

# MiA - Museene i Akershus

## Formidlingsplan

### 2019-21



Museene i Akershus  
[mia.no](http://mia.no)

**MiA**

Foto og innhold:

© MiA - Museene i Akershus, 2019. Oppdatert i januar 2020.

# Innhold

<b>Innledning</b>	<b>4</b>
<b>Formidlingsplanens formål</b>	<b>4</b>
<b>Organisering av formidlingsarbeidet i MiA</b>	<b>5</b>
Formidlingstyper	5
<b>Overordnede føringer for formidling i MiA</b>	<b>6</b>
Eksterne føringer	6
Interne føringer	6
<b>Overordnet mål for formidling i MiA</b>	<b>6</b>
<b>Tilgjengelighet for publikum og publikumsutvikling</b>	<b>7</b>
Åpningstider og priser	7
Universell utforming og språk (mangfold)	8
Tilbud og innhold	8
Utstillinger og pedagogisk tilbud	8
Tilbud til barn og unge	8
Arrangementer	9
Digital formidling og kommunikasjon	9
<b>Kompetanseheving</b>	<b>9</b>
<b>Markedsføring</b>	<b>10</b>
Målgrupper	10
<b>Organisasjonskart per 27. januar 2020</b>	<b>11</b>



## Innledning

MiA - Museene i Akershus består av 20 museer, flere kompetansesentre og et besøkssenter våtmark. Flere av museene har mer enn én formidlingsarena og spredningen spenner geografisk rundt hele Oslo, samt ett museum i Oslo.

Alle avdelinger driver aktiv formidling, både fysisk på stedet og digitalt. Våre museer består både av kulturmiljøer og av naturmiljøer, historiske hager og våtmark- og naturområder.

Formidling gjennom utstillinger, arrangement- og aktivitetsdager, omvisninger og øvrige publikumstilbud, tilbud til skoler og grupper er også svært viktig.

Omfang og frekvens for de respektive tilbudene varierer fra avdeling til avdeling.

## Formidlingsplanens formål

Denne planen beskriver MiAs overordnede mål og strategier for formidling, og er en felles formidlingsplattform for hele MiA. Utover formidling, er målet også at planen skal berøre de øvrige 3 F'ene: forvaltning, forskning og fornying. Videre er planen i samsvar med MiAs strategiplan. MiA leverer opplevelser med mening, og har som mål å overraske og utfordre folks forventninger til hva et museum er.

Den enkelte avdeling vil ikke beskrives konkret i denne overordnede planen, men avdelingenes formidlingsmål nedfelles i de lokale handlingsplanene basert på denne og MiAs øvrige styringsdokumenter.

Både overordnet plan og lokale handlingsplaner vil evalueres årlig i forbindelse med vurdering av måloppnåelse for avdelingene.

Formidlingsplanen er treårig, men skal være dynamisk og kan endres ved behov.



## Organisering av formidlingsarbeidet i MiA

MiAs avdelinger er organisert i klynger med felles leder for flere museer med tematisk- eller geografisk samhörighet. Formidling utvikles lokalt i avdelingen og/eller koordinert innenfor klyngen. Det er et mål at mer av det som utvikles skal kunne brukes på flere lokaliteter innenfor MiA, og da må personer fra ulike klynger samarbeide om å utvikle formidlingskonseptene.

Det skal etableres et formidlingsforum, hvor engasjerte formidlere kan få faglig påfyll og hjelpe hverandre. Det bør settes av midler til at gruppen kan innhente bl.a. ekstern kompetanse for felles læring. Formidlingsforumet skal være et inspirasjonsforum og ikke et styrende organ.

Det er per i dag ingen sentral formidlingslederfunksjon i MiA. Koordineringen gjøres av avdelingsdirektører og ledergruppen representert ved disse. Utvikling av større formidlingsopplegg skal alltid forankres på ledernivå. Se for øvrig organisasjonskart på siste side.

Kommunikasjonsavdelingen står for tilsvarende koordinering og kompetanseheving når det gjelder digital formidling og -markedsføring.

Markedsføring og øvrig massekommunikasjon foregår lokalt, samt koordinert via kommunikasjonsavdelingen sentralt.

### Formidlingstyper

1. Undervisningsopplegg for skoler og barnehager
2. Opplegg for andre grupper, herunder omvisning, foredrag, naturveiledning m.m.
3. Utstillinger (faste-, temporære- og vandretstillinger)
4. Nettutstillinger
5. Sesongtilbud
6. Store og små arrangementer

Det er et mål for MiA å dele på kunnskap og til dels personale på tvers av avdelinger og museer. Sterkere koordinering av skole-/gruppeformidling gjennom året, kunne kanskje ha gjort det mulig å ansette en-to faste omvisere, i tillegg til å ha en gruppe med tilkallingsvakter som kan brukes på tvers av organisasjonen. Dette skal utredes i planperioden.



Sesong og store arrangementer foregår i stor utstrekning i de samme periodene av året. Det bør etterstrebes å spre arrangementer og åpningsdager noe (så fremt mulig), så de enkelte museene ikke konkurrerer med hverandre mer enn nødvendig.

## Overordnede føringer for formidling i MiA

### Eksterne føringer

MiA operer etter ICOM sitt etiske regelverk, gjeldende kulturmelding og de føringer som gis i nasjonal museumspolitik og i henhold samt øvrige relevante styringsdokumenter. Tildelingsbrev fra Kulturdepartementet, fylkeskommune og kommuner er blant de mest sentrale føringene for vår satsing på formidling.

### Interne føringer

MiAs visjon, misjon og verdsett ligger til grunn for alt vårt virke, herunder formidling. MiA skal formidle «opplevelser som gir mening», som er vår visjon. Formidlingstiltak i avdelingene skal forankres i MiAs overordnede strategi og

koordineres med øvrige avdelingens planer. Slik sikres det at MiAs avdelinger trekker i samme retning i kommunikasjonen med publikum og underbygger hverandre tematisk der det er hensiktsmessig.

## Overordnet mål for formidling i MiA

Formidling i regi av MiA skal baseres på faglig kvalitet og raushet.

Vår formidling skal være involverende, bærekraftig, kunnskapsbasert og opplevelsesrik.

MiA jobber kontinuerlig med å digitalisere arbeidsprosesser under alle innsatsområder, som kan oppsummeres under 4 områdene Forskning, Forvaltning, Fornying og Formidling. Det er i høy grad gjennom formidlingen, at publikum kan se resultatene av digitaliseringsløsninger og MiAs generelle fornying i arbeidet med å følge misjonen «MiA overrasker og utfordrer folks forventninger til hva et museum er».



## Tilgjengelighet for publikum og publikumsutvikling

Vi skal oppgradere og utvikle nye, innovative formidlingsformer som møter publikum gjennom utstillingstilbud, pedagogiske opplegg og arrangementer som oppleves som inspirerende, lærerike, engasjerende og relevante. Formidling er i høyeste grad et sentralt virkemiddel i innsatsen for å etablere «MIA som en attraktiv møteplass», som er et nedfelt punkt i MiAs strategi.

MiAs museer og besøkssteder ønsker å være inkluderende og imøtekommende, med et bredt tilbud til alle MiAs prioriterte målgrupper. Gjennom å involvere frivillige krefter i formidlingen, der dette er mulig, ønsker MiA å styrke samhandlingen med lokalmiljø og ressursgrupper som både kan tilføre museene nye perspektiver og som kan styrke båndet mellom museene og publikum. Integreringsprosjekter, formidling av tidsvitner og eksterne kompetansemiljøer er eksempler som allerede eksisterer i

MiAs formidlingsopplegg. Dette gjelder undervisningsopplegg så vel som formidling til et bredere publikum.

Vi ønsker å utvide vårt tilbud rettet mot kulturturister, som søker opplevelsesbasert og lett tilgjengelig museumsinnhold. Denne gruppen er viktig for å utvide kretsen av museumsbesøkende.

MiA tilstreber å drive formidling ut over egne lokasjoner. Skolebesøk, pop-up utstillinger og digitale løsninger er noen av virkemidlene.

### Åpningstider og priser

MiA tilstreber å ha et så tilgjengelig tilbud som mulig, både med hensyn til prisnivåer og til åpningstider.

Dette skal dog til enhver tid avveies mot kravet til kvalitet og opplevelse. Økt inntjening er et mål, både for billettinntekter og for utleieinntekter.

Betingelser og åpningstider skal være lett tilgjengelig på mia.no og museenes Facebooksider, samt i dokumentet MiAs retningslinjer og priser for foto- og videoopptak.



## Universell utforming og språk (mangfold)

MiAs museer og besøkssteder skal i utstillinger og andre formidlingstilbud arbeide for å imøtekomme krav til universell utforming. Herunder kommer arbeidet med å innføre flere språk i ekstern kommunikasjon og formidlingsopplegg, for å møte den økende kulturturismen i- og til Norge.

Utstillinger og andre formidlingstilbud i MiA er lokale, men skal lages så spennende og interessante at beliggenheten ikke er avgjørende for besøkstall.

## Tilbud og innhold Utstillinger og pedagogisk tilbud

**Mål:** MiA ønsker å oppgradere og utvikle nye og innovative utstillingsløsninger i tråd med moderne kommunikasjons- og læringsformer.

**Tiltak:** Knytte til oss eksterne rådgivnings- og ekspertgrupper, leverandører, rådgivere og samarbeidspartnere som sitter på nødvendig kunnskap som MiA mangler.

**Mål:** MiA skal involvere kjernemålgrupper tidlig i utviklingen av utstillingene og formidlingsopplegg,

for å skape engasjement og heve kvaliteten, og dermed gjøre publikumsopplevelsen av alle MiAs museer og besøkssteder enda bedre.

**Tiltak:** Etablere samarbeid med brukergrupper tidlig i prosesser.

**Mål:** MiA skal produsere innhold av høy faglig kvalitet.

**Tiltak:** Grundig utvalg av objekter, samt tilrettelegging og tilpasning til hver målgruppe når man velger formidlingsform og utforming av utstillingen.

**Mål:** Utstillingene skal oppleves personlig relevante og samfunnsaktuelle for publikum og være egnet til å tiltrekke nye publikumsgrupper.

**Tiltak:** Dette skal gjøres gjennom brukersamarbeid i lokalsamfunnet, samfunnsaktuelt innhold, utforming, markedsføring og kommunikasjon i alle ledd, inkludert bruk av nye kommunikasjonsformer.

## Tilbud til barn og unge

Barn og unge utgjør en stor og svært viktig besøksgruppe for oss. Vi satser på å gjøre formidlingsoppleggene for skoleelever og barnehager våre så gode at barn og unge





skal få lyst til å komme tilbake. Vi arrangerer ferieaktiviteter som både skal være et godt tilbud der og da, men som vi også håper kan være med på å skape tilhørighet og identitet. Tilknytning til det lokale museet er positivt både for oss og for dem.

Vi samarbeider med kommuner, skoler og barnehager, slik at tilbudene vi gir passer til læreplaner og behov. Noen av de viktigste spørsmålene i vår tid, som for eksempel miljøvern, kan lett og tydelig forklares i museenes historiefremføring.

Gjennom gode pedagogiske opplegg for skoleelever, kan museene formidle viktig kunnskap om fortid og nåtid, som er med til å ruste barn og unge for deres fremtid.

### Arrangementer

Arrangementer som øker besøkstallet skal være relevante for de enkelte besøkssteders profil og museets faglig innhold. På dette området er sammenkoblingen mellom opplevelser og MiAs samfunnsrolle direkte knyttet til vår visjon om å formidle «opplevelser som gir mening».

### Digital formidling og kommunikasjon

For å møte fremtidens museumsgjester på deres egne premisser, skal MiA henge godt med i digitaliseringen av museumsopplevelser. På sikt ønsker MiA at et digitalt museumsbesøk skal være en fullverdig opplevelse, men også en smak på museets formidling, som gjør et påfølgende besøk mer sannsynlig.

## Kompetanseheving

MiA søker å heve sin formidlingskompetanse ved:

- å benytte kunnskapen som allerede finnes blant personalet til å lære opp hverandre
- samarbeid på tvers av avdelinger og klynger
- å sende ansatte på relevante kurs og gi disse anledning til å lære videre
- bevissthet ved nyrekruttering
- å benytte forskningen som foregår i museet til formidling
- å etablere et nytt formidlingsforum på tvers som fokuserer på kompetanseutvikling
- å oppmuntre til lesing av formidlings- og forskningsartikler
- deltagelse på nasjonale- og internasjonale konferanser
- å gjennomføre studieturer



## Markedsføring

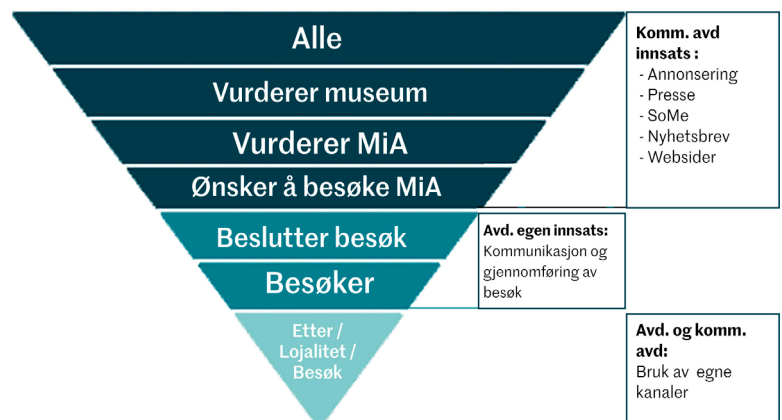
De enkelte museene er våre merkevarer, og MiA er kvalitetsstempelen som binder dem sammen. Ved å styrke kjennskap til, kunnskap om og preferanse for MiA som opplevelsesleverandør, vil vi både engasjere flere gjester og gi disse en opplevelse av at museer er «noe mer enn man tror».

## Målgrupper

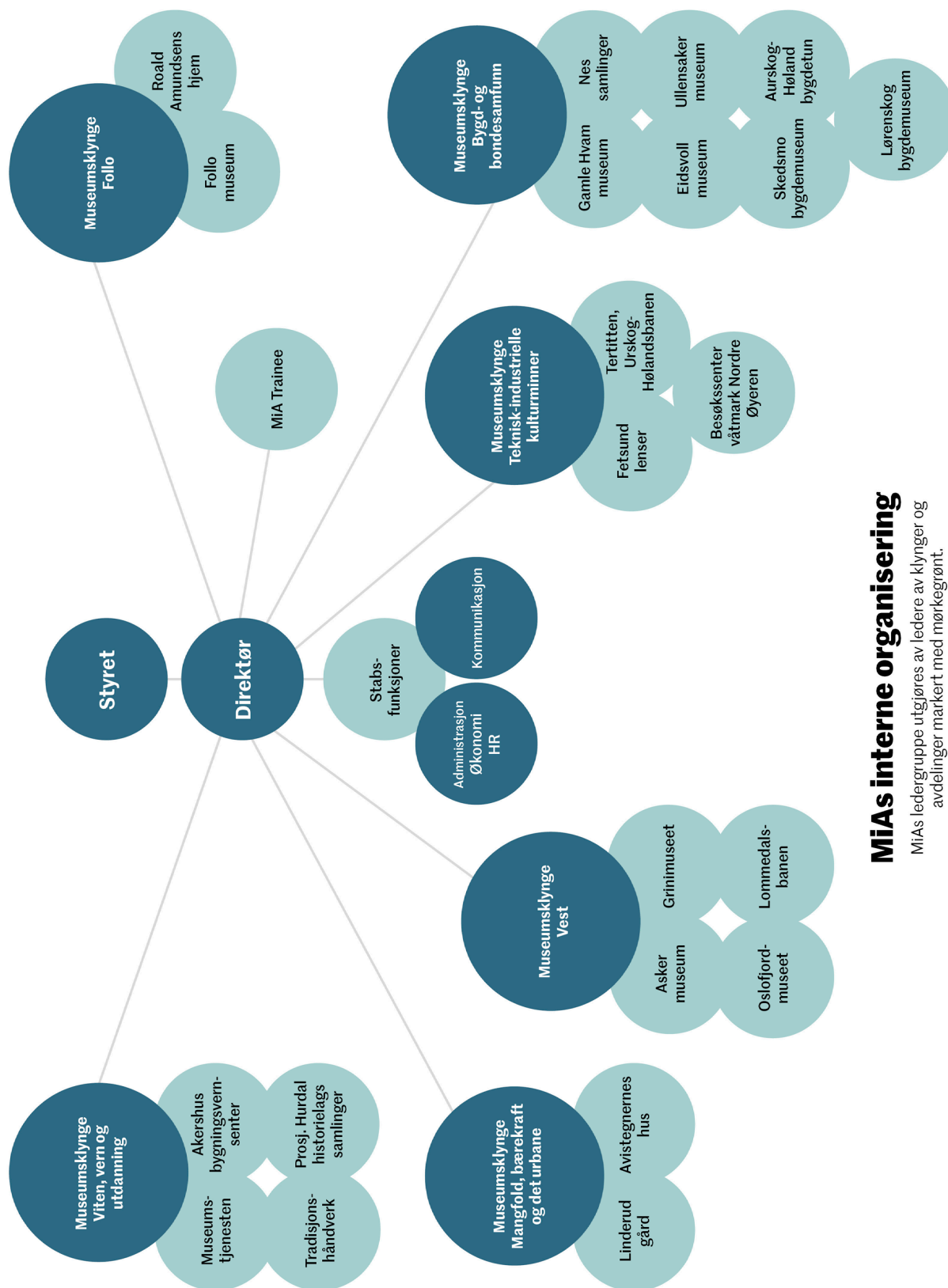
- Fokus på å opprettholde eksisterende kjennskap, kunnskap og preferanse til museene: kulturinteresserte kvinner og menn 45+. Kunnskapsrike besøkende med ulike interesser/fagkunnskap. Lokalbefolkning.
- Fokus på å øke kjennskap, kunnskap og preferanse: Barnefamilier for helgebisøker, samt skoleansatte/lærere for undervisningsopplegg. Kvinner er primære beslutningstager i familien.

- Sekundær målgruppe, med fokus på kjennskap:
  - Barn/unge
  - Hipstere/kulturinteresserte unge voksne i Oslo
  - Tilbakeflyttere i Akershus
  - Minoritetsgrupper
  - Turister («ferie i ferien»)

## MiA-trakten: påvirkningsstadier for museumsgjesten



# Organisasjonskart per 26. august 2019



## MiAs interne organisering

MiAs ledergruppe utgjøres av ledere av klynger og avdelinger markert med mørkegrønt.

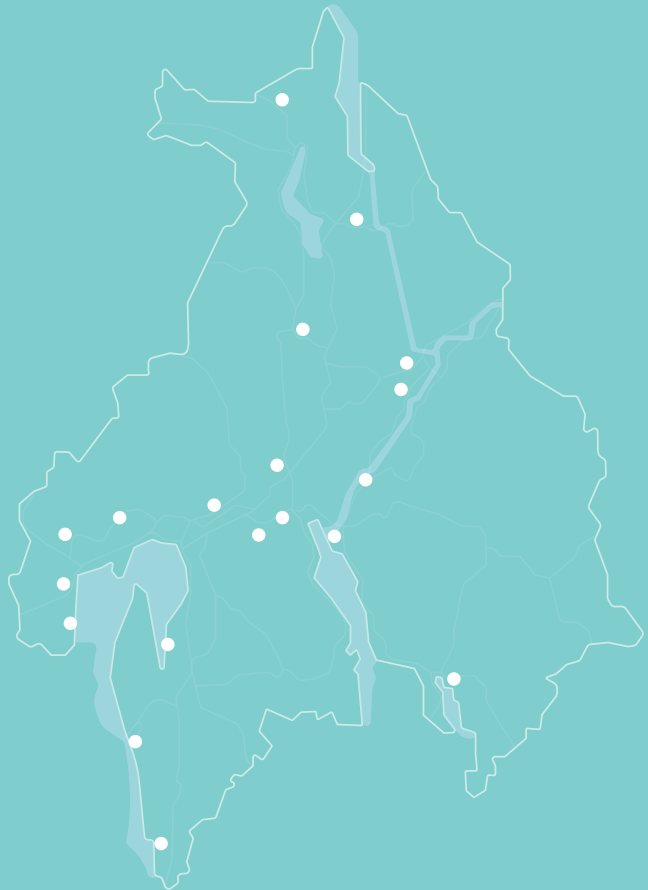
Organiseringen påvirker ikke profileringen av enkeltavdelingene utad.

Klyngenavn er ment for intern bruk.

# Kontakt oss

Telefon: 47 47 19 80  
E-post: [post@mia.no](mailto:post@mia.no)

[mia.no](http://mia.no)



## MiAs museer og avdelinger

### Follo

Avistegnernes hus  
Follo museum  
Roald Amundsens hjem

### Asker og Bærum

Asker museum  
Grinimuseet  
Lommedalsbanen  
Oslofjordmuseet

### Øvre Romerike

Gamle Hvam museum  
Hurdal historielags samlinger  
Eidsvoll museum  
Nes samlinger med Stein skole  
Ullensaker museum

### Nedre Romerike

Aurskog-Høland bygdetun  
Besøksenter våtmark Nordre Øyeren  
Fetsund lenser  
Lørenskog bygdemuseum  
Skedsmo bygdemuseum  
Tertitten, Urskog-Hølandsbanen

### Oslo

Linderud gård

### Kompetansesentre

Akershus bygningsvernssenter  
MiA Trainee  
Museumsfabrikken  
Museumstjenesten  
Tradisjonshåndverk opplæringskontor og kompetansesenter

## Museene i Akershus

[mia.no](http://mia.no)

# MiA