



STYRESAK 27/14

KRISTIANSAND KANONMUSEUM – FORHOLDET TIL VAMS DESIGNMANUAL

Går til

Styrets medlemmer

Styremøte

15. mai 2014

Saksbehandler

Agnete Kjellin

Saksfremlegg

Tidlig på 2000- tallet begynte de største museene i Vest-Agder arbeidet med konsolideringsprosessen, og i 2006 ble Vest-Agder-muset etablert som et IKS bestående av 7 avdelinger. Det første fellestiltaket som ble gjennomført, var utarbeiding av en designprofil. Det skjedde gjennom en grundig og kostbar prosess. Etter å ha vurdert ulike måter å gjennomføre prosessen på, valgte museet å følge Reklameforeningens retningslinjer i fm konkurranse om grafisk profil. En rekke byråer ble invitert til å sende inn eksempler på sine arbeider. Innkomne presentasjoner ble vurdert av museets arbeidsgruppe og fire byråer ble plukket ut. Byråenes forslag til Vest-Agder-museets designprofil ble vurdert og rangert av museets arbeidsgruppe og lagt frem for ledergruppen i oktober 2006. Ledergruppen sluttet seg enstemmig til arbeidsgruppens vurdering. På styremøte 1. november 2006 ble saken lagt frem for behandling under saksnavnet ”Grafisk profil, arbeidsgruppene anbefaling”.

Et enstemmig styre godkjente arbeidsgruppens anbefalinger og gjorde følgende vedtak:

”Det inngås kontrakt med Trigger Design for utarbeidelse av museets grafiske profil basert på forslaget ”Initialer”. Det forventes at man kan implementere ny grafisk profil senest innen årsskiftet”.

Designprofilen er beskyttet gjennom Loven om opphavsrett og står sterkt.

Merkevarebygging av Vest-Agder-museet er noe vi har jobbet lenge med og logoen er godt innarbeidet i regionen. Vest-Agder-museets logo er et av de viktigste virkemidlene i prosessen merkevarebygging, både visuelt, gjenkjennbart og samlende.

Kristiansand Kanonmuseum ble frem til 2012 driftet av Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum gjennom en avtale med eier, Nasjonale Festningsverk. I driftsavtalens punkt 14 står det blant annet:

”Bruker har ikke rett til å sette opp informasjonsskilt, plakater, merker eller kjennetegn uten etter skriftlig avtale med eier. Skilt, plakater mv. som markedsfører Kanonmuseet, skal utformes i samsvar med arenaprofil for Møvik Fort”

I 2012 ble Kristiansand Kanonmuseum del av Vest-Agder-museet. I den anledning ble det undertegnet en driftsavtale mellom Stiftelsen Kristiansand kanonmuseum, hvor også Nasjonale Festningsverk er representert, og museet. Under punkt 3.3 *Markedsføring, logo og merkevarebygging* står følgende (se vedlegg):

”Markedsføring av Kanonmuseet skal skje i henhold til VAMs designmanual. Navnet ”Kanonmuseet” skal være en del av museumsnavnet. Felles logo med Nasjonale Festningsverk skal gå igjen på VAMs brosjyrer, skilter og hjemmesider m.v. Det skal være gjensidige henvisninger (linker) på VAMs og NFs internettsider”

Det er en selvfølge for Vest-Agder-museet at Nasjonale Festningsverks logo skal være en del av Kristiansand Kanonmuseums profilering. Den er tiltenkt en sentral plassering i henhold til Vest-Agder-museets designprofil.

Allikevel har det oppstått en situasjon hvor Nasjonale Festningsverk ikke kan akseptere Vest-Agder-museets designprofil som den førende. Det er et ønske fra deres side om å overstyre utformingen på informasjons - og annet profileringsmateriale. Fra museets side er dette uholdbart.

Saken må ses som en prinsippsak, da spørsmålet kommer opp med jevne mellomrom i flere sammenhenger. Det er også ventet at tilsvarende saker vil komme opp i sammenheng med nye museer som konsolideres med Vest-Agder-museet.

Spørsmål rundt design var et viktig punkt ved konsolideringen med Kristiansand Kanonmuseum. På dette tidspunktet var imidlertid ikke NFV sin arenaprofil innført. Det ble fra NFVs side den gang utvist stor forståelse for VAMs behov for en likelydende designprofil ved alle avdelingene.

Administrasjonen har søkt å løse utfordringen i direkte dialog med Nasjonale festningsverk (NFV) (se vedlegg). Formelt har VAM en avtale med Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum – som igjen har en avtale med Nasjonale festningsverk, vi har imidlertid sett det som formålstjenlig å ha en direkte dialog med NFV, siden de er eiere, mens vi drifter anlegget. Da administrasjonen ikke oppnådde en omforent løsning med NFV, har vi kontaktet leder i Stiftelsen, svaret fra dem referer primært til at de ikke ser å ha noen rolle i saken (vedlegg – deles ut i møtet). Med bakgrunn i tidligere styrevedtak, samt en praksis hvor museets profil har vært holdt høyt, ønsker administrasjonen å legge saken frem for styret i VAM som en prinsippsak. Administrasjonen vil tilrå at tidligere styrevedtak ang. museets designprofil fremdeles legges til grunn, samt at man holder fast på avtalen mellom Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum og Vest-Agder-museets punkt 3.3 om bruken av museets designprofil. At en avgjørelse fattes er viktig, da markedsføring av Kanonmuseet er satt på vent inntil en avklaring er på plass.

Forslag til vedtak:

1. Styret i Vest-Agder-museet mener prinsipielt at museets profil skal legges til grunn ved markedsføring, skilting osv. av museets avdelinger.
2. I forhold til saken med Kristiansand kanonmuseum særskilt, henviser styret til avtalen mellom Stiftelsen Kristiansand kanonmuseum og Vest-Agder-museet pkt. 3.3, og legger til grunn at det er avtalefestet at markedsføring, skilting m.v. av Kristiansand kanonmuseet skal skje i tråd med museets designprofil. Årets markedsføring, inkludert brosjyrer utformes på dette grunnlag.

3. I den grad avtalen mellom Nasjonale festningsverk (NFV) og Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum (SKK) er i motstrid med avtalen mellom Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum og Vest-Agder-museet, anser VAM dette å være et forhold mellom NFV og SKK.

Vedlegg

- Avtale mellom Stiftelsen Kristiansand kanonmuseum og Vest-Agder-museet om driften av Kristiansand kanonmuseum.
- Korrespondanse mellom Nasjonale festningsverk og Vest-Agder-museet
- Svar fra styreleder i Stiftelsen Kristiansand Kanonmuseum ang. tolkning av avtaleverk (deles ut i møtet).