

FORMIDLINGSPLAN

FOR VEST-AGDER-MUSEET



2018-2020

INNHold

FORMIDLINGSPLAN FOR VEST-AGDER-MUSEET	1
1. Innledning	3
2. Strategi og overordnede mål og tiltak for formidling	3
3. Tilbud og innhold	3
3.1 Utstillinger (basis-, temporær-, nett-).....	3
3.2 Pedagogisk tilbud til skoler og barnehager	4
3.3 Formidlingstilbud til voksne	5
3.4 Sesongtilbud.....	5
3.5 Digital formidling og kommunikasjon	6
4. Markedsføring, profilering, synlighet og inntjening	6
4.1 Marked (se egen markedsplan):.....	7
4.2 Profilering og synlighet:	7
4.3 Inntjening:	7
5. Kompetanseheving	7

Kristiansand, 23.11.2017

Formidlingsgruppa i Vest-Agder-museet ved formidlingsansvarlig Gunhild Aaby

1. INNLEDNING

Formidlingsplanen for Vest-Agder-museet (VAM) er en revidert og forenklet versjon av planen utarbeidet i 2011. Den følger VAMs strategiplans virkeperiode og føringer. Foreliggende plan varer fram til 2020 og gjennomgås og oppdateres årlig.

Visjon: *Sammen skal vi flytte grenser!*
Strategi: *Synlighet, fart og retning*
Slagord: *Vi forteller din historie*

2. STRATEGI OG OVERORDNEDE MÅL OG TILTAK FOR FORMIDLING VED VEST-AGDER-MUSEET I STRATEGISK PLAN (2015-2019)

Synlighet, fart og retning:

- Tydeligere faglige prioriteringer: VAM skal i planperioden fokusere på: de enkelte besøksmålenes/avdelingenes lokalhistorie, bygningsvern, industrihistorie, sjøfarts- og militærhistorie.
- VAM skal i planperioden vesentlig øke egeninntjeningen og arbeide med markedstilpasning.
- VAM skal være ekte, fleksibelt og kreativ. Museet skal være en aktuell, relevant, nyskapende og oppdatert samfunnsaktør.

Mål for formidling:

Et stort og begeistret publikum, som har lært noe nytt, snakker positivt om oss og ønsker seg tilbake.

Tiltak:

- Etablere nye og varierte utstillinger.
- Videreutvikle tilbudet til barn.
- Utvikle formidlingstilbud spesielt rettet mot voksne.
- Være et aktuelt og relevant museum, som møter publikum på nye og andre arenaer og tilstreber flerveis kommunikasjon med et bredt publikum.

I tillegg til mål og tiltak i strategisk plan ligger følgende overordnede perspektiver til grunn for formidlingen i Vest-Agder-museet:

- Formidlingen skal sees i sammenheng med museets øvrige virksomhet, spesielt forskning og samlingsforvaltning.
- VAM formidler i den grad det er mulig, til alle, uavhengig av funksjonsnivå. Ved planlegging av formidlingsprosjekter skal det alltid foretas en vurdering av tiltak for universell tilrettelegging.

3. TILBUD OG INNHOLD

3.1 UTSTILLINGER (BASIS-, TEMPORÆR-, NETT-)

Mål:

- VAMs utstillingstilbud skal være kunnskapsbasert, av høy faglig kvalitet og stimulere interessen for kulturhistorie og samtidsrelevante tema hos publikum.

- Vi skal ha fokus på fornying, aktualitet og kritisk refleksjon i utstillingsarbeidet.
- Vi skal legge vekt på variasjon i formidlingsform og ønsker å sette publikums opplevelse i sentrum.
- Utstillingene våre skal gjøres tilgjengelige for et bredt publikum.

Strategier og tiltak:

- Vi arbeider etter oppsatt plan med produksjon av lokalhistoriske basisutstillinger ved alle avdelinger: Flekkefjord museum 2018, Kristiansand kanonmuseum 2019, Mandal museum 2021.
- Alle avdelinger som har utstillingsareal skal ha minst ett nytt utstillingstilbud hvert år.
- Vi skal i ta i bruk nye arenaer og vise utstillinger der folk er og oppholder seg.
- Alle utstillinger vi produserer skal brukes i flere enn én formidlingskanal, dvs. utstillinger produsert ved én avdeling skal også kunne bli vandreutstilling, nettutstilling, skoleopplegg, utstillingskatalog, publikasjon el.l.
- VAM skal tilstrebe fornying av utstillingstilbudet gjennom økt fokus på skiftende utstillinger, innleide og egenproduserte. Vandreutstillinger skal også kunne tilbys lokalmuseer og andre visningssteder i regionen.
- Vi skal følge med i samfunnsaktuelle tema og forholde oss til diskusjoner i lokalsamfunnet, forsøke å sette dem inn i en kulturhistorisk sammenheng som formidles visuelt til publikum.
- Vi skal bygge ned grensene mellom museet og publikum og alltid tenke involvering av publikum i utstillingene våre og å samarbeide med frivillige ressurspersoner.
- Vi skal variere bruk av formidlingsformer og virkemidler, ta i bruk nye medier og ny teknikk i utstillingsproduksjonen.
- Vi arbeider med realisering av nytt museumsbygg på Odderøya som en felles formidlingsarena for VAM og styrking av museets maritime formidling.
- Alle utstillingsproduksjoner bør etterfølges av en form for evaluering med rapport/notat.

3.2 PEDAGOGISK TILBUD TIL SKOLER OG BARNEHAGER

Mål:

- VAM skal tilby tilpassede, relevante og inspirerende formidlingsopplegg på barnehage-, grunnskole-, videregående- og voksenopplæringsnivå.
- Pedagogiske tilbud fra VAM skal være i tråd med gjeldende læreplaner.
- VAM skal tilstrebe å nå ut til hele fylket med sine tilbud.
- Det pedagogiske tilbudet er alltid under oppdatering og fornying.

Strategier og tiltak:

- Alle avdelinger med formidlingspersonal skal ha minst ett nytt formidlingstilbud til skoler/barnehager hvert år.
- VAM har alltid minst ett pedagogisk, internt fellesprosjekt under utvikling eller gjennomføring.
- Alle organiserte pedagogiske opplegg fra VAM inneholder en form for aktiv involvering av elevene: i verkstedsaktiviteter, oppgaveløsning, rollespill, lek el.l.
- VAM skal være en aktiv samarbeidspartner i Den kulturelle skolesekken (DKS) for fylkeskommunen og primærkommunene.
- Vi vil i større grad arbeide for å markedsføre og tilrettelegge for formidling til skoler og barnehager utenfor DKS, herunder tematiske pakkeopplegg som kan brukes og gjenbrukes på ulike arenaer av flere formidlere i VAM, og opplegg spisset og markedsført mot spesielle målgrupper, slik som tilrettelagte barnehageuker.

- Vi vil tilby opplegg på flere arenaer: formidling på museet, i museets nærmiljø, skoleturneer og museumsturneer m.m.
- Vi prioriterer samarbeid og utveksling av kompetanse mellom museumsformidlere i VAM, ved andre museer og med eksterne aktører og frivillige om utarbeiding og gjennomføring av pedagogiske opplegg.
- Alle avdelinger skal ha års- eller halvårsprogram som sendes til skolene og legges tilgjengelig på nettsidene.
- VAM lager hver høst (til Sørlandsk lærerstevne) en felles presentasjon av tilbud for skoler og barnehager ved alle museer i hele fylket.
- Vi tilstreber å lage elevhefter og/eller lærerveiledning med ressurshefte til undervisningsopplegg utarbeidet av VAM. Materialet legges ut som nedlastbare lærerressurser på nettsidene våre.
- Alle undervisningsopplegg bør etterfølges av en form for evaluering med rapport/notat.

3.3 FORMIDLINGSTILBUD TIL VOKSNE

Mål:

- VAM skal i større grad tilrettelegge for gode opplevelser for et interessert, voksent publikum.
- Et variert publikumstilbud til ulike målgrupper avspeiler museets faglige virksomhet og spesialområder.
- Museet skal oppfattes som en ressurs i lokalsamfunnet.

Strategier og tiltak:

- Alle avdelinger skal ha et tilbud om en faglig godt forankret omvisning eller tilsvarende som formidler hovedtrekk i besøksmålets tematikk og innhold til sine gjester.
- Museet tenker kreativt for å utvikle målrettede og spissede tilbud og arrangementer til ulike typer gjester, eksempelvis håndverkerkafeer, kurs i gamle håndverksteknikker, tematiske byvandring, tilrettelagte omvisninger på ulike minoritetsspråk, foredrags- eller kulturkvelder knyttet til relevante tema.
- Museet arbeider mer aktivt for å utvikle tilbud til Den kulturelle spaserstokken eller tilsvarende i kommunene.
- VAM støtter opp om felles nasjonale og regionale markeringer og samordningstiltak.
- Vi stiller oss positive til å delta i samarbeidstiltak i lokalsamfunnet, også på arenaer utenfor museet, slik som lokale festivaler og arrangementer.
- Vi publiserer jevnlig utdypende faglige artikler på nett og deler kunnskap om våre spesialtema med publikum gjennom media.

3.4 SESONGTILBUD

Med generelt publikumstilbud mener vi det ordinære tilbudet gjestene får når de besøker museet i sommersesongen og i andre skoleferier. Mer utdypende beskrivelse finnes i håndboka for sommeransatte.

Mål:

- Alle VAMs gjester skal tas imot på en positiv og høflig måte og motta et tilbud av høy kvalitet. Mottakelse og kundebehandling skal *mer* enn innfri forventningene hos publikum.
- Tilbudet skal være spesielt tilrettelagt for barn i sesongen.

Strategier og tiltak:

- Alle gjester har krav på omvisning eller tilsvarende tilrettelagt tilbud når de løser billett til VAM i åpningstida.
- VAMs omvisere kalles "fortellere" og skal arbeide etter mottoet: "Vi forteller din historie".
- Vi skal arbeide for levendegjøring av omvisningene våre og øke satsningen på dramatiserte og/eller inkluderende omvisninger.
- Satsningen på barn som målgruppe videreføres og videreutvikles – med spesielt tilrettede tilbud: verkstedsaktiviteter, barneomvisninger, eventyrstund, rollespill, leker etc.
- Oppskrifter på aktiviteter samles og deles med alle kolleger på kurs og på intranett.
- VAM følger opp regionale og lokale satsninger på kultur for barn og unge.
- Alle avdelinger skal ha et kafétilbud i sesongen. Et minimum er selvbetjening av kaffe og saft.
- VAM vil spille på lag med og rekruttere frivillige ressurspersoner i lokalmiljøet for å bedre publikumstilbudet.
- Vi arrangerer ett årlig aktivitetsbasert fellesarrangement til sesongåpning. Det rullerer mellom avdelingene.
- Skoleferier utenom sommeren er også å regne for sesong ved avdelinger som har formidlere i staben. Det skal tilrettelegges for publikumsaktivitet i disse periodene.

3.5 DIGITAL FORMIDLING OG KOMMUNIKASJON

Mål:

- VAM skal være en synlig aktør på digital formidling og tilgjengeliggjøring – både på nettet, i utstillinger og på andre formidlingsarenaer.
- Vi skal holde oss oppdaterte på utviklingen av nye formidlingskanaler og ta i bruk ny teknologi.

Strategier og tiltak (se egen til enhver tid oppdatert digital strategi):

- Nettsidene gjennomgår en større oppgradering i 2018 med vektlegging av mobil visning. Universell tilrettelegging og ny personvernlovgivning ivaretas. Arbeidet med utbedring av nettsidene pågår kontinuerlig.
- Alle avdelinger skal oppdatere sine nettsider. Informasjon om kommende utstillinger, sesongtilbud og oppdaterte skoletilbud skal til enhver tid være tilgjengelig.
- Vi publiserer jevnlig utdypende faglige artikler på nett. Ansatte i fagseksjonen følger oppsatt publiseringskalender.
- Alle avdelinger bruker sosiale medier som en formidlings- og informasjonskanal, jf. museets digitale strategi.
- Økt bruk av video og digitale fortellinger i all formidlingsaktivitet – i utstillinger, på nettsidene og i sosiale medier.
- Museet legger kontinuerlig ut materiale på DigitaltMuseum og publiserer minst to digitale utstillinger på DigitaltMuseum i året. Disse skal reflektere alle avdelinger og vise fram ulike deler av samlingene.
- Vi vil i kommende periode arbeide med mobilformidling og -kommunikasjon med publikum gjennom utprøving av digital skilting og nettvarder.

4. MARKEDSFØRING, PROFILERING, SYNLIGHET OG INNTJENING

Mål:

- VAM skal være en anerkjent merkevare som står for troverdighet, aktualitet og gode opplevelser og som er attraktive for publikum og sponsorer.

- Besøksmålenes profil og egenart skal være tydelig for publikum. Vi skal være synlige og ha en tydelig profil overfor lokalbefolkning, skoler og barnehager, norske og internasjonale gjester.
- VAM skal føre en bevisst markedsføringsstrategi og gå nye veier i profileringen av museet.
- Museet skal øke egeninntjeningen.

Strategier og tiltak

4.1 MARKED (SE EGEN MARKEDSPLAN):

- Markedsarbeidet følger en til enhver tid oppdatert markedsplan og årlige markedskalender.
- VAM skal ha et godt samarbeid med regionale og lokale turistkontorer og andre aktører i nettverket av kultur- og opplevelsesbedrifter og reiseliv, USUS.
- All annonsering og andre markedsføringstiltak (brosjyrer, plakater, klær, profileringsartikler etc.) skal følge vedtatt grafisk profil for VAM.
- VAM skal ha oppdatert og målrettet markedsmateriale på papir og/eller nett. Vi vil i perioden arbeide spesielt med informasjon og markedsføring til skoler og barnehager, til det voksne gruppemarkedet og til et voksent, interessert publikum i forbindelse med spesialtilpassede tilbud.
- Vi skal gjennomføre årlige publikumsundersøkelser ved å ta i bruk ulike evalueringsformer.

4.2 PROFILERING OG SYNLIGHET:

- Alle ansatte i VAM skal ha arbeidstøy med VAMs logo. Klærne skal brukes i alle formidlingssituasjoner der det er naturlig (fortellere i omvisning, DKS-turneer, arrangementer, håndverkere/arbeidere i produksjon). Logo-klær kan erstattes av historiske drakter/kostymer/uniformer.
- Vi vil arbeide for at alle avdelinger skal ha serveringstilbud og museumsbutikk. Tilbudet og vareutvalget utvikles og gis en profil/signatur som kan gjenkjennes i besøksstedets egenart og formidling.
- Vi søker hele tiden bevisst etter vinklinger til redaksjonell omtale i media i arbeidet vårt på museet, det være seg nye utstillinger, arrangementer og formidlingsopplegg, restaureringsprosjekter eller små og store hendelser i hverdagen.
- Vi skal hvert år gjennomføre et stunt, som synliggjør museet på en ny og annerledes måte.
- Vi skal arbeide aktivt med synliggjøring av behovet for nytt museumsbygg på Odderøya (etter oppsatt plan).
- Museet skal profilere seg som en synlig samfunnsaktør med fokus på inkludering og involvering av svake grupper i sitt arbeid. Vi vil fortsatt gi gratis årskort til flyktninger og utsatte grupper og beholde lavterskelprinsippet for barn på museum.

4.3 INNTJENING:

- Museet skal arbeide bevisst og målrettet med å skaffe eksterne prosjektmidler til formidlingstiltak.
- Utvikling av serveringstilbud og museumsbutikk skal gi mulighet til større inntjening ved salg.
- Museet vil arbeide aktivt med utvikling av attraktive formidlingstilbud og målrettet markedsføring til et voksent, betalingsvillig publikum.

5. KOMPETANSEHEVING

Mål:

- VAM skal være oppdatert på nye metoder og formidlingsformer.
- VAM skal være en organisasjon i stadig fornying, som prioriterer kompetanseheving innen formidling bredt hos alle ansatte, ikke bare ansatte på formidlingsfeltet.
- Vi skal bidra aktivt med kompetansehevende tiltak på formidlingsfeltet for lokalmuseer i fylket utenfor VAM.

Strategier og tiltak:

- Det skal settes av tid til kompetanseheving for museets ansatte. Kompetansehevingstiltak innarbeides i museets årsplaner.
- Vi vil samarbeide med andre i utvikling av kurs og seminarer og bidrar selv aktivt med kunnskapsutveksling i eksterne fora. Vi deltar aktivt i museumsformidlernetverket i Agder.
- Vi avholder hvert år kurs for sommeransatte med bl.a. innføring i VAMs kriterier for publikumsbehandling.
- Vi skal ha et godt kommunisert kurs/skoleringstilbud på formidlingsfeltet for lokalmuseer og det frivillige feltet i fylket.
- Alle ansatte oppdateres jevnlig på museets kvalitetskriterier for publikumsbehandling. Papirutgave av håndbok for sommeransatte er tilgjengelig på hver avdeling, samt på intranett.
- Det avholdes minst ett internkurs årlig på formidlingsfeltet.
- Ved nyansettelser i alle stillinger vil formidlingsevner- og kompetanse vektlegges.
- Vi søker å oppnå en større internasjonal satsing i perioden som kommer. Utveksling, hospitering og faglige reiser finansiert gjennom eksterne støtteordninger vil bli prioritert.