

Formidlingsplan for Museumssenteret i Hordaland 2020-2021

Innleiing og strategisetning

Muho famnar breidt innan tematikk og typar av formidling. Museet får gode tilbakemeldingar på formidlingsarbeidet både frå kulturråd, brukarar og andre støttespelarar. Den største utfordringa er at avdelingane kvar for seg og MuHo samla er lite kjend blant fleire av våre naturlege brukargrupper og samarbeidspartar som finst regionalt og i lokalsamfunnet. Kulturrådet peikar på manglande universell utforming av museet sine heimesider, vi er smerteleg klar over at heimesidene ikkje leverer etter dagens standard for informasjon og tilgjenge på ulike format som telefon og nettbrett. Eit anna viktig forbettringspotensiale er å auke tilgjenge av kunnskapen og samlingane til MuHo.

Samlingane våre er kjelder til kunnskap og oppleving. Formidling er musea sin aktivitet som når ut mot ulike grupper med essensen av denne kunnskapen og opplevinga.

Vi må få betre oversikt over styrkane til dei ulike avdelingane, for å sikre at MuHo totalt løyser samfunnsoppdraget. Alle treng ikkje levere på alle punkt, men totalt sett skal MuHo tilby undervisningstilbod til alle klasstrinn, vere ein møteplass for lokalsamfunnet og tilby opplevingar for tilreisande frå inn og utland. I tillegg skal MuHo gje ei stemme i det offentlege ordskiftet om sakar som omhandlar våre kunnskapsområde, dette kan skje gjennom foredrag, kronikkar og artiklar i fagtidsskrift. Viktige stikkord for arbeidet med formidling er berekraft, tilgjenge, kunnskap og kvalitet.

Formidlingsplanen skal virke i 2 år og i arbeidet med planen har vi valt å prioritere konkrete mål som både skal føre oss framover mot eit sterkare og meir synleg MuHo og samtidig vere mogeleg å utføre i ein elles travel museumskvardag med få ressursar. Planen skal vere eit verktøy for auka samarbeid og styrke vår posisjon.

Viktige prioriteringar i 2020-2021 er å få på plass ei heimeside som svarar til krava om universell utforming og kan gje eit godt bilete av kven vi er til alle typar kundar og brukarar. Ei funksjonell heimeside vil vere avgjerande for arbeidet vidare i fleire av satsingsområda som vart skissert i strategisamlinga i november 2019. Prosessen er ikkje avslutta, så justeringar kan komme. Alt formidlingsarbeidet i MuHo skal byggje opp under vår felles strategiformulering: **Saman om eit synleg og relevant museum som bidreg med kunnskap om kultur- og naturarv for ei berekraftig samfunnsutvikling.**

Innan område for fornying/digitalisering ønskjer vi å få i gang eit felles prosjekt kor alle avdelingar skal ferdigstille eit utandørs punkt for digital formidling, som kan vere eit tilbod til besøkande som kjem utanfor ordinær opningstid. Det er ønskeleg at desse punkta skal lede til ei side kor vi kan registrere dei som følger lenka utanom opningstida. Alle avdelingar skal og få lagt eit eller fleire operative skuletilbod ut på Museumslosen: www.mulo.no.

Ei siste prioritering er betre samkøying av så vel arrangement som kvalitet på viktige publikumstilbod som butikk og kafé.

Viktige oppgaver knytt til føringane frå strategiarbeid november 2019

Føring 3: Utvikling av brukartilbod og marknadsføring (-for eksisterande og nye brukarar)

Oppgåvene kjem nedanfor i prioritert og kronologisk rekkefølge, nummereringa kan difor sjå noko tilfeldig ut. Numra er knytt til arbeidet frå strategisprinten.

3.2. Digital marknadsføring gjennom ulike teknologiske plattformer

Heimesider og felles grafisk profil

Det er stort behov for nye heimesider og ein felles grafisk profil for alle i muho. Heimesida skal vere ein plattform for informasjon og kan vise vidare til ulike brukargrensesnitt (windows, ios, android) med fagleg innhald. Dette er eit arbeid som må starte tidleg i 2020, og vere forankra i leiargruppa. Vi kan allereie no kople oss på MuseumsIT utan ein initial investering i plattform. Vi må gjere eit arbeid med det grafiske og gjennom ein avtale med MuseumsIT kan vi nytte alle moglegheitene som ligg i plattformen, sjå meiri i Museum24.no. Dette er ei løysing som er integrert med Digitalt museum og andre museumsrelaterte løysingar. Plattformen vert kontinuerleg oppdatert.

Felles strategi for bruk av sosiale media i MuHo

Vi treng eksperthjelp for å gjere gode val slik at vi når ut til ønska målgruppe med rett informasjon. Tidleg 2020 må vi arrangere eller tilby kurs og oppdatering til alle som i større og mindre grad bruker dei ulike sosiale plattformene, vi må og ta stilling til kor vi skal vere MuHo og kor vi skal vere avdelingsvis. Arbeidet må vere forankra i leiargruppa, men andre tilsette kan ha ansvar for den daglege oppfølginga. Frå andre halvår 2020 skal vi samkøyre eksisterande marknadsføring på ulike plattformer.

Dette må utviklast slik at vi i løpet av 2021 får ein god strategi for marknadsføring for ulike kundesegment.

Alle avdelingar skal legge sine undervisningsopplegg inn på museumslosen.no.

3.1. Felles brukarorienterte konsept, særleg butikk og kafé

Føring 3 frå strategiarbeidet er å utvikle brukartilbod og marknadsføring med satsingsområde for å utvikle og synleggjere våre tilbod. Det vil vere nyttig å få eit felles blick på tenester som butikk og kafé. Vi kan i større grad enn i dag selje kvarandre sine produkt, og det bør finnast eit par produkt som kan representere MuHo på alle avdelingar med butikk. Viktige stikkord her er berekraft i val av materiale og reisetid på dei varane som kjem frå andre produsentar. Dette arbeidet vil etter anbefaling frå AFF ta til først i 2021.

Føring 4: Digitalisering

Satsingsområde 4a: Kartleggje, prioritere og teste ut digitale verktøy i formidling

Lenke til digital informasjon som kan opnast på telefon/nettbrett for besøkande som kjem utanom opningstid. Til dømes QR-kode som opnar til ein portal/side med informasjon om staden, enkel presentasjon og moglegheit for fordjuping ved å finne filmsnuttar, bilete og artiklar knytt til våre samlingar på digitalt museum. På sikt bør ein og finne eit gjennomgangstema som til dømes berekraft som går att på alle avdelingar. Første halvår 2020 skal brukas til kompetanseutvikling innan digitale formidlingsverktøy, QR-prosjektet kan vere ein fin inngang til dette. Ei større satsinga på digitale verktøy i formidling skal finne stad i 2021. Her trengs eit stykke arbeid for kompetanseheving og prioritering av kva vi skal satse på.

Avdelingane

Bevaringstenestene

Bevaringstenestene utgjer ein spydspiss innan fellestenester og skal arbeide for å spreie kunnskap om alle sider av temaet konservering, bevaring og samlingsforvaltning. Dette skjer til dømes gjennom kurs og fagdagar for museumstilsette. Ved å dele sin kunnskap kan bevaringstenestene bidra til framtidens berekraftige museumsforvaltning.

Havrå tunet

Garden Havrå er freda, samt innlemma i den nasjonale ordninga *Utvalde kulturlandskap*. Vår spydspiss er knytt til korleis produsera mat og vyrke på stadeigne ressursar. Kvart år har me eit stort undervisningsopplegg knytt til ei av dei største onnene, slåtten. Formidlingstilbod til alle etter avtale. Me fokuserer særleg på berekraftsmål nr. 2 *Utrydde svelt*, 12 *Ansvarleg forbruk og produksjon*, 13 *Stoppe klimaendringane* og 15 *Liv på land*.

Norsk Trikotasjemuseum – Tekstilindustrimuseet

I 2020 blir Salhus Tricotagefabrik freda, og museet byter namn til Tekstilindustrimuseet. Avdelinga representerer spydspissen industrihistorie og vil i formidlingsarbeidet særleg fokusere på berekraftsmål nr. 8 *anstendig arbeid* og 12 *ansvarleg forbruk og produksjon*. NT har ei operativ formidlingsgruppe og vil i 2020 særleg fokusere på nytt tilbod til skular.

Osterøy Museum

I 2020 er det 100 år sidan Osterøy museum vart skipa og jubileumsprogrammet vil ha fokus på museet sin rolle i lokalsamfunnet m.a. gjennom å engasjere publikum i ei jubileumsutstilling, utgjeving av jubileumsbok og lokale kulturminnedagar som formidlar bygningsvernkompetanse og tradisjonshandverk. Museet har eit særleg fokus på tradisjonshandverk og lokal materialkunnskap sin verdi i berekraftssamanheng og formidling av levande kulturarv.

Lyngheisenteret

Avdelinga er spydspissen i bevaring av dei norske kystlyngheiene, med fokus på tradisjonell forvaltning, biologisk mangfald, lokal matproduksjon og ei berekraftig framtid. Mål for 2020: Oppdatere undervisningsopplegg med fokus på FN sine berekraftsmål, nr. 2 *Utrydde svelt*, 7 *Rein energi for alle*, 12 *Ansvarleg forbruk og produksjon*, 13 *Stoppe klimaendringane*, 14 *Liv under vann*, og 15 *Liv på land*.

Vestnorsk utvandringssenter

I 2020 vil vi i større grad fokusere på migrasjon, og formidlingsopplegg som knytter saman den norske utvandringa og dagens folkevandringar. Vi vil vidareutvikle undervisningsopplegget *Den vanskelege reisa* i Museumslosen, opp mot fleire av berekraftmåla, nr. 1 *fattigdom*, 4 *utdanning*, 5 *likestilling* og 16 *Fred og rettferd*, som alle heng saman med kvifor folk i dag er på flukt og vandring.

Store arrangement 2020

Januar	Opning jubileumsutstilling. OM
Februar	Kyndelsmesse, familiearrangement. OM Kulturkveld. OM Fagdagar, «Samlingar på flyttefot». BEV
April	Nettverkssamling for kulturlandskap på museum. Havrå og LHS Fagdag om verdisikringsplanar for Beredskapsgruppa. BEV Fashion Revolution Week med familiearrangement på søndag. NT
Juni	Sesongopning/Liv i gamle stover. OM Tradisjonshandverk – kurs. OM
Juli	Utvandrarfestival. VUS
August	Vikingdag på Lygra. LHS
September	Livet på Prærien, familiedag. VUS “Kulturminnedagar”, kurs og foredrag bygningsvern og bygningshandverk, OM (KIN) Bergen Strikkefestival. NT
Oktober	Ullveka. OM, NT, LHS, VUS Halloween. VUS Kulturfest Åsane. NT
November	Lystenning og Utekino på Prærien. VUS
Desember	Boklansering og jubileumsfest. OM

Handlingsplan

Under arbeid, skal ferdigstilles i løpet av januar 2020, ansvar er foreløpig fordelt etter forslag i fotavtrykk/ettersprint.

2020	Tid for gjennomføring	Avdeling(ar)	Ansvar
4.1 a Digitalisering Kompetanseheving innan digitale formidlingsverktøy	Vår 2020	Alle	Marit + digitaliseringsgruppe
4.1.a teste QR-kodepunkt	H1 – Finne plassering og lage innhald. Vere klar til sommaren.	Alle avdelingar	
3. Heimesider og felles grafisk profil	Må starte tidleg 2020. Heimesida må vere klar til sesong 2021.	Alle, inkl. adm.	Direktør + heimesidegruppe
Felles kurs for nye og gamle omvisarar	Mars/april 2020 + 2021	Alle med besøk	Leiar for formidlingsgruppe + personaleiar
Skuletilbod på museumslosen	Q2 i god tid før skulestart 2020	Alle med skulebesøk	Formidlingsleiar og avdelingsleiarar
QR-kodepunkt	H1 – Finne plassering og lage innhald. Vere klar til sommaren.	Alle avdelingar	
Revidere formidlingsplan	Q3 – planarbeid for 2021	Alle	

2021	Tid for gjennomføring	Avdeling(ar)	Ansvar
Heimesider og felles grafisk profil		NT, OM, LHS, VUS	
3.1 a Kvalitetssikring, samkøying av butikk <i>Må henge saman med plan for eigeninntekter</i>	Q1 Etablere butikk-gruppe Q2-3 Bestille og utvikle varar Q4 Evaluering	NT, OM, LHS, VUS	Ann Kristin + butikkgruppe
Kvalitetssikring av kafétilbod		Alle med kafé	Ann Kristin
Felles kurs for nye og gamle omvisarar	Mars/april 2020 + 2021	Alle med besøk	Leiar for formidlingsgruppe + personaleiar
4.1.b Pilotering av digitale verktøy i formidling		Alle	Marit + digitaliseringsgruppe
Lage formidlingsplan for 2022-2023	H2		Leiar av formidlingsgruppa

Lenker:

Biosfæreområde Nordhordland <http://www.nordhordlandbiosphere.no/>

FN sine mål for berekraft <https://www.fn.no/view/content/33936/full/1/22014>

<https://museum24.no/>

Museumslosen <https://mulo.no/>

Vedlegg

Om arbeidet, evt. vedlegg: Formidlingsplanen er jobba fram i løpet av 2019 av faggruppe for formidling. I gruppa finn ein avdelingsleiarar for VUS, LHS, OM og Havrå og formidlingsleiar ved NT, som har leia arbeidet og skrivt ut planen. I tillegg har Mona Karstensen og Hilde Grotnes Arnesen kome med innspel. Det har vore viktig for gruppa å synleggjere det arbeidet som alt finn stad og skal halda fram i dei ulike avdelingane, samtidig som arbeidet frå strategisamling i november og må settast inn i ein felles plan for MuHo. Sjå tekstboks nedanfor. Føringer og satsingsområde som er innlemma i formidlingsplanen er understreka i tekstboksen. Det er og viktig å peike på skilnadar i så vel ressurstilgang som ulike behov ved dei ulike avdelingane i MuHo. I mangel av ei faggruppe for marknadsføring vil nokre marknadsføringstiltak i første omgang kome inn under plan for formidling.

Saman om eit synleg og relevant museum som bidreg med kunnskap om kultur- og naturarv for ei berekraftig samfunnsutvikling.

- ▶ **Føring 1: Styrke posisjonen til museet**
 - ▶ Satsingsområde 1a: Utvikle spydspissar for realisering av fornyingsprosjekt
 - ▶ Satsingsområde 1b: Utvikle fellestema innanfor kultur- og naturarv knytt til berekraft
- ▶ **Føring 2: Verdiskapande eksterne relasjonar**
 - ▶ Satsingsområde 2a: Prioritere samarbeid med høgskular, universitet og fagmiljø som kan gi økonomisk støtte og økt kunnskapsutveksling innanfor våre samlingar
 - ▶ Satsingsområde 2b: Jobbe målretta med politisk-administrative og forvaltningsretta relasjonar med fokus på tiltak som fremjar status og gir grunnlag for økonomisk vekst
- ▶ **Føring 3: Utvikling av brukartilbod og marknadsføring – for eksisterande og nye brukarar**
 - ▶ **Satsingsområde 3a: Utvikle og synleggjere våre tilbod**
 - ▶ **Satsingsområde 3b: Digital marknadsføring gjennom ulike teknologiske plattformer**
- ▶ **Føring 4: Digitalisering**
 - ▶ **Satsingsområde 4a: Kartleggje, prioritere og teste ut digitale verktøy i formidling**
 - ▶ Satsingsområde 4b: Registrere samlingane i Primus / Digitalt museum (eige prosjekt)

Frå strategisamling november 2019