





Forankring

I arbeidet med formidlingsplanen har vi ønsket oss innspill og en felles forståelse med våre viktigste samarbeidspartnere og eiere. Vi inviterte til workshops og forankringsmøter høsten 2018, både innenfor og utenfor husets fire vegger. Gjennom planen - *alle teller* beskriver vi formidlingsarbeidet vårt og gir retning for det videre arbeidet.

Kapp, 6. desember 2019

*Ingvild Hasle, Evald Fredholm, Stein Villa,
Heidi Froknestad og Inger Chr. Årstad*





- alle teller

Vi må favne et bredere publikum. Vår formidling må åpne for dialog og gi rom for inkludering og integrering. Barn og unge er viktig. Vi skal tilby kvalitetsopplevelser og posisjonere oss for samarbeid med kultur- og næringslivet i regionen. Museet må også møte Kulturdepartementets krav om økt egeninntjening.

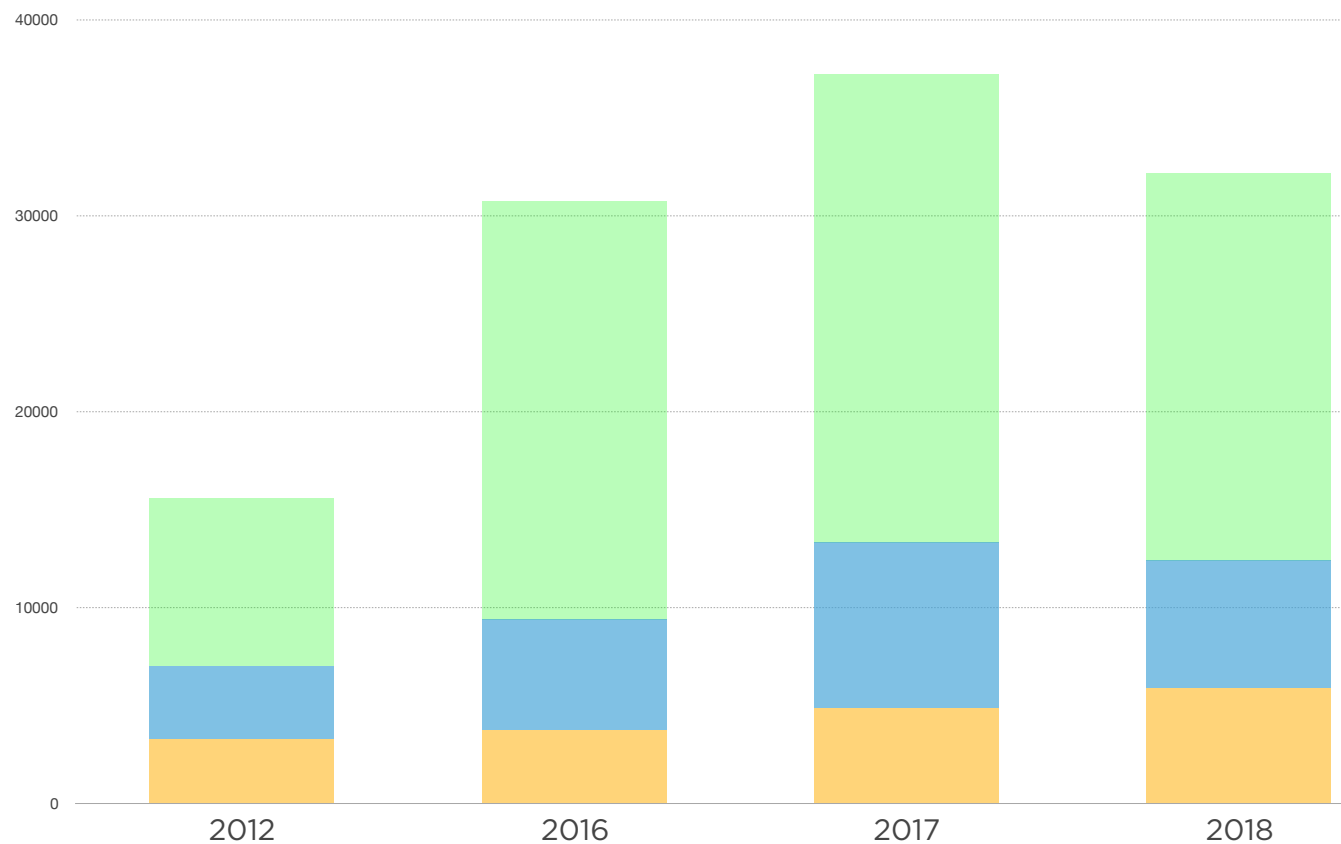
Formidling: Fortellerglede, omgivelser, publikum. Til alle tider har formidling handlet om å trigge et publikum som driver fortelleren til neste poeng, inspirere folk til en handling, besøke et nytt sted eller utløse en begeistret applaus. Kommunikasjonen inspirerer og avslører. Hva kunne vi vist her? Kjenner publikum seg igjen i fortellinga?

Nye forventninger: Publikum stiller andre krav til museumsopplevelser i dag enn for bare få år siden. Internett gir oss aktuell informasjon på et blunk. Digitaltmuseum.no forteller om gjenstander og anlegg som tidligere bare var tilgjengelige på en omvisning. Sosiale medier forteller oss på museet om publikums opplevelser og forventninger.

Utvikling: De siste åra har vi jobbet med form, metode og dramaturgi i formidlinga på Mjøsmuseet. Ungene må jobbe med kroppen og erfare sjøl istedet for bare å være passive tilhørere. Vi står ikke lenger på tunet og holder foredrag, men knytter fortellingene til konkrete rom og gjenstander. Vi har bygget nye utstillinger og forteller om både høg og låg i samfunnet. Arrangementene baserer seg på innsatsen til hundrevis av frivillige både sommer og vinter.

Lykkes: Mjøsmuseet doblet besøkstallet de siste fem åra. Gjennom prosjektet - *alle teller* har vi systematisk siktet mot større arrangement. Omvisninger til skoleklasser er erstattet av innholdsrike heldags-tilbud for mange elever samtidig. Mindre arrangement er satt inn i større strukturer knyttet mot kafeene og samarbeide med frivillige. Vi har markedsført oss mot grupper. Målet var å stabilisere besøket til mer enn 30.000 per år. I 2017 nådde vi en ny topp med 37.000 besøk. En seier med tanke på at besøkstallet fem år tidligere var nede på 15.000.

Besøkstall



	2012	2016	2017	2018
SKOLEELEVER	3276	3705	4844	5812
BETALT BESØK	3712	5606	8483	6534
GRATISBESØK	8479	21335	23870	19775

Museets tilbud og målgrupper



FOKUS: Hva vil vi at museet skal formidle og hvilke muligheter har vi for innhold, virkemidler og dramaturgi? Innholdsproduksjonen og erfaringene gir overføringsverdier til de store arrangementene og drop in-tilbudet.

FOKUS: Hva skal til for at folk kommer? Hva slags opplevelser vil folk betale for? Markedsføring og sosiale medier.

FOKUS: Posisjonere museet og våre arenaer for pakkeføring, samarbeide med hoteller og turistnæring.



MJØSMUSEET – GJØVIK, TOTEN, MINNESUND

HISTORISK SKATTKAMMER

Museene har åpent i skolens sommerferie fra 22. juni til 18. august 2019. Vi tar imot grupper og har arrangement hele året. Les mer på mjosmuseet.no

Ditlevine si innejnte, Stenberg

Onsdag til søndag kl 12. Bli med inn i husa, kjenn smaker fra 1800-tallet og se utstillingen «Amtmanninnen og hennes døtre».

Stenbergkvæller, Stenberg

Kulturkvelder onsdager i juli kl 19.

Ved Mjøsas bredd, Kapp Melkefabrikk

Åpent onsdag til søndag kl 12–16. Oppdagelsesferd gjennom 8000 år i Mjøsas Ark.

Hemmelig kjærlighet, Gjøvik Gård

Onsdag til søndag kl 14. Følg stuepiken og se Bjørnstjernes kjærlighetsbrev til Augusta.

Toner fra Tunet, Gjøvik Gård

Gratis sommerkonserter lørdager kl 14. Mulighet for omvisning etterpå.

Huldrejakt og sæterliv, Eiktunet

Hver søndag i juli kl 12 har vi familieopplevelse med fortellertur til Brennbakksætra.

Mjøsas sjøfartsmuseum, Minnesund

Åpent lørdag og søndag kl 12–16. Båter og hus under bruene på Minnesund.

UNIKE SPISESTEDER – ÅPENT HELE ÅRET

Følger museets åpningsdager om sommeren.

- **Drengestua Kafé** på Gjøvik Gård har byens beste karbonadesmørbrød.
- **Eiktunet Kafé** på Eiktunet byr på kaker og småretter.
- **Ditlevines utsikt** på Stenberg med meny inspirert av historie og tradisjoner.
- **Fjorn** på Kapp Melkefabrikk. Raus mat og panoramautsikt over Mjøsa.

ARRANGEMENT PÅ MJØSMUSEETS ANLEGG 2019

Aktiviteter hele året! Les om flere arrangement og stedene våre på mjosmuseet.no



26. mai | Naturens dag
Eiktunet, Gjøvik



16. juni | Stenbergdagen
Stenberg, Vestre Toten



23. juni | St. Hans-aften
Eiktunet, Gjøvik



3. aug | Motordagen
Mjøsamlingene, Minnesund



8.–10. aug | Babettes gjestebud
Forestilling v/Tema teater,
Stenberg, Vestre Toten



18. aug | Skibladnerdagen
Mjøsamlingene, Minnesund



25. aug | Eiktunetdagen
Eiktunet, Gjøvik



1. sept | Friluftsfestivalen
Stenberg, Vestre Toten



10.–12. okt | Akevittfestivalen
Gjøvik



16.–17. nov | Julemarked
Eiktunet, Gjøvik



24. nov | Jul på Gjøvik Gård
Gjøvik Gård, Gjøvik



8. des | Jul på Stenberg
Stenberg, Vestre Toten

+47 911 70 500 (hverdager 08.00–15.30) • post@mjosmuseet.no
mjosmuseet.no



Mjøsmuseet formidlingsplan side 6
MJØSMUSEET

Annonsen i Visit Innlandets 2019-guide



Stabilisere besøkstallet

...på over 30.000 besøk i året

- Samarbeide med frivillige og næringsliv for å sikre, utvikle og markedsføre de større arrangementene. **Fokus:** Etablere et årlig større arrangement i Mjøsas ark.
- Det nye store besøket har kommet gjennom førjulsarrangement. Arrangement knyttet til årshøytider er etterspurt. **Fokus:** Utvikle juletilbudene og gjenoppta Eiktunet som arena for feiring av tradisjonell St. Hans.
- Tilrettelegge slik at museumsanleggene kan ta i mot et stort publikum under festivaler og historiske aktiviteter. **Fokus:** Være attraktive for teatermiljøene og Friluftsliv for alle.
- Sikre de store skoleoppleggene. **Fokus:** Videreføre Viking på Mjøsa. Etablere DKS-tilbudet Jul på Gjøvik gård for 5. trinns elevene på Gjøvik og læringsentrene på Toten og Gjøvik.
- Utnytte ressursene fra store DKS-produksjoner i uka til åpne helgearrangement. **Fokus:** Bruke Jul på Gjøvik gård som pilot.
- Lage nye utstillinger som gir gjenkjenning og deltakelse både under produksjon og i visningstid. **Fokus:** prioritere Industrihistorie i utstillingsarbeidet.
- Samarbeide med Visit Innlandet om pakketering. **Fokus:** Etablere Mjøsmuseet som turistmål.



Gjøvik gård er et sted å møtes – midt i sentrum. Parken er en oase for både yngre og eldre. Drengestua innbyr til kafébesøk, og er åpen året rundt. Galleriet har kunstutstillinger og Gjøvikhallen er byens storstue for konserter og arrangement. Museet formidler i Hovedbygningen, parken og låven, med utstilling i stallen.

FOR PUBLIKUM: Toner på tunet, Jul på Gjøvik gård for både skole og publikum, omvisninger for grupper hele året og drop-in om sommeren, temakvelder «Gjøvik gård forteller», opplevelser under Akevittfestivalen og events til kunder. Utstillinger i Gjøvikhallen under Marken.



Kulturhistorie - helt originalt

Arven fra museene på Gjøvik, Toten og Minnesund er dominert av 1800-tallshistorie. Publikum lar seg imponere over de originale anleggene. Men vi kan utfordre hus, båter og landskap med nye tema og vinklinger. Sommeren 2019 bestemte tjenerenes blikk hva vi viste fram og fortalte.

Mjøsmuseet er et kulturhistorisk museum. Det betyr at utgangspunktet er menneskenes liv i arbeid, tradisjon, funksjonalitet og fortellinger fra gammelt av og fram til i dag.

Vi formidler historiske anlegg som står i sitt opprinnelige landskap. Knirkinga i gulvene kommer fra de samme plankene som folk gikk på for over 200 år siden. Et ekte viking-sverd er stilt ut bare et steinkast fra funnstedet. Helleristninger formidles tett ved stranda der de ble skapt for 8000 år siden. Veteranbåtene fra Mjøsa vugger fortsatt ved bryggekannten. Verdens eldste hjuldampere i drift, Skibladder, har slippet sin på museet.

Gjenstander og mennesker har et hjem: Vi forteller om Augustas kjærlighetsliv i hennes egen musikkstue på Gjøvik gård. Kafeen har meny fra Ditlevines kokebok på Stenberg. Museet har hus, dokumenter og gjenstander til å fortelle historiene til både høg og låg i samfunnet, fra direktør til fabrikkarbeider, håndverker, husmannsfamilie, amtmann, politiker og innejente. På Gjøvik finner vi etternavn etter de tyske glassblåserne som bodde her på starten av 1800-tallet. Et mangfold av dialekter og morsmål synger fortsatt i luften. Vestsida av Mjøsa har alltid hatt innflyttere på søken etter mat og arbeid. Fortsatt er det en jobb å gjøre med å synliggjøre historien til dem som ikke synes så godt i historiebøkene.

Fokus: Utfordre historieskapinga på museet. Vektesse industri- og arbeiderhistorie. Synliggjøre flere grupper og samfunnslag i formidlinga.

Vi er et museum for alle

Museet skal formidle tradisjonskultur for alle som bor her. Vi skal fortelle om vinter og jul til folk som har flyttet nordover.

Det er mange grunner til å besøke et museum. En invitasjon, et obligatorisk oppmøte eller et arrangement som fenger. Det viktig er at vi ikke ekskluderer noen. Vi skal være et museum for alle.

Musikk skaper felleskap uansett bakgrunn. Mjøsmuseet jobber med dokumentasjon og formidling i forestillinga «Flere farger Toten og Gjøvik». Målet med forestillinga er å gi innbyggerne økt kunnskap og bevissthet om ulike tradisjonskulturer som folk bærer med seg, samt skape begeistring, stolthet og bevissthet om alt det positive et flerkulturelt samfunn fører med seg. Det er kulturavdelingene i Gjøvik, Vestre Toten og Østre Toten som står bak prosjektet. **Fokus:** Bidra inn i forestillinga og ta i bruk kontakter og ressurser på våre arenaer.

Årshøytider: Gjøvik læringscenter tilbyr undervisning i norsk og samfunnskunnskap for voksne innvandrere. Deres bestilling til Mjøsmuseet er: Mange som kommer til Norge er nygjerrige på hvordan vi håndterer vinteren og tradisjoner knyttet til jul. **Fokus:** Utvikle Jul på Gjøvik gård som museets faste tilbud for elevene på læringscenterne.



TEKST FRA UTSTILLINGA I KAFEEN PÅ STENBERG I 2014: *Her er lille Arzoo, som ble Gjøvik Sykehus sitt nyttårsbarn klokka 08.56, 1. januar i 2014. Den nyfødte jenta veide 3770 gram, og var 51 cm lang. Mor og familien fra Afghanistan bor på asylmottaket på Raufoss. Navnet Arzoo betyr ønske og håp på norsk, og på bildet er hun 7 uker gammel.*

Her er jeg
det nye barnet

Nytt
nytt år
nytt barn
det nye barnet deres

En dag skal vi møtes
du og jeg
Blir det
på butikken?
på sykehuset?
i skolegården?
på gata?
i en dyp skog?

ved en grense?

Hvem er du da? Hvem er jeg?
Hvem er barnet?
Hvem er voksen?

Har vi
blikk
ord
smil

for hverandre?



Skriv inn tekst

Økonomi: Sikre kvalitetstilbudet



Øke museets egeninntekt med større andel betalt besøk, avtaler med sponsorer og søknader om prosjektmidler.

- Økt kulturturisme gjennom gruppebesøk, Skibladner og busselskaper. **Fokus:** Samarbeide med turistnæringa om produkter og pakketering.
- Øke besøket på de store familiearrangementene med billettsalg: Naturens dag, Eiktunetdagen og Stenbergdagen. **Fokus:** Utvikle attraksjoner som skaper blest og aktivitet for folk, slik som feiringen av St. Hans på Eiktunet og Jul på Gjøvik gård.
- Hvilke ressurser har vi og hvor langt er vi villig å strekke oss for inntekt? Evaluere om vi kan etablere eksklusive arrangement med høye billettpriser. **Fokus:** Samarbeide med hotellnæringa og se på muligheter for events med mat og drikke til næringslivet.
- Etablere langsiktige sponsoravtaler, spesielt for å kvalitetssikre skoletilbudene våre. **Fokus:** Få inn profesjonelle aktører i formidlinga og busstransport til arenaene våre. Kan Totens Sparebank bli hovedsponsor?



I planperioden må museet evaluere gratisprinsippet hos sine samarbeidspartnere. Hvordan skal sponsorer få synlighet slik at flere kan delta gratis? Kan vi søke støtteordninger eller gaver og donasjon? Vi må også tenke nytt om de frivilliges motivasjon for til å stille opp på arrangement hvor museet har inntjening.

I Holmen Brænderi stiller vi ut ei stor samling antikke glass fra lokale glassverk.

FOR PUBLIKUM: Utstillinga er åpen for publikum hele året i Vitensenteret sine åpningstider med gratis inngang. Omvisninger for grupper hele året. Opplevelser under Akevittfestivalen

Et museum er en permanent institusjon, ikke basert på profitt, som skal tjene samfunnet og dets utvikling og være åpent for publikum; som samler inn, bevarer/konserverer, forsker i, formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed.

ICOM (International council of museums) sine statutter, artikkel 3, paragraf 1

Kommersielle grenser: Når føringene fra Kulturdepartementet er økte egeninntekter for museene, utfordrer vi grensene mellom samfunnsoppdrag og kommersiell tankegang. Vi ønsker ikke å være et lokalt eventbyrå som f.eks. arrangerer store konserter. Vi konkurrerer ikke med frivillige lag og foreninger om fester og alkoholsalg. Vi overlater betalte barnebursdager til andre. Varesalget på museet er begrenset til årbøker og noen få varer. Kafeene er leid ut til eksterne drivere.

Gratis besøk: Støtten fra kommunene fordrer gratistilbud til elevene i skoletida. Men kultursjefene i kommunene våre har utfordret museet om gratis inngang på arrangementene hvor kommunene er hovedarrangør, som Friluftslivfestivalen, Toner fra Tunet og folkefestene i Mjøsas ark. De ønsker like muligheter til kulturopplevelser, uavhengig av inntekt.

Sponsorer: Våre kommunale eiere har utfordret oss til å finne alternative inntektskilder, framfor å innføre billettsalg på arrangementene som nå er gratis:

- Søke eksterne midler. Gjerne i samarbeid med kulturskole og frivillighetssentral
- Søke sponsoravtaler med næringslivet

Kommersiell aktør? Jul på Gjøvik gård utvikles til et regionalt julemarked. Hvordan samarbeider vi med en hel- eller del-kommersiell aktør framfor en frivillig organisasjon?

Frivillig innsats: Våre eiere, Toten historielag og Foreningen Mjøs-samlingene, sammen med samarbeidsorganisasjonene Gjøvik husflidslag, Gjøvik historielag og Gjøvik gårds venneforening gir de samme signalene som våre lokale kultursjefer: De ønsker at Jul på Stenberg, Toner på tunet, Skibladderdagen, Motor-dagen og Julemarkedet på Eiktunet fortsatt arrangeres uten billettsalg. Når de frivillige er med på utvikling, skaffer sponsorer og bidrar til gjennomføringen, forventer de at inngangen er gratis. Dette gir en begrensning på ressursene som Mjøsmuseet kan sette inni det enkelte gratisarrangement.

Billettsalg: Mjøsmuseet har familievennlige billettpriser. Økte egeninntekter løses tradisjonelt med billettsalg og fokus på besøkstall. Billettsalg utløser også momsfradrag på utgifter knyttet til våre anlegg. Foredrag og temakvelder dekkes med billettinntekt.

Før offentlige driftstilskudd og sponsorvirksomhet ble museene finansiert gjennom billettinntekter fra tilstelninger og fester hvor frivillige museums lag stod bak. Eiktunetdagen og Stenbergdagen har røtter som slike inntektskilder. Naturens dag og Jul på Gjøvik gård er familiearrangement med historikk i Gjøvik kommunes drift av museet.



Stenberg er et sted å reise til. Parken og friluftsmuseet er et yndet turområde. Ditlevines utsikt byr på kulturhistorisk mat og er åpen for grupper og arrangementer året rundt, og det er skiftende utstillinger i kafeen. Sentrum i formidlinga er amtmannstunet, men hele friluftsmuseet er i bruk.

FOR PUBLIKUM: Stenbergdagen, Festivalen frilufsliv for alle, Jul på Stenberg, Stenbergseminaret, temakvelder «Stenbergkvæller», Slåttekurs, Stenberg anno 1814 for 4.klassinger, Skogsdrift med hest for 7.klassinger, Den store barnehagedagen, omvisninger for grupper og drop-in i sommerhalvåret.

Omvisninger og turistsesong

Vi skal fortsette utviklingen av opplevelser som kan supplere tradisjonelle omvisninger om sommeren.

Publikum liker opplevelser med mat.

Drop-in besøk «Vanlig» omvisning med guider i sommer-sesongen, har til nå vært et økonomisk tapsprosjekt uansett om vi har lange eller korte åpningstider, hele uker eller tilbud bare i helgene. Bare 5 % av det betalte besøket i 2018 var besøk hos sommerguidene våre. Det er forventninger om åpne dører til anleggene i sommersesongen. Vi må også ta hensyn til at guidene må ha en «vettug» arbeidsdag.

Nye opplevelser Sommeren 2019 utfordret vi bruken av Eiktunet som formidlingsarena. Vi sluttet med omvisninger. Istedenfor var tilbudet 4 søndager med familiearrangement og to temakvelder. Suksess! Endring av tema, dramaturgi og nye sesongutstillinger på Stenberg og Gjøvik gård ga lite utslag på besøkstallene.

Fokus: I perioden skal vi jobbe videre med å skape opplevelser som kan erstatte omvisning. Erfaringene fra DKS-opleggene er en ressurs i utviklinga av dette.

Gruppeomvisninger Vi tar imot bestilte grupper hele året. Sesongen med «skulder» for grupper er utvidet og inkluderer nå mai og september. De siste årene er gruppebesøket tredoblet.

- Opplevelser med mat og drikke er etterspurt.
Fokus: Fortsette og videreutvikle det gode samarbeidet med spisestedene på anleggene våre.
- Vi har ikke lyktes å rekruttere guider for grupper som kan jobbe hele året. Vi har prøvd både med utlysninger i historielagene og headhunting. Publikum elsker personlige fortellinger, så folk som er spesialister innafor et tema er en ønsket ressurs. **Fokus:** Jobbe videre med å rekruttere tilkallingsguider for grupper.



Utstillinger

Fokus på industrihistorie og identitet

Industriemuseum på Raufoss: «Krutstærk verdenshistorie og framtidens teknologi». Mjøs museet har inngått en intensjonsavtale med Raufoss Industrihistoriske Samlinger om å etablere et industriemuseum på Raufoss. Forutsetningen er statstilskudd. Museet på Raufoss skal være et historisk kulturhus for lokal-befolkningen. Utstillingene vil fortelle om industrihistorie og fungere som besøkssteder for bedriftene i industriparken. Metodikk med dokumentasjon og aktiviteter vil påvirke utviklingen. Se BYG5.blog

Kapp Melkefabrikk: I 2020 er det fem år siden åpninga av Mjøsas ark. **Fokus:** Oppgradere miljødelen. I løpet av perioden bør Mjøs museet søke midler for å prosjektere en utstilling som tar opp bærekraftig landbruk og den lokale næringsmiddel-industrien. Utstillinga om industrihistoria til Kapp melkefabrikk bør forsterkes.

Mjössamlingene på Minnesund: Modellbåtsamlinga trenger montre. De faste utstillingene må oppgraderes for å få plass. **Fokus:** Få på plass finansiering av utstilling.

Det neste museumsbygget på Gjøvik kan bli Gjøvikhallen. Tanken er at bygget skal huse arkiv, foto og nye helårs basisutstillinger og utstillinger om industri og byhistorie.



Temporære utstillinger

Nye publikumsbesøk og begivenheter

Holmen Brænderi: I løpet av perioden blir ca 150m2 frigjort til temporære utstillinger. Treårsprosjektet «Det er lov å lykkes», har regionens pop- og rockemusikk som tema, men med arbeiderkulturen langs Hunnselva som bakteppe. «Flere Farger Gjøvik og Toten» kan være en ressurs inn i utstillinga. Dokumentasjon og aktiviteter skal skape utstillinga, og den skal driftes i samarbeid med Vitensenteret Innlandet. (Kulturhusplanene på Gjøvik kan endre planene på Holmen Brænderi slik at Gjøvikhallen blir arena)

Gjøvik historielag: Bygruppa i Gjøvik historielag lager utstilling på Gjøvikmarken hvert år. Museet vil samarbeide.

Kauffeldtgården: Galleriet i Kauffeldtgården blir etablert som kunstarena for de lokale kunstforeningene i neste 3-årsperiode. Mjøsmuseet kommer ikke til å bruke galleriet.

Eiktunet: I samarbeid med gjenstandsforvaltningen bør interiør revitaliseres og tilpasses formidlinga.

Ditlevines utsikt på Stenberg: Montrene her viser gjenstander fra livet på Stenberg. På veggene er det grafikk som forteller om amtmannstida. I sesongen bør veggene presenteres som museets skiftende utstillinger.

Tingbygningen på Hunn: Basisutstillinga med gjenstandene må revideres pga ny kunnskap og testamentariske gaver.

Mjøsas ark: Aktiviteter og hendelser i nærmiljøet bør synes i de temporære utstillingsområdene.

Rekvisitter: Levendegjøring av historia er en viktig metode i de nye formidlingsoppleggene i Mjøsmuseet. Fortetting av miljøer og interiør, og aktiv bruk av rekvisitter gir bedre formidling.



Tingbygningen på Hunn er et sentrum for folkemusikken i distriktet. Gjøvik spelmanslag har øvinger og byr på musikk møter fra hele verden. Det er utstilling av eldre folkemusikkinstrumenter og gjenstander fra storgården Hunn. Tingbygningen kan leies til møter og selskaper.

FOR PUBLIKUM: Feitetirsdag, krydderkonserter, musikkhelg, DKS-produksjon for 8.klassinger.



Eiktunet er et populært utfartssted og store og små går tur her. Eiktunet kafé tilbyr ferske vafler og høye smørbrød, og har helgeåpent året rundt. Museet formidler hus og landskap i hele friluftsmuseet.

FOR PUBLIKUM: Naturens dag, Eiktunetdagen, Julemarked på Eiktunet, temakvelder «Sammar på Eiktunet», sætersøndager for hele familien, Den kulturelle skolesekken-produksjonen «Da tippoldemor var lita» for 3.klassinger, omvisninger for grupper.

Uteområdene

Åpne porter og folkehelse i hager og park

Driftsavdelingen og frivillige tilrettelegger og skjøtter uteområdene slik at portene på museene kan stå oppe hele året. Skjøtsel av beiteområder sørger firbeinte venner for. Anleggene er poplære turmål. Tusenvis av små og store bruker parker og hager til fritid, fest og avslutninger. Mange stikker innom spisestedene på anleggene. Folkehelsekvalitet er en positiv «bivirkning» på museumsområdene.

- **Universell utforming:** De fleste vegene er gode for de som trenger hjul for å komme fram. Museet har tilrettelagte toalettanlegg på både Stenberg, Gjøvik gård og Eiktunet. Benker gir gode pauser og ofte en nydelig utsiktsopplevelse. Alle nybygg er tilrettelagte. De historiske husene begrenser mulighetene for besøk med rullestol.
Fokus: Evaluere ramper og stengsler, slik at flere får tilgang.
- **Historiske o-poster:** For å møte turaktiviteten har vi i 2018 og 2019 bidratt til poster med historiske opplysninger for orienteringslaget Toten Troll både på Stenberg og Hjemmefrontshytta.

Fokus kart: Stenberg brukes som pilot for å lage kart og punkter med informasjon til turgåere som kommer på besøk til kafeen og anlegget.

Fokus DNT: Historisk informasjon legges inn i løyper og aktiviteter gjennom museumsområdet på Eiktunet.

Fokus arrangement i hagene: Videreutvikle temaomvisninger og arrangement i hagene.

Fokus skiltprosjekt: Skilting av husa og parken på Gjøvik gård og Stenberg er et arbeid som vil få overføringsverdi for de andre anleggene på museet i løpet av perioden.





Mindre arrangement

«kvæller», seminar og kurs

Frivillige + mat + museumsfag: De siste to årene er mindre temaarrangement utviklet til «kvæller» med foredrag/omvisninger og servering. Samarbeidet med historielag og kafeer har inspirert til «Stenbergkvæller», «Gjøvik gård forteller» og «Sammar på Eiktunet». Hvert år er Mjøsmuseet med som medarrangør på Toten historielag sitt «Stenbergseminar». **Fokus:** Legge temakvelder til denne typen samarbeidsstrukturer på alle arenaer. Servering er en del av konseptet.

Bygningsvern

Håndverk: Stillingen som bygningsvernrådsgiver i regionen er knyttet til Mjøsmuseet. Gjennom å stimulere til bygningsvern bidrar museet til gjenbruk, kvalitet og bærekraft i lokalsamfunnet. Restaurering og håndverk som utføres på egne anlegg er også attraktiv formidling.

Fokus:

- Midlertidige håndverkstun med informasjon på større arrangement.
- Åpne kurs og temakvelder gjennom håndverkerne og bygningsvernrådsgiver.
- Tradisjonshåndverk for barn under arrangement og DKS. Skape formidlingspunkt til håndverkselever i VGS.
- Økt håndverksfokus på større arrangement





Mjössamlingene på Minnesund er et knutepunkt for trafikken på og rundt Mjøsa, der folk kan stoppe på, nyte nistematen og de fine omgivelsene. Husene og området er et aktivt kulturminne som brukes av båtentusiaster, fiskere, badegjester og turgåere.

FOR PUBLIKUM: Motordagen, Skibladnerdagen på Mjössamlingene, torsdagstreff med Foreningen Mjössamlingene, Den kulturelle skolesekken-opplegg for 7.klassinger, omvisninger for grupper og drop-inbesøk i helgene i sommersesongen.

Arena for utøvende kunst

Teaterforestillinger, kunstutstillinger og konserter. Mjøsmuseet vil være en attraktiv samarbeidspart for kulturlivet.

Utøvende kunst øker tilbudet og aktualiserer anleggene. Det kunstneriske samarbeidet må være relevant for museet og museumsanlegget.

- Innhold: Historisk og/eller stedbunden forankring.
- Antikvariske utfordringer: Hensynet til bevaring må ivaretas. Vi har blant annet tilrettelagt Åttekanten på Eiktunet og Åserudbygningen på Stenberg for å møte slike produksjoner.
- Økonomi: Arbeidet med tilrettelegging bør vurderes opp mot mulig inntjening.

Fokus: Der det er praktisk mulig, museumsfaglig forsvarlig og et kunstnerisk poeng, bør museet stille seg positiv til teaterforestillinger, utstillinger og konserter.



Eksempler på vellykkede samarbeid i 2018-2019

- Lytteteateret «Stenbergmonologene» på Stenberg med forfatter Elin Tinholt
- Vandreteateret «Ulvenatt» på Eiktunet med produsent og regissør Marianne Steinsrud
- «Babettes Gjestebud» på Stenberg. Helaften med museum, teater og matopplevelse med Gro Ann Uthaug
- «Krydderkonserter» på Hunn med Norges beste folkemusikere
- Kunstutstillinga «Innejinter» på Ditlevines Utsikt med billedkunstner Hilde Grønstad Sunde
- «Mjøsa et kunstprosjekt» med Oppland fylkeskommune



Personligheter og inspirasjon

Formidling fra hjertet

Enkeltpersoners kompetanse, og talenter er ressurser for å nå målene våre. Kvaliteten i formidlinga påvirkes av museumsarbeiderens erfaringer og hjertesaker.


- Innleide kulturarbeidere i skoletilbudet skaper større opplevelser. Dette inspirerer utviklinga av nye opplevelser i sesongen.
- Samarbeidsprosjekter som «Mjøsa et kunsprosjekt» åpner øynene for nye innfallsvinkler.
- Ny viten, oppdagelser om gjenstander og i arkivene kan endre planer og tilbud.
- Vi blir påvirket av andre, f.eks. turistkontoret, kulturrådet og våre eiere.
- Hvordan det ser ut på museets hus, gårder, båter og industri påvirker opplevelsene. Nyrestaureringer og endringer i landskapet inspirerer valget av stedene og måten vi formidler på.
- Ekskusjoner, kurs og seminar bidrar til faglig utvikling og inspirasjon.



Frivillige i historielagene, husflidslag og kunstforeninger har «klubblokaler» på våre anlegg. Mange av medlemmene er spesialister som gir museet uvurdelig faglig hjelp og inspirasjon, både gjennom levd liv og stor kunnskap. Medlemmene er viktige tidsvitner og eksperter under arrangement, skoleformidling og foredrag.

Markedsføring og salg

Et markedsprosjekt med digital kompetanse bør inn i museets planer



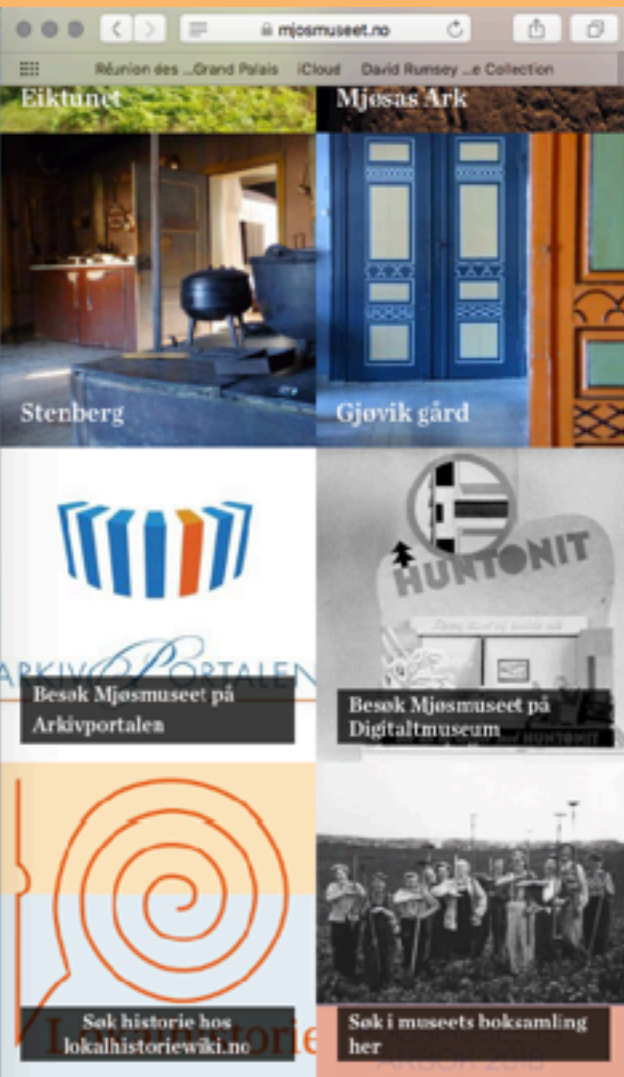
Word by the mouth. Hendelser som folk kan snakke om. Det neste arrangementet må synes på sosiale medier slik at det kan publiseres i det øyeblikk folk går ut av porten og legger ut statusen om besøket.

Formidlingen dreies fra tradisjonelle omvisninger og åpningstider til fokus på opplevelser du kan reise til - nå!

Arbeidet med markedsføring tar større og større del av arbeidstida vår. De siste årene har vi systematisk jobbet fram en trofast tilhengerskare på facebook. Enkelt personer poster gode bilder på Instagram for å synliggjøre museet. Vi har brukt prosjektmidler for å kjøpe inn ung digital kompetanse i sesongen.

Vi har behov for å samarbeide med andre om:

- **Google:** Hjelp med etableringen inn i googlesystemene med kart, adwert og optimalisering mot søkermotorer.
- **Sosiale medier:** Lære oss systematikk, slik at innleggene på ulike sosiale plattformer fungerer til riktig tid med engasjerende innhold for alle arenaene. Prosjektet må også gi entusiasme hos de andre ansatte på museet, slik at fler bidrar til synlig tilstedeværelse i sosiale medier.
- **Kampanjer:** Vise hvordan kampanjene kan utvikles til å invitere et større publikum til de store arrangementene våre? Vi kjøper større annonser/ digitale logaritmer av turistkontorene og Strand hotell.
- **Redaksjonell omtale:** Lære oss hvordan skal vi vinkle innleggene slik at publikum vil dele de videre? Vi sørger nå for omtale foran alle arrangement i Gjøvik/Totens blad og noen ganger i OA. De lokale «hva skjer»-listene baserer seg på tekstene våre.
- **Annonser:** Bruke design og virkemidler for gjenkjenning. Vi annonserer i Gjøvik/Totensblad foran alle arrangement. Skal vi annonsere i riksaviser som Aftenposten? Skal vi ta ibruk radioreklame? Digitale flyers.
- **Papirbrosjyrer:** Hjelp oss i markedsføringa til de som ikke bruker smarttelefon. Vi lager halvårsprogram i papir med litt sesong-opplysninger. Vi må evaluere nytten av en større flerårig papirbrosjyre.
- **Pakketering:** Oppgradere telefonsalg og oppfølging av tilbudsbrev til lag og foreninger høst og vår. Prosjektet må følge opp pakketeringskurset vi har deltatt på og visningsturene vi har gjennomført



Nettformidling og publikasjoner

De digitalt tilgjengelige samlingene er noe mer enn kopier av originalgjenstander, informasjonstekster og arkiv søk. De digitale plattformene er åpne for publikum 7 dager i uka, 24 timer i døgnet - hele året.

Informasjon og salg: De siste par årene har Mjøsmuseet utviklet ny hjemmeside. Den brukes kun til praktisk informasjon om museet og arrangement. Innleggene suppleres med aktuelle poster i sosiale medier som Facebook og Instagram.

Fokus: Etablere kjøpsknappen på hjemmesiden slik at publikum velger å bruke den framfor epost og telefon. Flere følgere i sosiale medier.

Andres hjemmesider: Kultursentrum Gjøvik er et eksempel på digitale arenaer hvor museet er ønsket. **Fokus:** Vi bør henvise til lenker for våre egne publiserte sider, framfor å bidra direkte inn i andres hjemmesider. Avvikle sider med foreldet informasjon. Fortsette å oppdatere turistinnlandet.no

Foto: Fotoavdelingen digitaliserer historiske fotografier. Fotografer tar gode bilder på arrangement med et bestemt visuelt blikk. **Fokus:** Utvalgte bilder må brukes i alle kanaler, slik at vi får et gjenkjennbart visuelt uttrykk.

DAM: I 2019 setter vi igang digitalt magasin (DAM=digital assets management) for museet. Systemet skal hjelpe oss å holde orden på digitalfødte arkivfiler, fotos og scanna dokumenter.

Fokus: Lage systemer som sikrer artikler, bilder og informasjon vi legger ut på nettet. I DAM vil det bl.a. være egne fotosamlinger som egner seg til formidling og markedsføring.

Digitaliserte historiske artikler, bilder og videoer: Museet tilgjengeliggjør gjenstander og digitale utstillinger på Digitalt museum. Vi satser på Lokalhistoriewiki som plattform for opplysninger og vi har videokanaler på Youtube. **Årboka:** Publikasjonen Totn ble i 2006 erstatta av Mjøsmuseets årbok som er et samarbeid mellom Mjøsmuseet og Toten Historielag. Årboka er analog og bidrar til formidling av samlingene våre. **Fokus:** Samarbeide med Lokalhistoriewiki om å publisere artikler fra årbøkene der. Gjøvik historielags årbok er også med i prosjektet.








Museets digitale formidling

Hjemmeside: Praktisk informasjon om museet og arrangement

Digitalt museum: Gjenstander og historiske foto

Lokalhistoriewiki: Plattform for opplysninger

Youtube: Videoer

Fredag 7. september								
Gruppenavn Skole Antall elever	Midgardsormen ½ Blomhaug (19)	Fenrisulven Snertingdal (17)	Ygdrasil ½ Blomhaug (19)	Sleipner Raufoss (10) Kapp (10)	Hugin & Munin Steinerskolen (7) Nordli (14)	Fåvne Kapp (23)	Ratatosk Raufoss (21)	
09.15 – 09.30	Registrering	Registrering	Registrering	Registrering	Registrering	Registrering	Registrering	
09.30 – 09.55	Post A Sagakvinnen <i>Møt sagakvinnen Yngvild – sultne vikinger bindes med et eple</i>	Post B Futhark <i>Runer - skjær inn et magisk ord. Spis matpakka</i>	Post C Pil og bue <i>Bli en ekte kriger!</i>	Post D Skalden <i>Guddommelig musikk!</i>	Post E Gilde <i>Mat for sultne vikinger i gildeteltet</i>	Post F Smeden <i>Smi med smeden og hans trell</i>	Post G Skipet <i>Natur- bånd Skiblاد. brygga</i>	Post G Skipet <i>Rødt- bånd Sten- sveen</i>
09.55 – 10.00	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	
10.00 – 10.25	Post B Futhark <i>Runer - skjær inn et magisk ord. Spis matpakka</i>	Post C Pil og bue <i>Bli en ekte kriger!</i>	Post D Skalden <i>Guddommelig musikk!</i>	Post E Brød og kjøtt <i>Mat for sultne vikinger i gildeteltet</i>	Post F Smeden <i>Smi med smeden og hans trell</i>	Post G Skipet <i>Natur- bånd Skiblاد. brygga</i>	Post G Skipet <i>Rødt- bånd Sten- sveen</i>	Post A Sagakvinnen <i>Møt sagakvinnen Yngvild – sultne vikinger bindes med et eple</i>
10.25 – 10.30	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	Forflytning	
10.30 – 10.55	Post C Pil og bue <i>Bli en ekte kriger!</i>	Post D Skalden <i>Guddommelig musikk!</i>	Post E Brød og kjøtt <i>Mat for sultne vikinger i gildeteltet</i>	Post F Smeden <i>Smi med smeden og hans trell</i>	Post G Skipet <i>Natur- bånd Skiblاد. brygga</i>	Post G Skipet <i>Rødt- bånd Sten- sveen</i>	Post A Sagakvinnen <i>Møt sagakvinnen Yngvild – sultne vikinger bindes med et eple</i>	Post B Futhark <i>Runer - skjær inn et magisk ord. Spis matpakka</i>

Eksempel på organisering av DKS-produksjon



BARN OG UNGE

Sikre kvaliteten i skoletilbudet

Store heldagsopplevelser med flere poster for mange elever erstatter tradisjonelle omvisninger til skolene. Oppleggene skal være relevante for lærerplanene og skolene i vår region.

Endringen av formidlingstilbudet til skolene startet med grunnlovsjubileet og "Stenberg anno 1814" i 2014. Nå får grunnskolen i Gjøvik og Toten tilbud om større produksjoner på alle anleggene. Den største produksjonen er «Viking på Mjøsa». I fire dager kommer tilsammen 600 elever fra 6. trinn til Mjøsas ark. Fysiske utfordringer og rollespill fra fortida skaper erfaringsbasert læring framfor resitering av årstall og fakta. Tilbudene har mange fagfelt. I tillegg til kulturarv opplever ungene musikk, mat, fortellinger og fysisk arbeid. I flere av produksjonene leier vi inn folk og utstyr for å gjøre opplevelsen rikere.

For alle kommunene: Tradisjonelt har hver enkelt kommune fått tilbud på «sine» anlegg. Noen av tilbudene er obligatoriske gjennom kommune og fylke og andre er det er frivillig for skolene å melde seg på. Men nå tilbys noen av oppleggene samlet til alle skolene i Gjøvik og Totenkommunene. Eidsvoll har egne tilbud. **Fokus:** Oppfordre Totenkommunene til å bruke bytilbudet «Jul på Gjøvik gård» og Gjøvikelevne å komme «på landet».

Barnehagene i Vestre Toten har sin egen dag på Stenberg hver vår, og tradisjonsmusikeren vår Stein Villa har opplegg for barnehagebarn i Gjøvik.

De videregående skolene ønsker seg fagdager framfor fellestilbud på bestemte dager, slik «Utsikt til innsikt» var. Mjøsas Ark er spesielt egnet.

Vitensenteret Innlandet bør være en god samarbeidspart for museet. Vi har hatt oppstartsmøte om felles utvikling med tema ferskvann i Mjøsas ark.

Skolene bruker anleggene våre mer enn før for å gjøre historia levende for elevene. DKS-kontakter i kommunen sier det er bra nok dekket opp med kulturarv fra museet i DKS. Av 33.000 besøk i 2018 var 5600 elever fra grunnskoler, videregående skoler og læringscentre i Gjøvik, Vestre- og Østre Toten og Eidsvoll kommune.

Fokus: Opprettholde kvaliteten gjennom å beholdet nettverket av eksterne ressurser og hele tiden utvikle oppleggene.



RESSURSER

Ta utgangspunkt i de ansatte på museet fra musikeren til den gode fortelleren, håndverkeren, historikeren og nerden.

Bruke profesjonelle for å realisere smed, bueskytter, historisk mat, vikingskip osv.

Gode organiseringsverktøy og logistikk for god flyt med mange elever og poster.

Lærerveiledninger skal utarbeides til alle produksjoner og ligge på hjemmesiden. Disse viser til de nye læreplanene.

Kostymer gir bedre opplevelse av tid, sted og status.

Innkjøp av historiske arbeidsverktøy som ungene kan bruke, fra flintkniver til spader med trehåndtak og bivoksplater.

METODIKK - SANSELIGE OPPLEVELSER

Da tippoldemor var lita (3. trinn): Følgefortelling. Rollespill/arbeid. Folketro.

Ei reise på Mjøsa (3. trinn): Rollelek

Stenberg 1814 (4. trinn): Følgefortelling. Forestilling/skrive slik de gjorde før. Ta stilling til tidas meninger og grunnloven.

Viking på Mjøsa (6. trinn): Følgefortelling og rollespill/historisk levendegjøring. Elevene er vikinger for en dag og må forholde seg seg til forskjellssamfunnet.

Mjøssamlingene (7. trinn): Personlig fortelling/arbeid i opprinnelige omgivelser.

Skogsdrift med hest (7. trinn): Jobbe sammen med tidligere skogsarbeidere.

Industri på Kapp (9. trinn): Følge den tidligere produksjonslinja gjennom hele fabrikken, fra råvare til ferdig produkt.

«Jul på Gjøvik gård» (5. trinn) Følgefortelling og rollespill. Arbeid.

ØKONOMI

Gratisprinsippet: Skoleelever og barnehagebarn løser ikke billett hos Mjøsmuseet. Skoleoppleggene finansieres over museets budsjett. I tillegg betaler kommunene skuespillerene til «Stenberg 1814». Eidsvoll kommune finansierer de ekstra utgiftene til DKS-tilbudet på Minne gjennom det nye tilskuddet til Mjøssamlingene. «Krigere», mat, båter og utstyret til «Viking på Mjøsa» har vært finansiert av Oppland Fylkeskommune. Forestillingen «Utsikt til innsikt» ble også finansiert av fylket.

Pilot i Oppland fylke: I 2016 startet Oppland fylkeskommune i samarbeid med muséene og kommunene et 4-årig utviklingsarbeid, for å utvikle eksisterende og nye tilbud innen kulturarv for skolene. Mjøsmuseet er pilot i arbeidet, med «Utsikt til innsikt» og «Viking på Mjøsa». Intensjonen med samarbeidet er å markere at kvalitetsformidling fra museene trenger utviklingsmidler og tilskudd, og må kunne kjøpes inn på lik linje med andre uttrykk. Kulturarvproduksjoner på museene ofte er stedsbundet. Elevene må komme til museet, selv om det er rimeligere å sende forestillinger til klasserommene.

“Utsikt til innsikt” er en ny produksjon som har elever i videregående skoler som målgruppe og som dessuten kan utvikles som en produksjon som kan brukes som turnéproduksjon i sam-

arbeid med andre muséer. “Viking på Mjøsa” er en videreutvikling av en produksjon for mellomtrinnet som er stedsavhengig, som gjør bruk av lokal ressurs og ekspertise, natur og nærmiljø og ikke minst de unike gjenstandene i “Mjøsas ark”. (fra vedtak 30.05.16)

Kvalitet er sårbart: DKS-oppleggene med finansiering fra kommune og fylke er sårbare fordi de er avhengige av politikerenes prioriteringer. I den siste perioden har museet bygd opp nye og til dels kostbare skoleproduksjoner.

Fokus: I kommende periode må museet sikre tilbudene økonomisk. Dette kan gjøres gjennom økt formidlingsbudsjett, offentlige støtteordninger eller private sponsoravtaler for delfinansiering.

Skysproblem: Skolene uttrykker et stort ønske om å komme på alle tilbudene. Men utgiftene til skyss/buss hindrer deltakelse på tilbud som ikke er knyttet til kommunens DKS og fylkeskommunens innkjøp, der skyss er inkludert. **Fokus:** Vi bør se på mulighet for langsiktige sponsoravtaler for transport til museets frie skoletilbud.

SE TILBUDENE PÅ FILM:

LENKE: Viking på Mjøsa

LENKE: Skogsdrift med hest

LENKE: Stenberg 1814



Buemckeri

Satsning på barn og unge utenom skolebesøk

Alle de store arrangementene på Mjøsmuseet passer for barnefamilier

Barnefamiliene er en viktig målgruppe for museet. Ofte ser vi at unge voksne som selv har besøkt arrangementer som barn, nå kommer tilbake med egne familier fordi de ønsker å videreføre tradisjoner og nostalgi til barna sine. Når museets arrangement er attraktive og tilgjengelige for barna, investerer vi i at barna får et forhold til lokalhistoria og museet, og kommer tilbake.

Vi legger inn aktiviteter som baking, hestekjøring, fuglekassesnekring, smørkinning, historiefortelling og musisering. Arrangementene skal tilrettelegge for aktiviteter som flere generasjoner kan gjøre og oppleve sammen. Barna skal få en opplevelse av å delta, ikke bare konsumere.

Fokus: Bruke støtteordninger fra banker, stiftelser og annet næringsliv til opplevelser og arrangement for barn og unge.



FAMILIEARRANGEMENT: Feitetirsdag på Tingbygningen på Hunn, Naturens dag på Eiktunet, Stenbergdagen, Eiktunetdagen, Skibladnerdagen på Mjøssamlingene, Friluftsfestivalen på Stenberg, Julemarkedet på Eiktunet, Jul på Gjøvik gård, Jul på Stenberg



Mjøsas ark på Kapp Melkefabrikk ligger ved Mjøsas breidd med badestrand og båthavn rett utenfor. Lokalene er skapt for folkefest med stort publikum. «Arken» er museets eneste helårs utstillingslokale med arena for temporær formidling. Museet kan brukes hele året, og publikum kan studere utstillingene på egenhånd eller sammen med omviseren. Restaurant Fjor'n byr på lokal og humoristisk meny.

FOR PUBLIKUM: Den kulturelle skolesekkenproduksjonen «Viking på Mjøsa» for 6.trinn, ei reise på Mjøsa for 3. trinn, industrifokus for ungdomsskolen og fagdager for videregående skole. Lokalene er base for kommunens strandryddedag. Museet tilbyr omvisninger for grupper året rundt, spesialturer med Skibladner og åpent for drop-in om sommeren.

Barn i Mjøsas ark

Ungt engasjement og aktivitet

Aktiviteter: Mjøsas ark på Kapp Melkefabrikk skal være et godt sted å besøke for og med barn. Sommeren 2019 satte vi aktivitetsbord for barn midt inne i utstillingene. Ønsket er å koble utstillingene, som barn kanskje kan oppleve som litt kjedelige, til en aktivitet som øker nysgjerrighet og fører til utforsking.

- Skattekart med premie, finn gjenstandene.
- Riste runer ved siden av runesteinen
- Lage armbånd av glassperler ved gravfunnene fra vikingtid.
- Lete etter svanemerker i utstillingen og få «tatovering» av Svanemerket i premie.
- Tegne et søplemonster

Skolestreik for klima: Årets utstilling var plakater og bannere fra barna som streiket sammen med Greta Thunberg. Ungdom fra Natur og ungdom hjalp oss med å samle inn dokumentasjonen og lage utstillinga. De samlet inn bilder og meldinger fra instagram og skrev lapper om hvorfor de ville streike. Barn og unge som besøkte Mjøsas ark i sommer var spesielt opptatt av denne utstillinga. Mange skrev og hengte opp lapper med meninger om klima.



