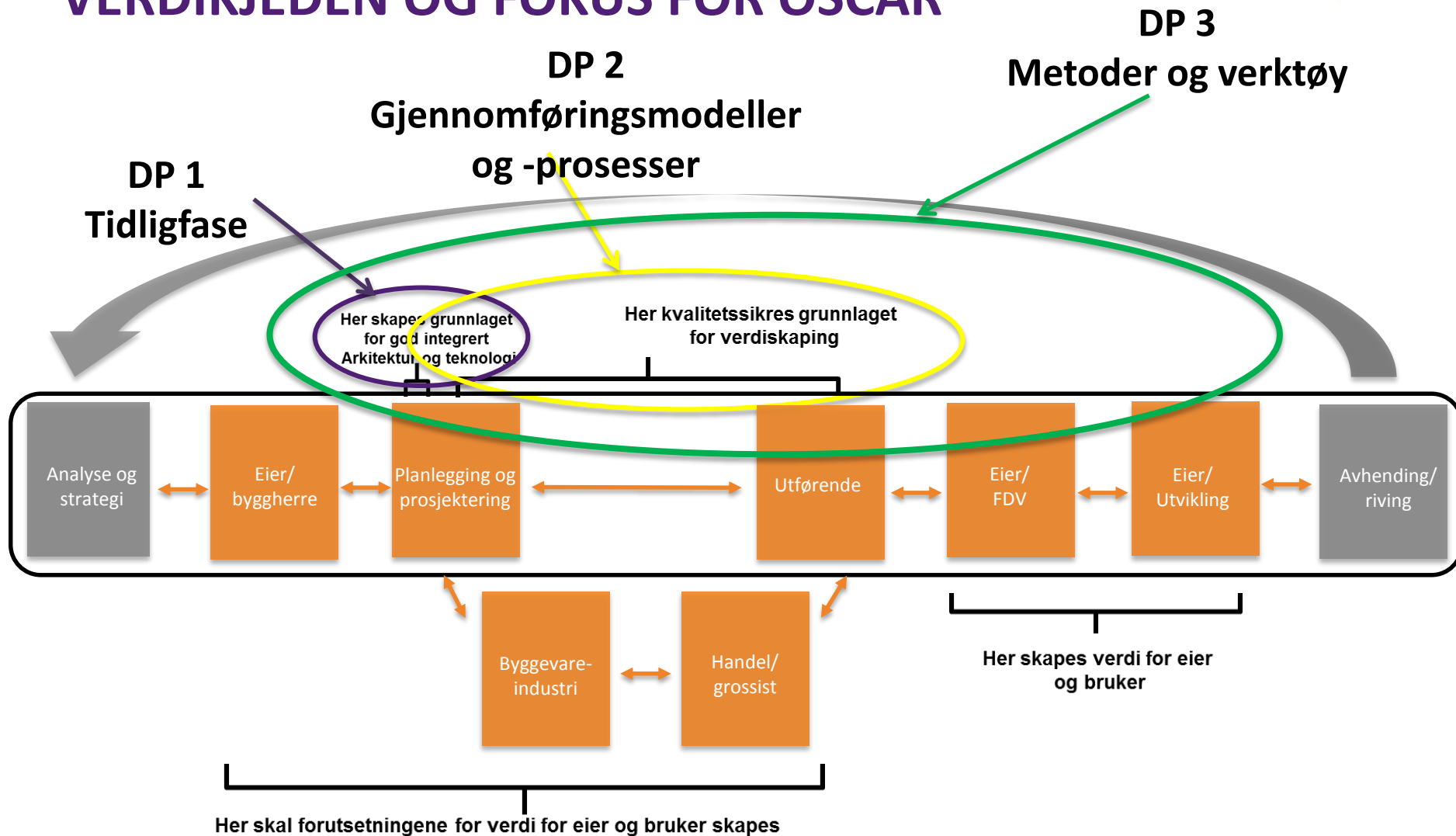
VERDIKJEDEN OG FOKUS FOR OSCAR

DP 2 Gjennomføringsmodeller og -prosesser

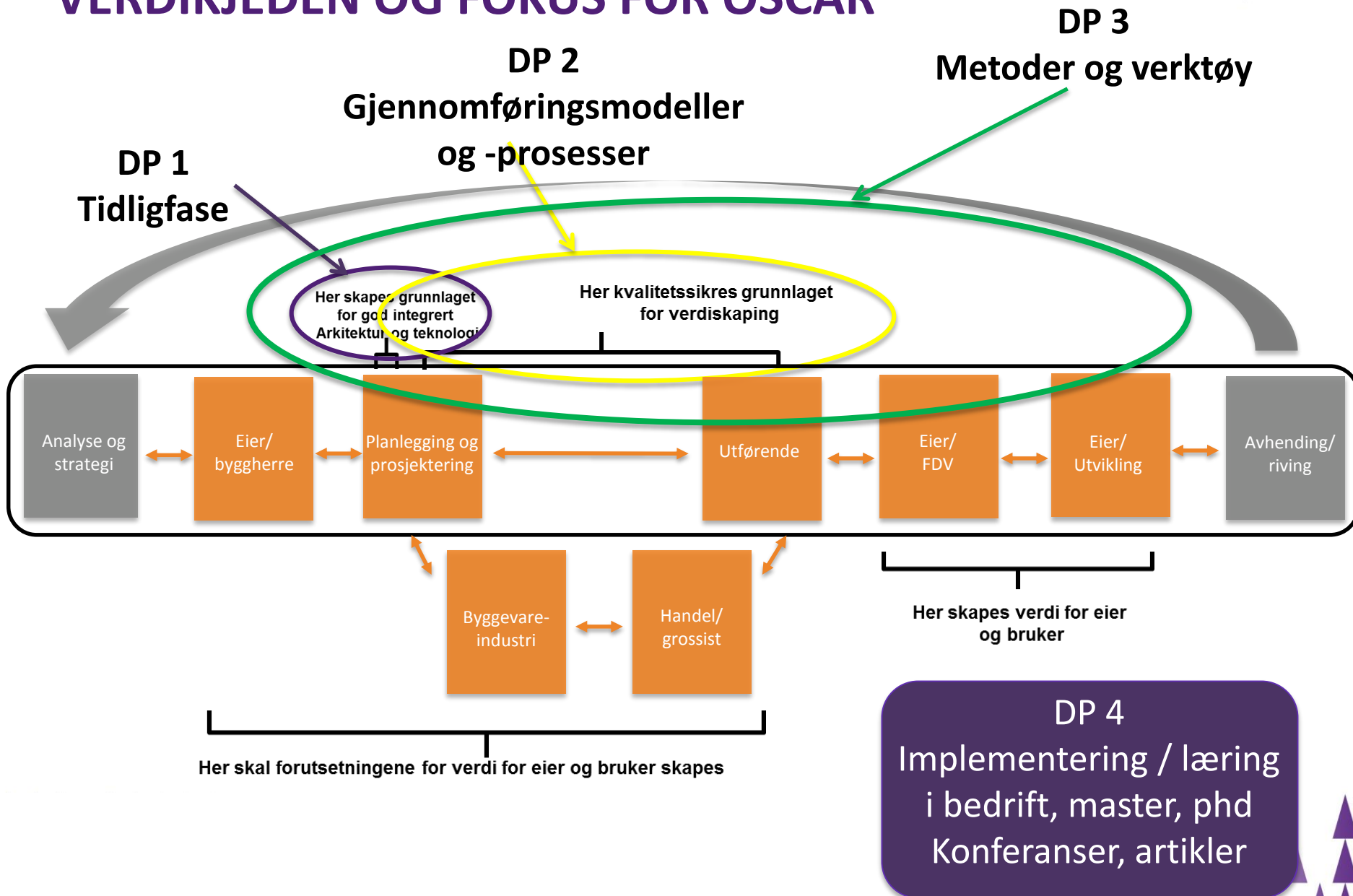
DP 1 Tidligfase



VERDIKJEDEN OG FOKUS FOR OSCAR



VERDIKJEDEN OG FOKUS FOR OSCAR



Litteratur

Intervjuer

Spørre-
undersøkelser

Workshops

Case

SLUTTPRODUKTER

- Ordbok for OSCAR
- Interaktiv veileder
- Samling av case-
beskrivelser, eksempler
- Undervisnings-
/opplærings-materiell
- Papere og artikler

HVA KJENNETEGNER «VERDISKAPENDE BYGG»?

Verdi

Ethvert prosjekt må ha en tydelig strategi som gjenspeiler eiers verdi

Verdiskaping

Proessen som skal til for å nå verdien (strategien) som er satt



HVA KJENNETEGNER «VERDISKAPENDE BYGG»?

Tilleggsverdi

Verdi som ikke var opprinnelig planlagt for



NOEN FUNN SÅ LANGT

HVA KJENNETEGNER «VERDISKAPENDE BYGG»

Project group	Subgroups	Characteristics or Means
PG 1 – Characteristics	Economic (MOME, core	Optimum FM organization, maintenance plan (predictability), outsourcing, transparency of

Hovedfokus Eier

- Økonomisk verdi
- Markedsverdi

Hovedfokus Bruker

- Bruksverdi
- Hedonistisk verdi
- Økonomisk verdi

To sentrale strategier for å oppnå verdiskapende bygg

- Livsløpsplanlegging
- Tilpasningsevne

		designed for disabled persons, sufficient infrastructure, innovative solutions
--	--	---



SPØRREUNDERSØKELSE NR 1

VERDISKAPING FOR EIER OG BRUKER

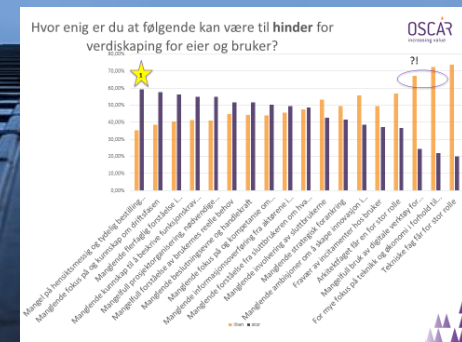
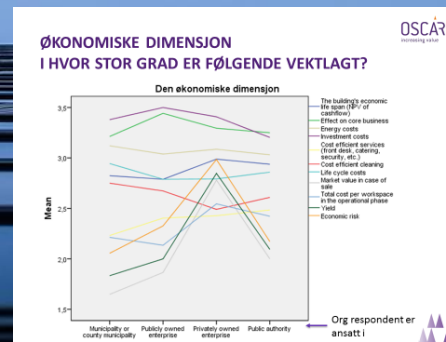
- **Hva er det spurt om?**

- I hvor stor grad er følgende aspekter vektlagt? 42 totalt
- Hvor enig er du i at følgende kan være til hinder?
- Hvilke av følgende områder har du vært involvert i mht. måling og rapportering?

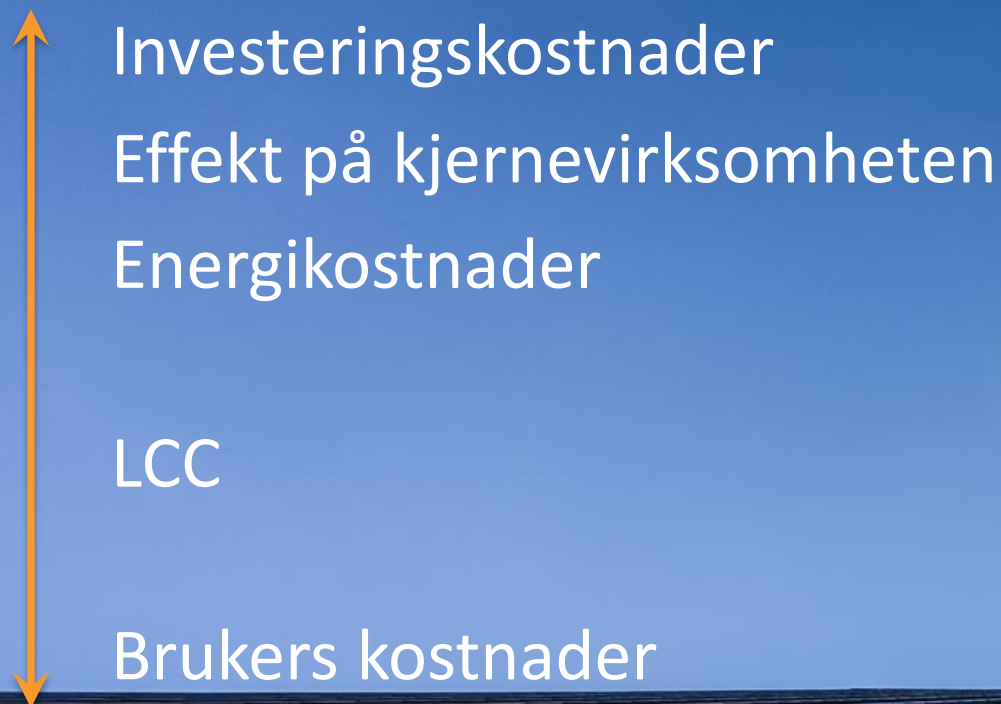
- **Hvem har svart?**

- n=600-890 personer, fagfolk i byggenæringen
- 57% privat sektor, 79,3% menn, 71,9 % ingeniører, miks av roller i næringen, god miks av hvilke faser de jobber i, god miks av hvilken bygningstype deres erfaring er basert på.

- **Hva har de svart?**



ØKONOMISKE ASPEKTER



SOSIALE ASPEKTER



Brukermedvirkning
Sikkerhet og trygghet
Fleksible arbeidsformer

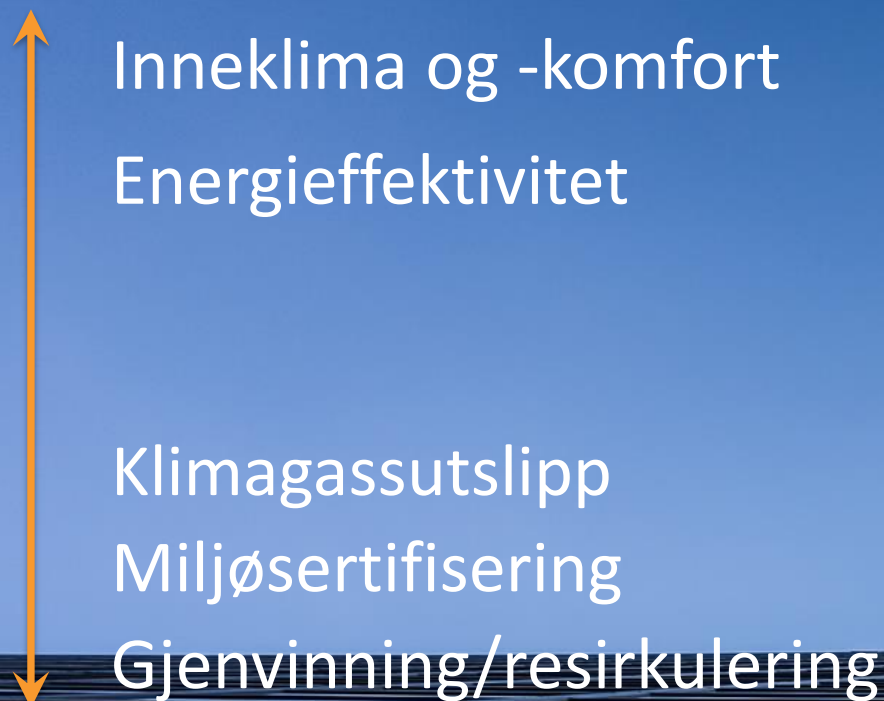
Tilrettelegging for fysisk aktivitet

Hinder for verdiskaping,
manglende kunnskap:

- om driftsfase
- til å beskrive funksjonskrav og tekniske brukerkrav
- om brukernes reelle behov

NOEN FUNN

MILJØ ASPEKTER



FYSISKE ASPEKTER

Tilgjengelighet og UU

Innovative løsninger

Livsløpsplanlegging (integreert arkitektur og teknikk)

Generalitet

Hinder for verdiskaping:

- Manglende fokus og kompetanse på livsløpsplanlegging og -økonomi (50%)

HINDERE FOR VERDISKAPING

Mangel på hensiktsmessig bestilling

Manglende fokus og kompetanse om driftsfase

Mangel på tverrfaglig forståelse i prosjektorg.

Mangelfull bruk av digitale verktøy for beslutningsstøtte

Teknikk og økonomi for mye fokus vs. menneske/samf.

Tekniske fag får for stor rolle

VEIEN VIDERE

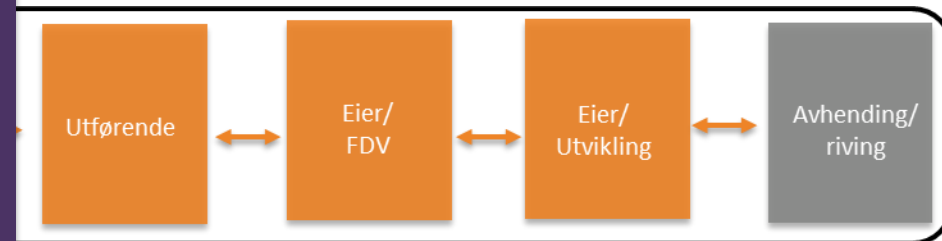
A) BRUKSFASEN

Behov for faktakunnskap om hva som kan gi verdi

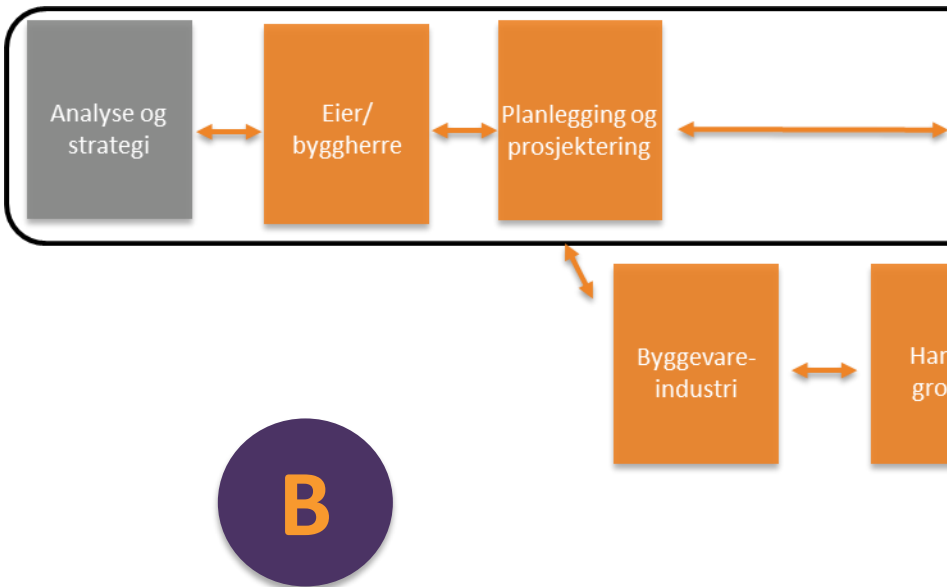
- Brukervirksomheten
- Drift (bygg og teknisk)
- Potensial for utvikling



- Evaluering ytelse



VEIEN VIDERE



B) TIDLIGFASE

Kompetanse,
kommunikasjon, prosess

- Stort ansvar på bestiller
- Prosjektlederrollen
- Tverrfaglig forståelse, inkl. drift, bruk, livsløp m.m.

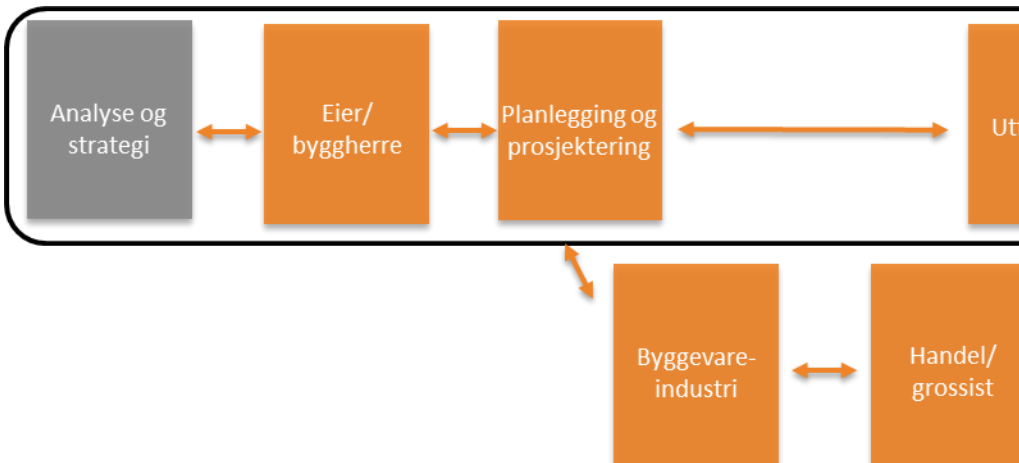


- Strategi for prosjektet
- Tverrfaglige team
- Mer pedagogiske metoder
brukerinvolvering
- Virkemidler, metoder og verktøy -
adferd mot felles mål

VEIEN VIDERE

C

C) GJENNOMFØRINGS MODELLER OG – PROSESSER

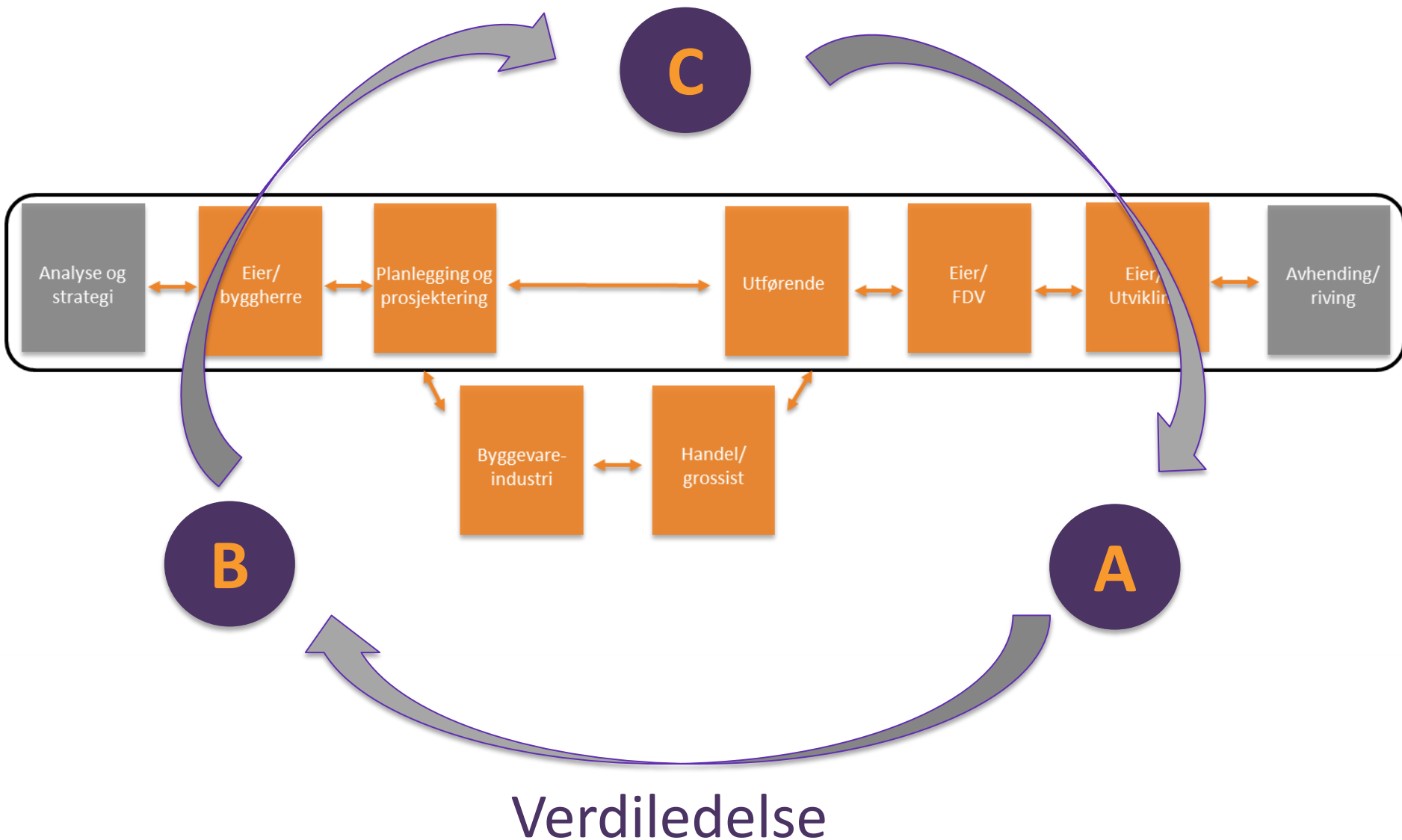


- Samarbeid, samhandling
- Lojalitet



- Virkemidler som motiverer
- Hvordan kan de implementeres i gjennomføringsmodeller?
- Hva kreves av aktørene?
- Informasjonsflyt – mellom faser og aktører
- Metoder og verktøy

VEIEN VIDERE...TIL VERDISKAPENDE BYGG



**“A FOOL IS A MAN WHO KNOWS THE
PRICE OF EVERYTHING,
BUT THE VALUE OF NOTHING”**

- OSCAR WILDE



OSCAR
increasing value

www.oscarvalue.no