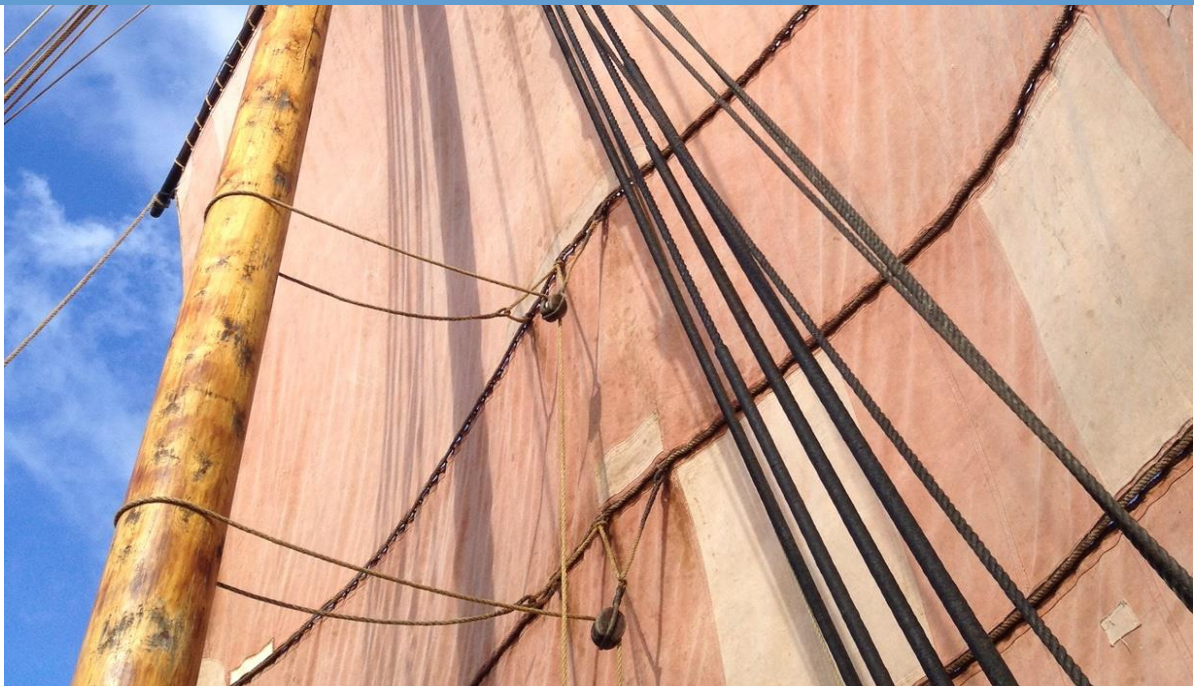


# Formidlingsplan for Nordlandsmuseet

Vi skaper opplevelser av historien



**NORLANDSMUSEET**

1. januar 2018

Skrevet av: Erika Søfting, Solveig Hirsh, Lisbeth Meyer og Eirin Edvartsen

# Formidlingsplan for Nordlandsmuseet

---

Vi skaper opplevelser av historien

## INNHold

### FORMIDLINGSPLAN FOR NORDLANDSMUSEET

#### 1. INNLEDNING

- 1.1 Mål med formidlingsplanen
- 1.2 Organisering av formidlingsarbeidet i Nordlandsmuseet

#### 2. OVERORDNEDE FØRINGER FOR FORMIDLINGSARBEIDET I NORDLANDSMUSEET

- 2.1. Den statlige museumspolitikken
- 2.2 ICOMs etiske regelverk
- 2.3 Nordlandsmuseets strategiplan 2015-2020
- 2.4 Nordlandsmuseets overordnede mål for formidling

#### 3. TILGJENGELIGHET

- 3.1 Besøktall
- 3.2 Åpningstider og sesong
- 3.3 Priser
- 3.4 Universell utforming
- 3.5 Annen tilgjengelighet
- 3.6 Regionalt ansvar

#### 4. TILBUD OG INNHold

- 4.1 Utstillinger (basis-, temporær-, nett-)
- 4.2 Pedagogisk tilbud
- 4.3 Generelt publikumstilbud; omvisning, fortelling og aktivitet
- 4.4 Publikumsarrangementer
- 4.5 Digital formidling og kommunikasjon

#### 5. MARKEDSFØRING OG PROFILERING

#### 6. KOMPETANSEPLAN

#### 7. RUTINEHÅNDBOK, VEDLEGG

## 1. INNLEDNING

Nordlandsmuseet er en privat stiftelse med styret som overordnet organ. Museet er spredt på et stort geografisk område fra Saltdal og Meløy i sør til Hamarøy i nord. Nordlandsmuseet ble omorganisert i 2016. Virksomheten er organisert i tre avdelinger. Avdeling Hamsunsenteret som omfatter Hamsunsenteret, Hamsuns barndomshjem og Hamarøy bygdetun, alle i Hamarøy kommune. Avdeling Midt som omfatter virksomheten i Fauske, Sørfold, Saltdal og Beiarn kommuner. Og Avdeling Sør som omfatter virksomheten i Bodø, Gildeskål og Meløy kommuner. Hver avdeling ledes av en avdelingsleder, og har egne fagteam for formidling og samling.

Nordlandsmuseet forvalter i dag til sammen 19 museumsanlegg som med samlinger fordelt på over 130 bygninger, om lag 50 000 gjenstander, ca. 210 000 foto og ca. 400 hyllemeter mengde arkivalia. Av museumsanleggene er fire helårsåpne anlegg, og tolv sesongåpne anlegg.

### 1.1 Mål med formidlingsplanen

Den foreliggende formidlingsplanen inneholder Nordlandsmuseets overordnede mål og strategier for formidling. Den beskriver ikke tiltak på den enkelte avdeling eller enkeltprosjekter, det ligger i arbeidsplanene.

Nordlandsmuseets formidlingsarbeid vil årlig evalueres i forhold til måloppnåelse etter formidlingsplanen. Foreliggende plan revideres ved behov, og senest etter 6 år (2024).

### 1.2 Organisering av formidlingsarbeidet i Nordlandsmuseet

Det faglige utviklingsarbeidet på formidlingsområdet ledes av programkomite for formidling. Komiteen har medlemmer fra alle avdelinger. Koordinator for arbeidet i programkomiteen utpekes av ledergruppa i Nordlandsmuseet. I tillegg danner de ansatte på formidling i alle avdelinger til sammen faggruppe for formidling på tvers. Denne gruppa møtes jevnlig og minst en gang i året, og jobber med formidlingsfaglig utvikling på tvers i museet.

Arbeidsplan for formidling utarbeides for to år av gangen. Det kan være hensiktsmessig å tidsbestemme funksjonen som koordinator, i henhold til en arbeidsplanperiode. Planen skal være forankret i museets planer for markedsføring, samling og forskning, og skal behandles av programkomiteen og ledergruppen. Arbeidsplanen peker ut konkrete satsingsområder, prosjekter, utstillinger, større arrangementer, og planer for kompetanseutviklingen i fagteamene. Arbeidsplanen utarbeides avdelingsvis, men skal henge sammen. Arbeidsplanene skal være konkrete, realistiske og anvendelige planer som legger premissene for det daglige arbeidet med formidling i avdelingene.

### 1.3 Planverk i Nordlandsmuseet

Nordlandsmuseet har egne planer for Samlingsforvaltning, Forskning og Markedsføring, og Sikringsplan for bygninger og anlegg.

## 2. OVERORDNEDE FØRINGER FOR FORMIDLINGSARBEIDET I NORDLANDSMUSEET

### 2.1. Den statlige museumspolitikken

Nordlandsmuseet følger retningslinjer i den nasjonale museumspolitikken, nedfelt i ulike sentrale styringsdokumenter, i første rekke St.meld. 49 (Museumsmeldinga) Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying (2008-2009) med bakgrunn i St. meld. nr.22 (ABMmeldinga) Kjelder til kunnskap og oppleving (1999-2000) og St.meld.nr.48 (Kulturmeldinga) Kulturpolitikk fram mot 2014 (2002-2003). Arbeidet med en ny kulturmelding ble igangsatt i 2017, og denne vil bli implementert i Nordlandsmuseets planverk så snart den kommer.

Andre viktige styringsdokumenter for formidlingsvirksomheten ved Nordlandsmuseet er de årlige tildelingsbrevene fra Kulturdepartementet og Nordland fylkeskommune.

I museumsmeldinga redegjøres det for hovedmål for museumssektoren innen de fire f-ene. For denne planen er det punktene for Formidling og Fornyning som er særlig viktige. Målene i meldinga er:

**Formidling:** Museene skal nå publikum med kunnskap og opplevelse og være tilgjengelig for alle. Det innebærer målrettet tilrettelegging for ulike grupper og aktuell formidling som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt.

**Fornyning:** Gjennom faglig utvikling, nytenking og profesjonalisering, skal museene være oppdaterte og aktuelle i alle deler av sin virksomhet, være solide institusjoner og ha en aktiv samfunnsrolle. Et delmål vil være å utvikle digital forvaltning og formidling.

(St. meld. 49, 10.2: Mål for videre utvikling av museumssektoren)

I tillegg legger meldinga vekt på at ICOMS nye definisjon på hva et museum er tar inn den immaterielle kulturarven som likeverdig med den materielle kulturarven.

### 2.2 ICOMs etiske regelverk

Nordlandsmuseet arbeider i overensstemmelse med den internasjonale museumsorganisasjonen ICOMs etiske regelverk. Også her vektlegges museenes samfunnsrolle i formidlingsarbeidet:

“Museer har plikt til å utvikle sin viktige folkeopplysningsrolle og trekke til seg et bredere publikum fra lokalsamfunnet, området eller gruppen som de betjener. En integrert del av museets opplysningsoppgave består i å samhandle med det samfunnet museet tjener og arbeide for å fremme dets natur- og kulturarv”.

([http://www.icom-norway.org/icom\\_regel\\_web.pdf](http://www.icom-norway.org/icom_regel_web.pdf))

## 2.3 Nordlandsmuseets strategiplan 2015-2020

Nordlandsmuseets strategiplan 2015-2020 er et overordnet plandokument for hele Nordlandsmuseets virksomhet. Planen sier følgende om museets strategi og profil generelt, og formidlingsarbeidet spesielt.

### Misjon, visjon og verdier

Stiftelsen Nordlandsmuseet har følgende formål: Nordlandsmuseet skal samle inn, bevare og forske i kulturhistoria i Salten. I denne sammenheng skal museet arbeide med bevaring av kulturminner og fysiske miljøer av kulturhistorisk betydning, og vern av gjenstander, skrevne kilder, bilder og muntlig tradisjon. Museet skal drive en allsidig formidling av resultatene av dette arbeidet.

Nordlandsmuseet skal være kompetansesenter for museal virksomhet i regionen, og skal fremme koordinering og samarbeid i kulturvernarbeidet lokalt og regionalt. Museet skal også engasjere seg i utvikling av museumsfunksjoner på fylkesnivå, og i å delta i nasjonale og internasjonale museale nettverk.

Formålet er museets oppdrag og kan beskrives slik: Oppdrag Nordlandsmuseet samler inn, bevarer, forsker på og formidler Saltens 10 000-årige historie.

### Visjon:

Vi skaper opplevelser av historien.

### Verdier:

- Engasjert og gjestfri: Formidlingsglede og imøtekommenhet skal prege museet. Det kollegiale fellesskapet skal kjennetegnes av respekt og samarbeid, stolthet og arbeidsglede. Medarbeiderne er museets viktigste ressurs.
- Kunnskapsrik og i bevegelse: Faglig utvikling, nytenking og profesjonalitet skal være et kjennetegn for museet. Offentligheten, gjester og samarbeidspartnere skal møtes med overskudd og utviklingsvilje. Ny og aktuell kunnskap skal være basis for all formidling.

## 2.4 Nordlandsmuseets overordnede mål for formidling

I Nordlandsmuseets strategiplan står følgende om fokusområde 3: Formidling:

Nordlandsmuseet skal bidra til å øke interessen for og kunnskapen om Saltens 10 000-årige historie gjennom formidling og opplevelser som involverer, engasjerer, skaper innsikt og refleksjon.

### Mål:

Museet skal nå et bredt publikum med kunnskap og opplevelser og være tilgjengelig for alle.

### Delmål 1: Levende møter

Museet skal ha opplevels- og attraksjonsverdi for de besøkende, kjennetegnet av levende formidling og møter mellom mennesker.

### Tiltak:

- Fornye og kvalitetssikre formidlingsoppleggene jevnlig
- Sørg for god opplæring av alle formidlere
- Sette oss realistiske mål på bakgrunn av tilgjengelige ressurser
- Ha fokus på universell utforming i den videre utviklingen av museet.

### Delmål 2: Tydelig og kommuniserende

Museenes enkelte anlegg skal ha en tydelig identitet og profil og et aktivt informasjons- og markedsarbeid.

### Tiltak:

- Gjennomføre en felles koordinert profileringsprosess slik at vi kan spisse og løfte frem de enkelte enhetenes identitet og særpreget
- Avklare hvilke målgrupper som prioriteres på de ulike anleggene
- Sørg for at alle anlegg har gjennomarbeidede markeds- og PR-planer og arbeider i henhold til disse.

### Konkrete mål:

- Nordlandsmuseet skal være en tydelig stemme i det offentlige ordskiftet
- Vi skal holde oss oppdatert på utviklingen i museumsformidling nasjonal og internasjonalt
- Nordlandsmuseet skal tørre å formidle kontroversielle historier
- Vi skal lete etter gode og nye formidlingsformer, som kan hente fram nye aspekter ved historien
- Vi skal være en aktiv, praktisk og erfaringsrettet læringsarena for alle målgrupper
- Opplevelse, medskapning og dialog er viktige stikkord for all vår formidlingsaktivitet

Faggruppa for formidlings arbeid tar utgangspunkt i Nordlandsmuseets overordnede mål for formidling. Gruppa prioriterer selv ulike satsingsfelt og støtter de enkelte anleggs arbeid for å nå målene. Gruppas arbeid beskrives nærmere i arbeidsplanen.



## 3. TILGJENGELIGHET

### 3.1 Besøksutvikling

Nordlandsmuseet har pr i dag kapasitet til økte besøkstall ved alle våre avdelinger. De fleste anlegg er også svært sesongpreget. Et utvalg anlegg burde ha en tydeligere helårs drift. Bemanning og ressurser må justeres etter omfanget på drifta på det enkelte anlegg, for å sikre varig høy kvalitet på leveransene.

#### Mål:

- Det er et mål for Nordlandsmuseet å ha en positiv besøksutvikling
- Det skal jobbes bevisst for å ivareta våre gjester, og stadig å nå ut til nye målgrupper
- Inkludering er et viktig mål for besøksutviklingen i museet

#### Tiltak:

- Det er behov for svært differensierte strategier for forskjellige anlegg for å oppnå mål om økt besøk
- Nordlandsmuseet har behov for å kartlegge målgrupper og besøksgrunnlaget bedre
- For å nå nye målgrupper og være inkluderende, må disse målene settes på dagsorden i alt utviklingsarbeid på formidling

### 3.2 Åpningstider og sesong

Åpningstiden og tilgjengeligheten til våre anlegg varierer sterkt. Helårsåpne museer i Nordlandsmuseet er pr i dag Bodø Bymuseum Nordlandsmuseet, Kjerringøy handelssted, Hamsunsenteret, Fauske bygdetun og det kommende Jektefartsmuseet. Sesongåpne anlegg er Ørnes Handelssted, Gildeskål kirkested, Løp gamle gård, Beiarn Bygdetun, Saltdal Bygdetun og Blodveimuseet, Sulitjelma gruvemuseum, Kjelvik samiske husmannsplass, Batteri Dietl, Steigen Bygdetun, Hamsuns barndomshjem og Handelsgården Breidablik. Øvrige bygninger og anlegg som Nordlandsmuseet forvalter er åpne på forespørsel eller under arrangementer.

#### Mål:

- Arbeidet med åpningstider skal preges av langsiktighet, for å sikre forutsigbarhet for gjestene, samt forenkle og tydeliggjøre markedsføring av anleggene.

#### Tiltak:

- For å nå målsetning om økte besøkstall og for å nå ut til nye målgrupper, kreves økt tilgjengelighet og større fleksibilitet i åpningstidene enn i dag. Dette gjelder særlig større anlegg.
- Satse bevisst på å opparbeide en tilgjengelig tilkallings- og sesongstab av verter/guidere

### 3.3 Priser

Våre museer har ulike priser. Spydspissene Kjerringøy handelssted og Hamsunsenteret har priser som tilsvarer andre større besøkssteder i regionen. Jektefatsmuseet vil også ha billettpriser i denne kategorien. De resterende anlegg har lavere prisnivå. Det er ulik praksis i forhold til grupperabatt og honnør, dagspass og fellesbilletter. Datterselskapet Makalaus AS jobber kommersielt med reiseliv, grupper og kurs/konferansemarkedet og opererer etter egne satser.

#### Mål:

- Nordlandsmuseet skal føre en bevisst prispolitikk. Vi leverer opplevelser av høy kvalitet, dette skal synliggjøres gjennom vår prispolitikk. Det skal være et samsvar mellom pris og tilbud. Prisen skal ikke hindre besøkende i å bruke våre tilbud, samtidig skal våre priser gi et tydelig signal om forventet kvalitet.

#### Tiltak:

- Det iverksettes en prøveordning med gratis adgang for barn i skolepliktig alder på ordinære billetter. Studentrabatt gis til studenter på videregående og høyere utdanning.
- Gratis adgang for skoleklasser og barnehager i organisert undervisning ved alle avdelinger, med mindre tilbudet inneholder aktiviteter som medfører store personell- eller materialkostnader.
- Øke kompetanse på prissetting gjennom datterselskapet Makalaus AS, som igjen skal rådgje stiftelsen Nordlandsmuseet i prisspørsmål.

### 3.4 Universell utforming

Flere av anleggene i Nordlandsmuseet har pr. i dag utfordringer på feltet universell utforming – med sine mange antikvariske bygninger, med til dels vanskelig ankomst.

Tilrettelegging av formidling for hørselshemmede, synshemmede, bevegelseshemmede og så videre er en utfordring for mange anlegg.

Universell utforming kan deles inn i tre arbeidsområder (st.meld. nr. 49, s. 109):

- Tilgjengelighet ute og inne (fysiske tilpasninger)
- Formidling og skriftlig informasjon
- Tilgjengelige nettsteder

#### Mål:

- Nordlandsmuseet vil øke sin tilgjengelighet på de tre områdene for universell utforming.

#### Tiltak:

- Alle museets avdelingers formidlingsarenaer skal kartlegges med tanke på universell tilrettelegging. Kartlegginga skal følges av en tiltaksplan.
- Universell utforming skal være et prinsipp for alle nybygg, nye anlegg og utstillinger i Nordlandsmuseet.
- Nye nettsider skal ha god tilgjengelighet.
- Museets formidling skal så langt det er praktisk mulig, tilrettelegge for grupper med særskilt behov, språklige og fysiske.

### 3.5 Tilgjengelighet på flere språk

#### Mål:

- Nordlandsmuseet skal legge til rette for fremmedspråklige besøkende og utenlandske turister.

#### Tiltak:

- Utstillingstekster i nye utstillinger produsert av Nordlandsmuseet skal oversettes til minimum engelsk.
- Nordlandsmuseets brosjyrer og nettsider skal også minimum foreligge på engelsk.
- Fremmedspråklig kompetanse vektlegges ved ansettelse av formidlere og sesongansatte
- Det er et langsiktig mål å få flere brosjyrer, utstillingstekster og annet materiell på flere språk, for eksempel fransk, tysk, russisk og kinesisk.

### 3.6 Regionalt ansvar

Nordlandsmuseet har ansvar for å ivareta og formidle hele Saltens historie. Museet har noen hovedfortellinger og spydspisser, men har også ansvar for å jobbe med de mindre anleggene, lokal historie og tematikk.

#### Mål:



- Nordlandsmuseet skal ikke være de enkelte bygningsanlegg, men en utadrettet virksomhet som er en tilstedeværende aktør og stemme i lokalsamfunnene, regionen og nasjonalt.

#### Tiltak:

- Vi vil løfte historiene til de små anleggene og museets «bi-historier» med ujevne mellomrom. Dette gjøres gjennom konsentrerte satsinger som konkretiseres i museets arbeidsplaner.
- Vi vil bruke økomuseumsmetodikk for å hente fram historien i landskapet rundt i vår region.
- Vi har fokus på å være synlig med formidling der folk er. Dette kan gjøres gjennom utstillinger i det offentlige rom, deltakelse på viktige arenaer som festivaler og symposier, forskningsdager osv.
- Vi skal samarbeide tett med andre viktige aktører i vår region, profesjonelle og frivillige.

## 4. TILBUD OG INNHOLD

Nordlandsmuseets formidlingstilbud består av tilrettelegging på ulike formidlingsarenaer, utstillinger, pedagogisk virksomhet, arrangementer og publikumsaktiviteter, digital formidling og publikasjoner.

### Mål:

- Nordlandsmuseet vil i sin formidlingsvirksomhet være seg bevisst sin samfunnsrolle og sitt ansvar, tilrettelegge for kulturelt mangfold, formidle materiell så vel som immateriell kulturarv og stadig se etter muligheter for å fornye oss i formidlingsarbeidet.

### Tiltak:

- Nordlandsmuseet skal etablere systemer for å innhente evaluering fra publikum etter ulike formidlingstilbud som vi leverer. Dette for å ivareta at vi når rett målgruppe og at formidlingen vi leverer er av god kvalitet.
- Nordlandsmuseets formidling skal fortløpende evalueres av de involverte og alle formidlingstiltak av en viss størrelse skal etterfølges av en rapport.

### 4.1 UTSTILLINGER (BASIS-, TEMPORÆR-, NETT-)

#### Mål:

- Nordlandsmuseets utstillingstilbud skal være av høy kvalitet og stimulere interessen for kulturhistorie og samtidsrelevante tema hos publikum.
- Vi skal legge vekt på variasjon i formidlingsform og være oppdatert i vår metodikk.

#### Tiltak:

- Nordlandsmuseet skal tilstrebe fornying av utstillingstilbudet gjennom økt fokus på skiftende utstillinger, innleide og egenproduserte.
- Vi vil styrke vår kompetanse på utforming av utstillinger, både faste og temporære.
- Vi skal følge med i dagsaktuelle temaer og diskusjoner i samfunnet, og knytte dem til museets virksomhet.
- Vi skal bygge ned grensene mellom museet og publikum ved i større grad involvere publikum i utstillingene våre og være tilstede på flere arenaer.
- For å nå målene er det viktig at det blir avsatt tid til både samarbeid og utviklingsarbeid.

### 4.2 PEDAGOGISK TILBUD

Nordlandsmuseet anser barn og unge som en viktig målgruppe for museet og legger stor vekt på å tilby gode produksjoner, samt være en god læringsarena i tilknytning til undervisning og utdanning. Gjennom den kulturelle skolesekken (DKS) har vi mange undervisningsopplegg på ulike trinn forankret i skolens læreplan. DKS ordningen er organisert forskjellig i de ulike kommunene, noe som innebærer variasjon fra år til år i små kommuner og faste trinnvise årlige produksjoner i større kommuner. Vi har også hatt produksjoner innenfor fylkeskommunal DKS

#### Mål:

- Nordlandsmuseet skal ha gode, helhetlige opplegg for alle utdanningsnivåer, og samarbeide tett med fylke og kommuner i forhold til finansiering og logistikk for disse oppleggene.
- Spydspissanleggene våre har som mål å ha gode tilbud til utdanningsinstitusjoner på alle nivåer i hele landsdelen.
- Pedagogiske tilbud skal utvikles i samsvar med gjeldende læreplaner.
- Det pedagogiske tilbudet skal kontinuerlig evalueres og forbedres (er alltid under oppdatering og fornying); det skal være aktuelt, relevant og inspirerende for målgruppa.

- Nordlandsmuseet skal ta en rolle i opplæring innen tradisjonelle håndverk for barn i vår region. Vi skal strekke oss for å kunne tilby praktisk erfaring og læring for grunnskoleelever på alle våre anlegg.

#### **Tiltak:**

- Alle organiserte pedagogiske opplegg fra Nordlandsmuseet inneholder aktiv involvering av elevene: i verkstedsaktiviteter, samtaler, rollespill, lek eller lignende
- Vi skal strekke oss for å kunne tilby opplegg på flere arenaer: formidling på museet, i museets nærmiljø, skoleturneer og museumsturneer m.m.
- Formidlingsgruppa i museet skal ha et særlig fokus på kompetanseutvikling innen praktiske fag og tradisjonelle håndverk.
- Vi prioriterer samarbeid og utveksling av kompetanse og opplegg mellom avdelingene.

### **4.3 GENERELT PUBLIKUMSTILBUD; OMVISNING, FORTELLING OG AKTIVITET**

Med generelt publikumstilbud mener vi det ordinære tilbudet gjestene får når de besøker museet i åpningstida.

#### **Mål:**

- Alle Nordlandsmuseets gjester skal motta et tilbud av høy kvalitet. (Mottakelse og kundebehandling skal mer enn innfri forventningene hos publikum.)
- Nordlandsmuseet skal ivareta, se og være imøtekommende overfor alle sine besøkende
- Museumsbesøket skal være en minneverdig og meningsfull opplevelse for våre gjester.
- Nordlandsmuseet skal være i front når det gjelder medskapende formidlingsformer og opplevelser for publikum

#### **Tiltak:**

- Vi skal jobbe bevisst mot ulike målgrupper.
- Formidlingsopplegg samles og deles internt.
- Vi skal utvikle høy kompetanse på opplevelsesproduksjon og nye formidlingstrender
- Tid til samarbeid, medvirkning, utvikling og kompetanseheving er viktige faktorer for å holde ansatte engasjerte, motiverte og effektive, for å kunne levere etter målsettingene.

### **4.4 PUBLIKUMSARRANGEMENTER**

Med et publikumsarrangement mener vi en tilstelning som er åpen for alle, der det foregår noe mer enn ordinært publikumstilbud. Kulturminnedager, utstillingsåpninger, temadager, familiearrangement med aktiviteter, kulturvandring, foredrag, konserter og sceniske framføringer er eksempler på publikumsarrangementer.

#### **Mål:**

- Nordlandsmuseet skal tilby varierte publikumsarrangementer av god kvalitet
- Vi skal følge med på den nasjonale arenaen og tilstrebe lokale formidlingstilbud knyttet til nasjonale satsingsområder.

#### **Tiltak:**

- Alle avdelinger skal jobbe bevisst med publikumsarrangementer, både faste årlige arrangement og nye arrangement knyttet til jubileer, markeringer osv.
- Vi skal ha fokus på å nå bredt ut med våre publikumsarrangementer og gjerne fokusere på andre målgrupper enn vi gjør i det daglige.
- Samarbeid med eksterne kulturaktører, frivillige aktører, lag og foreninger er en viktig suksessfaktor

## 5. DIGITAL FORMIDLING OG KOMMUNIKASJON

For å nå ut til publikum må museet være tilstede på de arenaer der offentlig ordskifte, informasjonsinnhenting og sosial kontakt foregår. Det vil si at vi må ha en bevisst tilstedeværelse på sosiale medier og på andre digitale flater. Det digitale arbeidet omfatter all vår virksomhet, fra tilgjengeliggjøring av samlinger, forskning og kunnskap, til markedsføring og kontakt med våre gjester før, under og etter et fysisk besøk på museet. Arbeidet under dette punktet forankres også i museets Markedsplan.

### Mål:

- Nordlandsmuseet skal øke innsatsen på digital formidling – både på nettet, i utstillinger og på andre formidlingsarenaer, også utenfor våre tradisjonelle museumsområder
- Vi skal kontinuerlig arbeide med å utbedre nettsidene våre som en god kommunikasjonskanal til vårt publikum, gjennom å gjøre dem mer tilgjengelige, dynamiske og interessante
- Museet skal etterstrebe økt tilgjengeligheten til museet på nett, gjennom nettutstillinger, publisering i Digital Museum og Arkivportalen, og andre aktuelle kanaler

### Tiltak:

- Alle avdelinger skal oppdatere sine nettsider. Informasjon om kommende utstillinger, sesongtilbud og oppdaterte skoletilbud skal til enhver tid være tilgjengelig på nett
- Alle avdelinger bør bruke sosiale medier som en formidlings- og informasjonskanal. Sosiale medier må brukes med varsomhet og museets retningslinjer følges
- Nordlandsmuseets Markedsplan definerer retningslinjer og rutiner for museets tilstedeværelse på nett
- Arbeid med nettsider og sosiale medier gjøres i tett samarbeid med museets markedsavdeling
- Kvalitetssikring av arbeidet krever kompetanseheving, kursing, samt avsatt tid til oppdatering og progresjon. Vår organisasjon må være rigget til å delta på digitale kanaler, og ha kompetent personell som har dette som en del av sitt arbeidsfelt.

### 5.1 SATSING PÅ MERSALG OG EGENINNTJENING

Datterselskapet Makalaus AS skal levere opplevelsesbaserte produkter på det kommersielle markedet. I først omgang på spydspissanleggene. Makalaus AS skal også legge til rette for kommersielle opplevelsesprodukter på de mindre anleggene. Makalaus AS har sine egne plandokumenter og en forretningsplan som styrer arbeidet i selskapet.

### Mål:

- Vi skal jobbe målrettet med å utvikle nye opplevelsesprodukter og nå flere målgrupper, også kommersielle.

### Tiltak:

- Museumsbutikker og kafeer skal knyttes sammen med formidlingen, og skape helhetlige opplevelser for gjestene.
- Vi vil ha et kontinuerlig fokus på kompetanseutvikling innen opplevelsesproduksjon og nye former for formidling
- Vi samarbeider tett med reiselivsnæringen i vår region og tar en aktiv rolle i nettverk og utvikling

## 6. KOMPETANSEUTVIKLING

Nordlandsmuseet er en kunnskapsbedrift, med en stab av svært kompetente folk og med stor bredde i fagfelter og kompetanse. Dette skal vi bli enda bedre til å benytte oss av. En god langsiktig plan for kompetanseutviklingen forutsetter at vi har god oversikt over hvilken kompetanse museet som helhet besitter, og gode rutiner for deling av ressurser på tvers av avdelinger og prosjekter. Kompetanseutviklingen skal gi de ansatte muligheter til personlig utvikling, og til å ta i bruk sine kunnskaper til beste for organisasjonen. Samtidig er det viktig at utdanningsløp, kurs og andre kompetansetiltak er målrettet og forankret i planverket.

### Mål:

- Alle de tre avdelingene i museet skal til enhver tid har formidlere med god kompetanse innen pedagogikk, muntlig og skriftlig formidling, opplevelsproduksjon, digital kommunikasjon og håndverk.

### Tiltak:

- Formidlingsevne og formidlingskompetanse skal vektlegges ved alle nyansettelser og ligge til grunn for kompetanseheving i den enkelte avdeling.
- Nordlandsmuseet skal kartlegge organisasjonens kompetanse og tilgjengeliggjøre denne kunnskapen internt.
- Faggrupper for formidling jobber kontinuerlig med utgangspunkt i denne planen med å utvikle den totale kompetansen i museet. I arbeidsplanen utpekes særskilte satsingsområder for kompetanseutviklingen i kommende periode.

## 7. VEDLEGG OG KOPLINGER

**Følgende vedlegg er styrende for arbeidet med denne planen:**

- Rutinehåndbok for Nordlandsmuseets formidling
- Besøksanlegg, oversikt over tematiske satsingsområder og kjernefortellinger
- Arbeidsplaner for formidling
- Markedsplan, Forskningsplan, Samlingsplan og Sikringsplan
- Nordlandsmuseets strategi

# RUTINEHÅNDBOK FOR NORDLANDSMUSEETS FORMIDLING

## Del 1

### Beskrivelse, nytt formidlingstiltak eller prosjekt

<i>Formidlingstiltak:</i>	
<i>Ansvarlig:</i>	
<i>Ansvarlig leder/avdeling:</i>	
<i>Opprettet:</i>	
<i>Gjennomføringsdato/periode:</i>	

*Hvilke punkter fra museets planverk styrkes eller oppnås med tiltaket?*

*Hvordan bidrar tiltaket til museets visjon; vi skaper opplevelser av historien?*

*Hvordan forholder tiltaket seg til besøksanleggets kjernefortelling(er)?*

Hvem er tiltakets målgruppe?

--

Hvordan forholder tiltaket seg til samlingene?

--

Hvilke kilder er brukt som faglig grunnlag for tiltaket?

--

### Budsjett og finansieringsplan

Kostnader		Finansiering	
Tiltak	Kostnad	Intern	Ekstern
TOTALT:			

### Personalressurser

Person	Avdeling	Oppgave/rolle	Tidsbruk	Ukenummer



### Overordnet tidsplanlegging

Ukenummer	34	35	36	37	38	39	40	42	42
Planlegging									
Samhandling andre fag									
Melde markedsplan									
Markedsføring									
Gjennomføring									
Evaluering									
Rapport									

### Sjekkliste

Tiltak:	JA
Dersom tiltaket krever involvering fra andre avdelinger, er dette avklart med avdelingsleder?	
Dersom tiltaket berører samling, er det avklart med samlingsteamet?	
Dersom tiltaket berører bygg eller uteområder, er det avklart med FDVU?	
Er markedsbehov definert og meldt inn?	
Innebærer tiltaket (ny) risiko for samling, HMS, bygninger eller annet?	
Er tiltaket meldt inn til programkomiteen?	