



Prosjektplan for

# «Nasjonalt postveiprosjekt 2023–2026»

Mind the Gap AS

Juli 2023

# Innholdsfortegnelse

Innledning	3
1 Prosjektplanen i et nøtteskall	4
2 Formål, roller og tilnærming	5
3 Fokus for formidlingen av postveien	8
4 Mål og forventede resultater	9
5 Strategier og satsninger	11
6 Organisering	15
7 Budsjett og ressurser	16
Vedlegg	18

*Forsidefoto: Postveien på strekningen mellom Hundvin og Hetlehovda i Alver kommune. Foto: Cathrine Thorstensen.*

**Mind the Gap AS** er et ledende norsk fremtidsselskap og har spesialkompetanse på scenario- og foresightbasert strategiutvikling. I nærmest alle våre prosjekter og prosesstøtte vi bidrar med, handler det om å utvikle samarbeid mellom aktører. Vi benytter oss av involverende og deltagerbaserte prosesser for å sikre engasjement og eierskap til strategiarbeidet.

Hjemmeside: [www.mindthegap.no](http://www.mindthegap.no)

# Innledning

Møre og Romsdal fylkeskommune har ledet et samarbeidsprosjekt sammen med Trøndelag fylkeskommune, Vestland fylkeskommune og Statens vegvesen om å utvikle kulturminnet «Den trondhjemske postvei». Dette prosjektet, som er et forprosjekt, startet opp mars 2022. Siste del av forprosjektet har vært en strategifase der Mind the Gap har bistått med prosesstøtte. Dette notatet er en rapportering av hovedkonklusjoner fra strategifasen i forprosjektet.

Formålet med strategifasen har vært å utvikle et felles rammeverk mellom de samarbeidende aktørene om et hovedprosjekt. Dette notatet beskriver derfor visjon, hovedmål, strategier og aktiviteter for et hovedprosjektet frem til utgangen av 2026. Det gjør også rede for formål, rolleforståelse og valg av kulturminnefaglig tilnærming, inkludert organisering, ressurser og budsjett.

Det er særlig to formål med dette notatet:

- Det skal danne grunnlag for en søknad til Riksantikvarens tilskuddsordning til verdiskaping på kulturmiljøområdet om finansiering for perioden 2023–2026.
- Det skal brukes for å forankre prosjektet politisk og administrativt hos de samarbeidende aktørene, samt hos viktige samarbeidspartnere som vil inviteres til å delta i gjennomføringen av hovedprosjektet.

Deltagerne i strategifasen i forprosjektet har vært prosjektgruppen, som har bestått av:

- Hildegunn Maria Haanes Ruset, Møre og Romsdal fylkeskommune (prosjektleder)
- Eva Moberg, Vestland fylkeskommune
- Tor Titlestad, Vestland fylkeskommune
- Berit Vik, Vestland fylkeskommune
- Didar Taskan, Vestland fylkeskommune
- Kristin Prestvold, Trøndelag fylkeskommune
- Eline Meyer Størseth, Trøndelag fylkeskommune
- Cathrine Thorstensen, Statens vegvesen
- Izabela Agnieszka Chlewicka, Statens vegvesen

William Fagerheim fra Mind the Gap har vært prosessleder. Han har også ført dette notat i pennen.

# 1 Prosjektplanen i et nøtteskall

Hovedprosjekt for «Nasjonalt postveiprojekt 2023–2026» handler om følgende:

- Vi skal blåse liv i den historiske postveien mellom Bergen og Trondheim.
- Vi skal bidra til å åpne nye mulighetsrom for utvikling av lokalsamfunn og løse ut kulturhistoriske verdier som ressurser for rekreasjon, opplevelser og reiseliv langs utvalgte strekninger.
- Vi skal ta i bruk og bidra til å videreutvikle en nyskapende tilnærming innen kulturmiljøforvaltning basert på best mulig utveksling av erfaringer, nasjonalt og internasjonalt.
- Vi skal bygge merkevaren «Den trondhjemske postvei» som et av landets lengste kulturminner.

Tabellen nedenfor gir en oversikt over innretningen av hovedprosjektet for «Nasjonalt postveiprojekt 2023–2026».

Tabell 1 Innretningen på hovedprosjektet.

Forutsetninger	Fokus	Mål og forventede resultater	Strategiene	Satsningene (hovedaktivitetene)
<p><b>FORMÅL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Løfte og utvikle postveien som nasjonalt og internasjonalt kulturmiljø</li> </ul> <p><b>ROLLER:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eierrollen</li> <li>• Myndighetutøver</li> <li>• Samfunnsutvikler</li> <li>• Nettverksbygger</li> </ul> <p><b>TILNÆRMING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vern gjennom kunnskap og samskaping</li> </ul>	<p><b>HOVED-FORTELLING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortellingene om det mangfoldige Norge</li> </ul> <p><b>HOVEDTEMAER:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folks hverdagsliv</li> <li>• Tråkk, ferdsel og reiser</li> </ul>	<p><b>VISJON:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internasjonalt anerkjent kulturmiljø</li> </ul> <p><b>HOVEDMÅL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvikle postveien <i>med og for</i> lokalsamfunn langs veien</li> </ul> <p><b>MÅL OM BRED VERDISKAPING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Økonomisk</li> <li>• Sosial</li> <li>• Kulturell</li> <li>• Miljømessig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legge til rette for økt bruk</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skape oppmerksomhet og interesse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvikle et helhetlig kulturmiljø</li> <li>• Utvikle strekninger på postveien som turvei</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tilrettelegge for samarbeid i lokale postveiklynger</li> <li>• Delta i internasjonale nettverk</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Videreutvikle postvei.no som portal</li> <li>• Utvikle ny kunnskap om kulturmiljøet</li> </ul>

Notatet vil beskrive nærmere denne rammen for hovedprosjektet.

## 2 Formål, roller og tilnærming

### 2.1 Formål

Det er stort engasjement for «Den trondhjemske postvei» lokalt, men på nasjonalt nivå er det fremdeles et kulturminne som ikke har fått den oppmerksomheten det fortjener. Formålet med en fornyet, langsiktig satsning på kulturminnet er å løfte og utvikle postveien som nasjonalt og internasjonalt kulturminne- og kulturmiljø.

Satsningen består slik av to viktige søyler:

- Kulturminnet: Selve veien som må ivaretas, tilrettelegges for ferdsel og markedsføres.
- Kulturmiljøet: Opplevelser og aktiviteter langs veien og i områdene rundt som kan kobles på prosjektet.

### 2.2 De samarbeidende aktørers roller

Prosjektet skal stimulere til samskaping lokalt og regionalt ved å forstå lokale behov, satse på ulike og inkluderende forretningsmodeller og utnytte frivillig lokalt engasjement som aktiv ressurs for samskapingen. Det er særlig tre offentlige dokumenter som hovedprosjektet vil forankres i:

- NOU 2023:10 Leve og oppleve — Reisemål for en bærekraftig fremtid.
- St.meld. nr. 16 (2019–2020) Nye mål i kulturmiljøpolitikken — Engasjement, bærekraft og mangfold.
- St.meld. nr. 33 (2016–2017) Nasjonal transportplan 2018–2029.

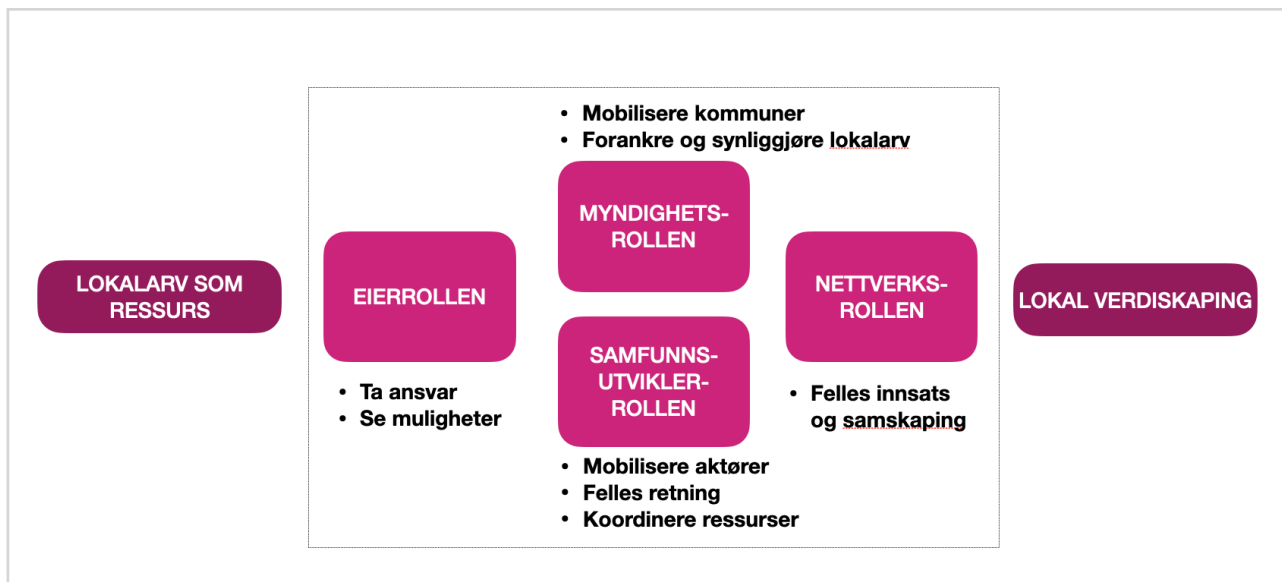
Prosjektgruppen har vektlagt fire roller som fylkeskommunene og Statens vegvesen skal ivareta.

**Rollen som eier:** Statens vegvesen er eier av kulturminnet (selve veien). Det medfører et spesielt ansvar som eier å ta vare på kulturminnet og å formidle de kulturhistoriske verdiene som kulturminnet representerer sammen med fylkeskommuner og andre. Det påligger også et ansvar for eier å utforske muligheter og legge til rette for lokal verdiskaping.

**Rollen som myndighetsutøver:** Eierrollen må utøves i samarbeid med kommuner, som er de som er best egnet til aktivt å ta ansvar for kulturmiljøet lokalt, og som er en viktig koordinator for frivillige og lokale aktører. Myndighetsrollen handler om å stimulere alle kommuner til å være med å løfte postveien som kulturminne. Myndighetsrollen skal bidra til at kommuner prioriterer postveien og kulturmiljøet langs veien, f.eks. i viktige kommunale planer. Målet er å få en koordinert og forutsigbar forvaltning av postveien, og større anerkjennelse av postveien som lokal arv.

**Rollen som samfunnsutvikler:** Mens rollen som myndighetsutøver først og fremst er rettet mot kommuner, handler rollen som samfunnsutvikler om å mobilisere ulike lokalsamfunn langs postveien i samarbeid med kommuner og andre sentrale aktører. En bærebjelke for mobiliseringen er å anerkjenne egen lokal arv gjennom å ta vare på egen identitet. En annen handler om å skape gode rammer for gode hverdagsliv gjennom å bruke postveien som ressurs. Rollen som samfunnsutvikler handler også om å gi strategisk retning for vern og bruk av kulturminnet, og samordning og koordinering av offentlig innsats og virkemiddelbruk med utgangspunkt i lokale behov.

Rollen som nettverksbygger: Både kulturminnet og kulturmiljøet må utvikles av organisasjoner og enkeltmennesker som viser interesse for og som ser muligheter i postveien. Derfor er det viktig å mobilisere andre aktører og enkeltpersoner til innsats og samskaping, enten dette er for å utvikle egen virksomhet og aktiviteter, eller det er fordi man ønsker å ta vare på og utvikle postveien som kulturmiljø.



Figur 1 Anerkjennelse av at lokal kulturarv bidrar til lokal verdiskaping. Det er avgjørende å være bevisst rollene for å få dette til.

## 2.3 Nyskapende tilnærming

Det er i dag bred enighet om at kulturminner og kulturmiljø vernes best gjennom en forsvarlig bruk. Dette legger vi til grunn i hovedprosjektet, da økt bruk av kulturmiljøet er en viktig målsetting. Økt bruk er også knyttet til våre mål om verdiskaping, som vi presenterer senere i dette notatet. Bruk av kulturminnet/kulturmiljøet vil fremme verneverdien av postveien, da dette vil bidra til økt samfunnsmessig anerkjennelse for betydningen av kulturminnet.

Postveien inviterer også kulturminneforvaltningen til å være nyskapende. Postveien fra Bergen til Trondheim er et variert kulturminne og blant de lengste i Norge. Den strekker seg over tre fylker. For å nå vår felles ambisjon, er vi avhengig av at vi mobiliserer organisasjoner og enkeltmennesker til å ta del i å utvikle kulturmiljøet i de tre fylkene.

Vi må mobilisere nedenfra og lokalt der engasjementet for en strekning er størst. Samtidig må vi lage en overordnet ledestjerne for prosjektet som alle kan jobbe mot. Vi må sørge for at lokale «postvei-nettverk» jevnlig møtes for erfaringsutveksling, og finne frem til gode praktiske eksempler på vern og utvikling. En slik tilnærming er i tråd med hvordan natur- og kulturminneforvaltningen allerede jobber, for eksempel i regionalparker. Vi ønsker å jobbe etter den overordnede tilnærmingen til kulturmiljøforvaltningen som er beskrevet i «Leve og oppleve» (NOU 2023:10) og «Nye mål i kulturmiljøpolitikken» (St.meld. nr. 16 (2019–2020)).

Vår ambisjon er å verne postveien gjennom kunnskap og samskaping.

Det betyr at vernet må basere seg på kunnskap vi har i dag, samtidig som vi skal bidra til ny kunnskap om kulturminnet og kulturmiljøet. Vernet må også basere seg på samskaping gjennom å mobilisere mennesker og organisasjoner, med kunnskap og engasjement, til felles innsats.

*Tabell 2 Postveien skal være et anerkjent eksempel på kulturmiljøforvaltning 3,0. Det er prosjektgruppen som har utarbeidet modellen om kulturmiljøforvaltning 3,0, og beskrevet kjennetegn ved de forutgående modellene.*

Kulturminneforvaltning	1,0	2,0	3,0
Fokus	Vern i seg selv	Vern gjennom aktiv bruk	Vern gjennom kunnskap og samskaping
Handler om	Ta vare på viktige kulturmiljøer	Bruke kulturmiljøer for lokal verdiskaping	Bruke kulturmiljøer for bred verdiskaping for lokalsamfunnsutvikling

Samskaping krever møteplasser og verksteder. Å etablere disse, samt å rekruttere organisasjoner, lag og foreninger til disse, vil være et viktig arbeid spesielt i den innledende fasen. Dette arbeidet vil være den viktigste aktiviteten det første halvåret (høsten 2023) av prosjektperioden.

Hovedprosjektet vil ha aktiviteter i tre fylker, slik at det er viktig at samskapingen er lokalt, regionalt og nasjonalt forankret og styrt. Det må legges til rette for læring på tvers av veistrekninger, kommuner og fylkeskommuner. En del av dette kan skje ved hjelp av digitale verktøy. Vi mener det likevel vil være behov for et årlig fysisk arbeidsverksted (møteplass) om postveien, som samler alle involverte aktører som har anledning til å komme, med oppstart i 2024.

### 3 Fokus for formidlingen av postveien

I Norge finnes det allerede veier og ruter det har vært satset på, og som de samarbeidende organisasjonene også har bidratt til å utvikle. Kystpilegrimsleia er et eksempel. Til dette kulturmiljøet er det i våre dager fremdeles en tilknytning til et «religiøst» formål, og dette formålet er bestemmende for mange av dem som er brukere av kulturmiljøet. Andre eksempler er Kongevegen over Filefjell og Kongevegen over Dovrefjell. Her er det i dag ikke lenger tilknytning til opprinnelig historisk formål, som var transport av kongens post. Disse veiene har i dag fått et nytt formål, som historiefortellende vandreveier for lokalbefolkning og tilreisende.

#### 3.1 Fortellingene om det mangfoldige Norge

Postveien er, i likhet med Kongevegen over Dovrefjell, knyttet historisk til et mye mer praktisk formål. Satsningen på postgang i Norge banet vei for ny samferdsel mellom landsdeler og områder. Nye steder vokste til langs med postveien som følge av behov for postmottak, overnatting og bespisning og andre tjenester. Mange av disse stedene har i dag mistet sin betydning og ligger i dag i utkantstrøk. Satsningen på postveien kan være med å løfte disse stedene.

Postveien strekker seg lenger tilbake enn til da man på slutten av 1700-tallet besluttet å etablere en postvei mellom Bergen og Trondheim. Veien fulgte stedvis eldre stier og tråkk. Utallige av mennesker har ferdes i området eller sendt sine tanker, bekymringer, gleder og fremtidshåp i form av et brev langs postveien.

Det er dette mangfoldet av individuelle fortellinger vi ønsker å få frem, og som vi tror vil gjøre postveien levende og verdifull for de som ferdes der i dag og for kommende generasjoner. Det er dette mangfoldet av levd liv og tråkk og reiser i kulturmiljøet som gjør postveien til et unikt kulturmiljø.

Gjennom postveien har vi en mulighet til å fortelle om de lokale stedene langs ruten, og reisene mellom stedene. Vi kan m.a.o. fortelle om veien, stedene og landskapet i endring. Norge i fortid, nåtid og fremtid.



Figur 2 To sentrale temaområder for fortellingene om postveien, samt ett kompetanseområde som vil være i fokus i hovedprosjektet.



## 4 Mål og forventede resultater

### 4.1 Visjon og hovedmål

Vår visjon skal fortelle om hva vi ønsker at postveien skal være om 10–15 år. Vår visjon er at postveien skal være et nasjonalt og internasjonalt anerkjent kulturmiljø.

Hovedmålet er at vi skal utvikle postveien *med* og *for* lokalsamfunn langs veien. Postveien skal være et prosjekt som mobiliserer mange lokale steder og lokalsamfunn til vern og utvikling. Samtidig skal lokalsamfunnene langs postveien få merverdien av denne satsningen på postveien.

### 4.2 Bred verdiskaping

Hovedprosjektet er slik et verdiskapingsprosjekt fordi vi ønsker å legge til rette for merverdien ved å ta bedre vare på postveien, slik at den blir en ressurs for lokalsamfunnene langs veien og i nærheten av denne. Vi legger altså til grunn en bred tilnærming til kulturminner som omfatter økonomisk, sosial, kulturell og miljømessig verdiskaping. Tanken om kulturminner som ressurs ble utviklet og beskrevet i NOU 2002:1 Fortid former framtid. «St. meld. nr. 16 (2004-05) Leve med kulturminner foreslo et verdiskapingsprogram som skulle bidra til at kulturminner og kulturmiljøer blir tatt i bruk i utviklingen av lokalsamfunn og næringsliv» (riksantikvaren.no).



Figur 3 Postveien bidrar til en bred verdiskaping. Figuren er en forenklet fremstilling og viser eksempler på ulike verdiskaping. Figuren er ikke uttømmende, og ofte går de ulike verdiskapingene over i hverandre.

## 4.3 Resultater

Hovedprosjektet skal dels bidra til en bærekraftig og langsiktig forvaltning av kulturmiljøet, og dels bidra til ringvirkninger i lokale samfunn langs postveien.

### ***Bærekraftig forvaltning av kulturmiljø over tid:***

Hovedprosjektet skal resultere i følgende:

- Økt kjennskap til postveien og økt anerkjennelse av postveien som kulturminne.
- Bedre oversikt over strekningene, og en mer helhetlig forvaltning av kulturminnet.  
Hovedprosjektet skal spesielt tilrettelegge for økt bruk i utvalgte strekninger, og motvirke at strekninger gror igjen, og slik ikke blir tilgjengelig for publikum.
- Økt kunnskap om postveien, og økt fokus på postveiens bygningstekniske konstruksjoner i relevante utdanningsløp/fagmiljøer.
- Økt synlighet og tilgang til postveien gjennom å øke bruken av portalen postveien.no. Portalen skal fortelle historier om postveien, og også være en guide til publikum om hvordan en kan få tilgang til kulturminnet, samt gi en oversikt over tilbudet som finnes langs postveien.
- Igangsettelse av lokale verdiskapingsprosjekter som er selvforsterkende og lever videre etter at hovedprosjektet er gjennomført.

### ***Ringvirkninger i lokalsamfunn langs veien:***

Hovedprosjektet skal bidra til lokal verdiskaping — i tråd med verdiskapingsperspektivet beskrevet under 4.2 — innenfor følgende områder:

#### 1. Lokale steder

- Kunnskap om steders utvikling, identitet og muligheter.
- Steds- og lokalsamfunnsutvikling.
- Økt bolyst.

#### 2. Engasjement og trivsel

- Engasjement for kulturarven.
- Friluftsliv, trivsel og folkehelse.

#### 3. Lokale tjenester og produkter

- Innovasjon og produktutvikling.
- Nyetableringer og forretningsutvidelser.
- Markedsføring av bedrifter og produkter.
- Flere reiselivsbedrifter som er tilknyttet postveien.

#### 4. Koordinert innsats

- Koordinering av ressurser til forvaltningen av kulturmiljøet.

## 5 Strategier og satsninger

Vi har valgt tre strategier for hovedprosjektet:

- Legge til rette for økt bruk.
- Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling.
- Skape oppmerksomhet og interesse.

For strategiene til sammen har vi definert seks satsninger som skal gjennomføres i prosjektperioden. Tabellen under redegjør for disse:

*Tabell 3 Postveien skal være et anerkjent eksempel på kulturmiljøforvaltning 3,0.*

Strategi	Legge til rette for økt bruk	Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling	Skape oppmerksomhet og interesse
Satsninger	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utvikle et helhetlig kulturmiljø</li><li>• Utvikle strekninger på postveien som turvei</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tilrettelegge for samarbeid i lokale postvei-klynger</li><li>• Delta i internasjonale nettverk</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Videreutvikle postvei.no som portal</li><li>• Utvikle ny kunnskap om kulturmiljøet</li></ul>

Strategiene skal sammen bidra til å skape et helhetlig kulturminne. Strategiene utfyller hverandre og må slik sees i sammenheng. I det følgende skal vi beskrive disse strategiene nærmere.

## 5.1 Legge til rette for økt bruk

Det fysiske kulturminnet — postveien — skal tilrettelegges for økt bruk og da må den bli mer tilgjengelig for folk enn det den er i dag. Denne strategien handler om to viktige satsningsområder, som allerede er godt forankret i gjeldende planer som de samarbeidende aktørene jobber etter nasjonalt og/eller regionalt.

### **Satsning 1: Utvikle et helhetlig kulturmiljø**

Det første grepet for økt bruk, vil handle om å utvikle et helhetlig kulturmiljø gjennom skilting av aktuelle strekninger fra Bergen til Trondheim. Dette gjøres gjennom brun skilting (nivå 1-skilt) og skilting i henhold til skiltmal (nivå 2-skilt). Som sektorovergripende myndighet vil Statens vegvesen ta et hovedansvar for dette. I tillegg vil det være behov for å sette opp lokale informasjonsskilt (nivå 3-skilt). Dette vil skje i et samarbeid mellom Statens vegvesen og kommunen og fylkeskommunen dette gjelder. Det er også behov for kartlegging og innmåling av hele strekningen, inkludert ny og gammel trasé.

### **Satsning 2: Utvikle strekninger på postveien som turvei**

Det andre grepet for at flere skal bruke postveien, handler om å velge ut noen strekninger. I løpet av høsten 2023 vil de tre fylkeskommunene, i samarbeid med Statens vegvesen, velge ut noen strekninger som vil prioriteres i hovedprosjektet. For hver strekning skal det tilrettelegges for ferdsel og viktige aktiviteter vil være skjøtsel, lokal skilting og andre oppgaver som bidrar til at strekningene brukes som turvei. Behovene vil være ulike fra strekning til strekning. Målsettingen er at alle mennesker i alle aldersgrupper og fysisk form skal kunne bruke postveien som turvei og rekreasjon.

Dette må først og fremst skje i samarbeid med kommuner som igjen må mobilisere lokale lag og foreninger og andre frivillige til å delta i arbeidet. Midlene i dette prosjektet som går til skjøtsel gis til utvalgte kommuner som ønsker å delta i prosjektet. I tillegg har Statens vegvesen egne midler for bevaring av ulike strekninger av postveien, jfr. «Nasjonal verneplan for veger, bruer og vegrelaterte kulturminner» fra 2002.

Tabell 4 Satsninger i strategi 1: Legge til rette for økt bruk

Satsning	Målsetting	Sentrale aktiviteter	Sentrale aktører
Utvikle et helhetlig kulturmiljø	<ul style="list-style-type: none"><li>Felles markedsføring av kulturmiljøet gjennom felles skilting</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Kartlegging og innmåling av hele strekningen</li><li>Skilting (nivå 1 og 2)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Statens vegvesen</li><li>Fylkeskommuner</li></ul>
Utvikle strekninger på postveien som turvei	<ul style="list-style-type: none"><li>Få personer i alle aldre til å bruke postveien som turvei</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Skjøtsel</li><li>Lokal skilting (nivå 3)</li><li>Andre typer tilrettelegginger</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Fylkeskommuner</li><li>Statens vegvesen</li><li>Kommuner</li><li>Grunneiere</li><li>Frivillige lag og foreninger</li></ul>

## 5.2 Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling

Postveien skal bidra til lokal næringsutvikling og til å utvikle lokalsamfunn langs ved veien. I dag finnes en rekke næringsdrivende og andre aktører langs veien som kan kobles på prosjektet og som kan bruke postveien i sin markedsføring. Økt aktivitet vil kunne bidra til utvikling i distriktene og på steder som man ofte i dag reiser forbi.

### **Satsning 3: Tilrettelegge for samarbeid i lokale postvei-klynger**

Hovedprosjektet skal bringe aktører sammen i et område. Hensikten er for det første å bevisstgjøre aktørene på at det er muligheter for å bruke postveien som del av markedsføringen av et tettsted, en by, en kommune eller en bedrift. Vi vil også bidra med dette gjennom å videreutvikle postvei.no (se satsning 5). For det annet er det et verdiskapingspotensial i å få flere næringsaktører til å samarbeide. I hovedprosjektet vil vi legge til rette for arenaer eller klynger i tilknytning til veistrekninger. I første omgang vil det være viktig å bygge nettverk i kommuner med veistrekninger man ønsker å prioritere i hovedprosjektet. På sikt vil det være viktig å bygge slike nettverk i alle kommuner med eierskap til kulturminnet. Viktige målgrupper for denne satsningen vil være reiselivsaktører, kulturaktører og lokale mataktører.

### **Satsning 4: Delta i internasjonale nettverk**

Hovedprosjektet vil involvere en rekke ulike aktørgrupper. Det vil være viktig i prosjektet å utvikle nye verktøy for involvering og samskaping, først og fremst ved å lære av andre. Det vil derfor være relevant å delta i internasjonale nettverk, nettopp for å lære av tilsvarende prosjekter i utlandet. Denne type deltagelse vil også bidra til å synliggjøre postveien, jf. vår visjon om postveien som et internasjonalt anerkjent kulturmiljø.

Tabell 6 Satsninger i strategi 2: Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling.

Satsning	Målsetting	Sentrale aktiviteter	Sentrale aktører
Tilrettelegge for samarbeid i lokale postvei-klynger	<ul style="list-style-type: none"><li>• Å få bedrifter og lokalsamfunn til å se på kulturmiljøet som en viktig ressurs og å utnytte mulighetene</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utvikle lokale arenaer for samhandling og samskaping</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bedrifter</li><li>• Kommuner</li></ul>
Delta i internasjonale nettverk	<ul style="list-style-type: none"><li>• Å delta i internasjonale fagnettverk for å få ideer til en nyskapende forvaltningspraksis av postveien</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Delta i interregprosjektet Creative Europe</li><li>• Synliggjøre postveiprojektet ifbm. Europa Nostra</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prosjektgruppen</li><li>• Ressursgruppen</li></ul>

## 5.3 Skape oppmerksomhet og interesse

Få kjenner til postveien. Denne strategien handler om å skape interesse for postveien ved å utvikle spennende, digitalt innhold og ved å utvikle ny kunnskap om kulturmiljøet. Det er to satsninger som er knyttet til denne strategien.

### **Satsning 5: Videreutvikle postvei.no som portal**

postvei.no er allerede etablert som informasjonskanal for postveien. Neste skritt er i større grad å bruke digitale fortellerteknikker for å visualisere postveien, både gjennom å formidle postveien som ferdselsåre og folks hverdagshistorier knyttet til veien, og gjennom å formidle næringstilbud, aktiviteter og kultur- og naturopplevelser i kulturmiljøet.

De samarbeidende organisasjonene har allerede utprøvde verktøy som kan benyttes: Kulmin-filmer, podcast, Aircam 365, KulturPunkt, QR-koding mm.

### **Satsning 6: Utvikle ny kunnskap om kulturmiljøet**

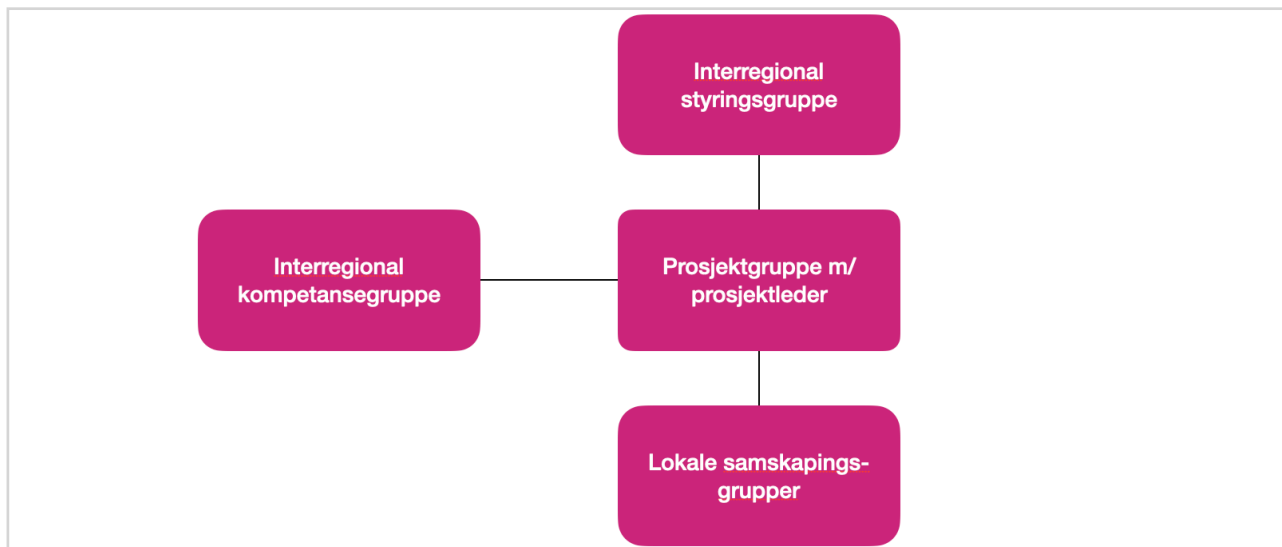
Det finnes en del kunnskap om postveien, men det vil være behov for mer kunnskap over tid. I hovedprosjektet vil vi utvikle ny kunnskap ved å ta utgangspunkt i gamle håndverksteknikker med tanke på kunnskapsoverføring til lokale håndverkere. For hovedprosjektet har vi valgt tørrmuring som tema. Tørrmuring er brukt som byggeteknikk i store parti av postveien, samt tilhørende konstruksjoner som broer. Det er derfor et behov for å bygge opp lokal kunnskap om og kompetanse på håndverksteknikker knyttet til tørrmuring.

Tabell 5 Satsninger i strategi 3: Skape oppmerksomhet og interesse

Satsning	Målsetting	Sentrale aktiviteter	Sentrale aktører
Videreutvikle postvei.no som portal	<ul style="list-style-type: none"><li>• Binde sammen lokale fortellinger og tilbud og på denne måten synliggjøre og visualisere hele postveien på en spennende og nyskapende måte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utvikle fortellinger om postveien</li><li>• Utvikle karttjeneste over postveien hvor det er mulig å navigere og der det er informasjon om ulike aktiviteter og aktører</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fylkeskommuner</li><li>• Kommuner</li><li>• Kultur- og innholdsleverandører</li><li>• Private aktører</li><li>• Turlag, historielag o.l.</li></ul>
Utvikle ny kunnskap om kulturmiljøet	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utvikle lokale fagmiljøer på viktige håndverksteknikker sammen med nasjonale og internasjonale fag- og kompetansemiljøer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Styrke kunnskap om tørrmuring nasjonalt og internasjonalt og overføre kunnskapen til lokale håndverksmiljøer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Statens vegvesen / Norsk vegmuseum</li><li>• Bygningsvernssenter</li><li>• Nidarosdomens restaureringsarbeider</li><li>• Fagskoler</li><li>• Museum</li><li>• Håndverkere</li><li>• Fylkeskommuner</li><li>• Historielag o.l.</li></ul>

## 6 Organisering

Hovedprosjektet organiseres slik som figuren under viser.



Figur 4 Organiseringen av hovedprosjektet.

**Prosjektgruppen:** Modellen vil være den samme som i forprosjektet. Møre og Romsdal fylkeskommune vil ha prosjektlederansvaret, mens hver av de samarbeidende aktørene deltar med to personer i prosjektgruppen. Antall: 8 inkl. prosjektleder.

**Interregional styringsgruppe:** Det opprettes en styringsgruppe for hovedprosjektet, og den vil bestå av én leder fra hver av de samarbeidende aktørene. Styringsgruppen har en viktig oppgave i å forankre og formidle resultater og skaffe ressurser til hovedprosjektet, samt skape synergier mellom hovedprosjektet og andre prosjekter i egne organisasjoner. Antall: 4.

**Interregional kompetansegruppe:** Det er et siktemål å forankre hovedprosjektet i andre avdelinger og i pågående prosjekter som kan dra veksler på postvei-prosjektet og omvendt. Sentrale personer internt i organisasjonene og eksternt vil få tilbud om å delta i et kompetansenettverk for hovedprosjektet. Dette nettverket orienteres jevnlig, og enkeltpersoner trekkes inn ved behov.

**Lokale samskapingsgrupper:** I tillegg opprettes det lokale samskapingsgrupper i hvert fylke, i tråd med vår tilnærming om å mobilisere aktører og mennesker i lokalsamfunn. Gjennomgående vil kommuner og viktige frivillige lag og organisasjoner delta, men organiseringen vil variere fra fylke til fylke, alt etter hva som er behov og fokus i hvert av fylkene. Samskapingsgruppene kan organiseres rundt én eller flere strekninger eller for et område alt etter hva som er hensiktsmessig. Antall: 15–20 personer i hver gruppe.

Se vedlegg for en oversikt over personer som er foreslått til å delta i hhv. interregional styringsgruppe og prosjektgruppen.

# 7 Budsjett og ressurser

## 7.1 Budsjett

Budsjettet for hovedprosjektet er på kr 8 450 000 for perioden 2023–2026.

Tabell 7 Hele budsjettet for hovedprosjektet.

	Legge til rette for økt bruk	Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling	Skape oppmerksomhet og interesse	Totalt
Møre og Romsdal fylkeskommune	800 000	550 000	600 000	1 950 000
Trøndelag fylkeskommune	300 000	450 000	450 000	1 200 000
Vestland fylkeskommune	0	450 000	450 000	900 000
Statens vegvesen	500 000	450 000	450 000	1 400 000
Riksantikvaren	0	1 500 000	1 500 000	3 000 000
<b>SUM</b>	<b>1 600 000</b>	<b>3 400 000</b>	<b>3 450 000</b>	<b>8 450 000</b>

Prinsippene for budsjettet er følgende:

1) De samarbeidende aktørene bidrar hver med kr 300 000 per år i perioden 2024–2026. Møre og Romsdal fylkeskommune bidrar i tillegg med kr 250 000 for høsten 2023. Disse midlene fordeles på strategiene «Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling» og «Skape oppmerksomhet og interesse».

2) Når det gjelder strategien «Legge til rette for økt bruk», har to av fylkeskommunene satt av midler til skjøtsel i prosjektperioden. Disse midlene overføres kommuner som deltar i prosjektet. Det er kommunen i samarbeid med fylkeskommunens kulturmiljøseksjoner som er ansvarlig for at ulike tiltak gjennomføres. Vestland fylkeskommune har ikke satt en fast sum til skjøtsel, men vurderer forløpende tiltak. Derfor er det ikke avsatt en sum i prosjektperioden. Flere av strekningene i Vestland er for øvrig i god stand. Når det gjelder Statens vegvesen har de satt av midler for å øke bruken. Etaten prioriterer postveistrekninger som ligger inne i nasjonal verneplan for etaten («Nasjonal verneplan for veger, bruer og vegrelaterte kulturminner», 2002). Her bevilges det årlige midler som går til istandsetting, skjøtsel og skilting. I tillegg arbeides det med å få bevilgninger inn i Nasjonal transportplan (NTP).

3) Det søkes om ekstern finansiering fra Riksantikvarens tilskuddsordning til verdiskaping på kulturmiljøområdet for strategiområdene «Bidra til nærings- og lokalsamfunnsutvikling» og «Skape oppmerksomhet og interesse». Ingen annen ekstern finansiering er planlagt.

4) Vi vil hjelpe aktører som deltar i nettverket med å søke finansiering til ulike tiltak som samsvarer med våre strategier, men disse medregnes ikke i budsjettet da vi anser dette som mulige ringvirkninger av hovedprosjektet.



## **7.2 Ressurser**

I tillegg til finansiering vil hver av de samarbeidende organisasjonene bruke tiden til egne ansatte. Møre og Romsdal fylkeskommune, som har prosjektlederansvaret, forplikter seg til å sette av arbeidstid som tilsvarer en 50 prosent stilling fordelt på to personer. Tilsvarende for de andre organisasjonene, de har forpliktet seg til arbeidstid tilsvarende en 30 prosent fordelt på to personer.

## Vedlegg

I forprosjektet har vi diskutert organiseringen av hovedprosjektet. Når det gjelder prosjektgruppen og interregional styringsgruppe, foreslås de bemannet som følger:

### Prosjektgruppen

- Hildegunn Maria Haanes Ruset, Møre og Romsdal fylkeskommune (prosjektleder)
- Tore Bugge Pedersen, Møre og Romsdal fylkeskommune
- Cathrine Thorstensen, Statens vegvesen
- Izabela Agnieszka Chlewicka, Statens vegvesen
- Berit Vik, Vestland fylkeskommune
- Tor Titlestad, Vestland fylkeskommune
- Kristin Prestvold, Trøndelag fylkeskommune
- Eline Meyer Størseth, Trøndelag fylkeskommune

### Interregional styringsgruppe:

- Heidi-Iren Wedlog Olsen, Møre og Romsdal fylkeskommune
- Silje Cathrin Fylkesnes, Statens vegvesen
- Anne Bjørg Evensen Svestad, Trøndelag fylkeskommune
- Eva Moberg, Vestland fylkeskommune