



---

## STYRESAK 09/13

### MERKEVARE OG PROFILERING I VEST-AGDER-MUSEET

#### Går til

Styrets medlemmer

#### Styremøte

25. februar 2013

#### Saksbehandler

Gunhild Aaby

#### Saksfremlegg

I styremøtet 10. desember 2012 gjorde styret i Vest-Agder-museet følgende vedtak:

1. Fokus i markedsføring av museet flyttes fra fellesnavn til det enkelte besøksmål og attraksjon.
2. Museet foretar en tilpasning av eksisterende designprogram til ny profil.
3. Styret ber markedsføringsgruppa utarbeide et konkret forslag til profileringsprogram, som legges fram for ledergruppa i januar 2013 med påfølgende behandling i styret.

Etter styremøtet ble det nedsatt ei arbeidsgruppe og ei referansegruppe som skulle utforme tilpasning av designprogram parallelt med utvikling av nye nettsider. Museets designer var medlem av arbeidsgruppa. Mandatet til gruppa var å vurdere alternativer og utarbeide konkrete forslag til:

- a. profileringsnavn – navn på museet og besøkssteder
- b. tilpasset design- og logobruk

Arbeidsgruppas forslag ble behandlet i Vest-Agder-museets ledergruppe 14. januar, 1. februar og 12. februar 2013. Den foreliggende innstillinga til styret er vedtak fattet i ledergruppa.

a. *Profileringsnavn:*

- Navnet ”Vest-Agder-museet” med sine to bindestreker og blanding av små og store forbokstaver er vanskelig i markedsføringssammenheng, ikke minst på nettet. ”Vestagdermuseet” i ett ord finnes allerede i typografilogo og i museets nettside og sees stadig oftere i alminnelig bruk.
- Enkelte besøksmål er tydelige merkevarenavn. Navnene Sjølingstad Uldvarefabrik, Setesdalsbanen, Kristiansand Kanonmuseum, Gimle Gård og Nordberg Fort kan stå alene og beholdes.
- For besøkssteder med det geografiske stedsnavnet innebygd, Flekkefjord, Lista, Mandal og Kristiansand, må det foretas en navnetilpasning. Den internasjonale betegnelsen ”museum” foretrekkes framfor ”museet”.
- Odderøya Museumshavn er valgt som betegnelse på den kommende museumshavn. ”Odderøya” ble valgt framfor ”Nodeviga”, siden Odderøya er mer kjent for det allmenne publikum, også utenfor Kristiansand.

NÅVÆRENDE NAVN	FORSLAG TIL NYTT NAVN
Vest-Agder-museet	Vestagdermuseet
Vest-Agder-museet Flekkefjord	Flekkefjord Museum
Vest-Agder-museet Lista	- Lista Museum (fellesbegrep i for eksempel brosjyresammenheng) - Nordberg fort
Vest-Agder-museet Mandal og Vigeland Hus	Mandal Museum (Vigeland Hus vil brukes som stedsbetegnelse, men ikke i egen logo)
Vest-Agder-museet Sjølingstad Uldvarefabrik	Sjølingstad Uldvarefabrik
Vest-Agder-museet Setesdalsbanen	Setesdalsbanen
Vest-Agder-museet Gimle Gård	Gimle Gård
Vest-Agder-museet Kristiansand	Kristiansand Museum Navnet er ikke avklart fordi dette tidligere var betegnelsen på nåværende Agder naturmuseum og botaniske hage. Saken skal opp i Kulturstyret i Kristiansand. Inntil en avgjørelse er tatt, benyttes fortsatt: Vest-Agder-museet Kristiansand

NÅVÆRENDE NAVN	FORSLAG TIL NYTT NAVN
Kristiansand Kanonmuseum	Kristiansand Kanonmuseum
”Nodeviga” og ”Lille Nodeviga”, kommende museumshavn	Odderøya Museumshavn

*b. Design- og logobruk:*

Vest-Agder-museets designer og resten av arbeidsgruppa har arbeidet med et tjuetalls løsninger for tilpasning av dagens logo. Det har vært flere føringer og hensyn å ivareta i prosessen:

- Logoene skulle være en *tilpasning* til ny profil og dermed være fundert på kjerneelementer i eksisterende design.
- Designprogrammet er et *åndsverk* og kan derfor ikke brytes opp og endres uten nennsom håndtering og samtykke av designer. En mer radikal endring av logoen, slik at den framstår som en nyskaping, ville gjøre det enklere å løsrive seg fra føringene i designet, men ville samtidig stå fjernere fra mandatet for prosessen.
- Det var ønskelig å benytte denne prosessen til å få en *mer dynamisk logo* med flere bruksmuligheter enn eksisterende, som i ulike sammenhenger oppleves som begrensede.
- Tidsramma for prosessen har vært svært kort. 2013-realiseringene, nye nettsider og skiltplan, har gitt naturlig korte frister. Det kan være vanskelig i en prosess som for mange dreier seg om sentrale verdier i institusjonen.

Til ledermøtet 12. februar innstilte arbeidsgruppa på et forslag til logo, ”fire stolper”, basert på en omforming av VAM-elementene, eksisterende avdelingsfarger, fonter og typografilogo og med et fokus på besøksstedene (vedlagt). Diskusjonen i ledergruppa viste imidlertid at det var vanskelig å fatte en avgjørelse i spørsmålet innenfor den korte tidsramma vi har hatt til rådighet for hele prosessen.

Ledergruppa har derfor innstilt på at eksisterende designprogram beholdes inntil det eventuelt legges opp til en større prosess med omforming av logo, som er tilpasset nytt profileringsfokus og behovet for større fleksibilitet og muligheter.

Markedsføringsgruppa bør uavhengig av logosaken gå videre med å definere flere

muligheter for spissing av markedsføringa og synligheten til det enkelte besøksmål/ attraksjon.

### **Forslag til vedtak**

1. Ledergruppas innstilling til navn på besøkssteder vedtas. Vest-Agder-museet vil heretter staves Vestagdermuseet.
2. Dagens logo og designmanual benyttes inntil det eventuelt settes av tid til en grundigere prosess i forhold til utforming av ny logo.
3. Markedsføringsgruppa utarbeider ei skisse for hvordan markedsføringa kan spisses og øke synligheten til det enkelte besøksmål/ attraksjon.