



MED FORTÆLLINGEN FØRST

Strategiplan 2020-25



MUSEUM
MIDTJYLLAND

FORORD

Strategiplan 2020-2025: Med fortællingen først arbejder i forlængelse af Museum Midtjyllands arbejde siden 2017 – og den positive udvikling, museet har påbegyndt og præsteret.

Strategiplanen er summen af museets erfaringer og fortsatte ambitioner for at være en aktuel, vedkommende og stærk kulturhistorisk aktør på den danske museumsscene. Et museum som markerer sig i det nationale og lokale landskab, som vækker genhør og som fortsat og i stigende grad trækker flere og forskellige brugere ind gennem dørene, ud i landskabet og til interaktion via digitale møder.

Gennem workshops afholdt henover de sidste to år, har Museum Midtjylland arbejdet på at definere museets visuelle identitet, kommunikation, formidlingsaktiviteter, attraktionsudviklingsfoki og definitionsbegreber såsom 'det åbne lands kulturhistorie'. Et begreb der spiller en essentiel rolle i vores mission. Det er på baggrund af disse workshops samt løbende erfaringer med en øget arrangementspalette og besøgstal, at strategiplanen baserer sig.

MED FORTÆLLINGEN FØRST

Med strategien **Med fortællingen først** udstikker Museum Midtjylland retningen for museets interne og eksterne udvikling henover de næste fem år fra 2020-2025. Målet er et museum i front, et museum som bryder grænser, og som sætter nye rammer for forståelsen af den midtjyske kulturhistorie i en både lokal, national og international kontekst på tværs af tid og rum. Ved at arbejde målrettet med fortællingen som afsæt på alle niveauer.

Det betyder en dyrkelse af de meningsfulde og vedkommende møder med kulturhistorien, de forundrende fortællinger, den dybdegående forskning og vibrerende formidling, som foregår på alle tider af døgnet og på alle platforme. Og den retter sig ikke kun mod museets primære målgruppe, som udgøres af de knap 130.000 borgere i Ikast-Brande og Herning Kommune. Men også mod kommunernes gæster og turister samt resten af landet ved tilbud, som kan trække folk til – men som også kan tilgås virtuelt og fra distancen.

Men hvad er fortællingen? Og hvad betyder det at sætte den først? Fortællingen er al vores akkumulerede viden om det midtjyske – og det er benspændet for vores virke, at fortællingen både er vores udgangspunkt og vores endemål. Fortællingen er beretningen om et begivenhedsforløb, som har optaget mennesker til alle tider og i mange afskygninger. Den er forbundet med vores evne til at forstå, sammenfatte og erindre – og til at reflektere, genfortælle, revurdere, skue bagud og fremad. Fortællingen er derfor på mange måder lig med vores erfaringsdannelse og evne til at sætte ord på det; altså et afsæt for hvordan vi forstår os selv og verden omkring os. At sætte fortællingen først handler altså om at sætte refleksionen, at sætte erfaringsdannelsen først – for det er gennem den vi kan prøve at forstå os selv, omgivelserne og andre.

Så hvad enten vi indsamler, registrerer, bevarer, forsker eller formidler, så arbejder vi altid med fortællinger. Med erfaringsdannelsen som proces og abstrakt begreb. Og det gør vi med fokus på det åbne lands kulturhistorie. En historie som handler om tørven, heden, mosen, søerne, skoven og industrien. Om adgangsforhold, ejendomsret, ressourceudnyttelse, udviklingsprocesser og magtstrukturer. Og om mennesket i og mod naturen til alle tider. Og om fremtiden og hvordan den kan inspireres af fortiden.

Dermed er det også et endegyldigt udgangspunkt, at museet ikke eksisterer i et vakuum. Vi eksisterer derimod i kraft af og sammen med andre, tiden og historien, og det er vores mål altid at række udad for på bedst mulig vis at dele vores viden, vores fortællinger om det midtjyske. Og derigennem lade fortællingen være afsættet for det vi gør.

Med en altid aktuel og kontekstualiserende tilgang til fortællingen, og med borgerne, brugerne og vores samarbejdspartnere i centrum for vores aktiviteter og generelle virke, er det derfor Museum Midtjyllands ambition fortsat at arbejde på at være et museum, som konstant fornyer sig, tilbyder trygge og udfordrende rammer for mødet med historien, og som hver dag gør os selv og hinanden klogere og mere nysgerrige, på den verden vi lever i. Her er historien tilgængelig og imødekommende, og den opleves på uformel form og med altid høj faglighed og service - af et museum som folk ønsker at besøge og tale om.

VORES VISION & MISSION

Museum Midtjylland er et statsanerkendt, kulturhistorisk museum – og en selvejende institution, som i alt består af fem besøgssteder: Frilandsmuseet Herning, Herningsholm Museum, Klosterlund Museum, Tekstilmuseet og Vester Palsgaard Skovmuseum.

Museum Midtjylland skal gennem indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling virke for at sikre kulturarven i sit ansvarsområde, som dækker Herning og Ikast-Brande Kommuner. Og det gør, at vi altid opererer på flere parametre og forskellige måder, som kan danne synergi og føde ind i vores virksomhed.

For helt generelt er museet skabt til at dele viden – men også til at inspirere, fortælle, samskabe og engagere. Det gør vi hver dag gennem vores arbejde med de fem søjler, og med udgangspunkt i vores mission og vision¹.

Museets mission

- At belyse det åbne lands kulturhistorie i fortid og nutid med fokus på ressourceudnyttelse
- At belyse tekstil, beklædning og mode i fortid og nutid med fokus på globale relationer
- At samarbejde på nye måder med museets frivillige, så de i endnu højere grad indgår som en aktiv ressource til fælles glæde

Museets vision

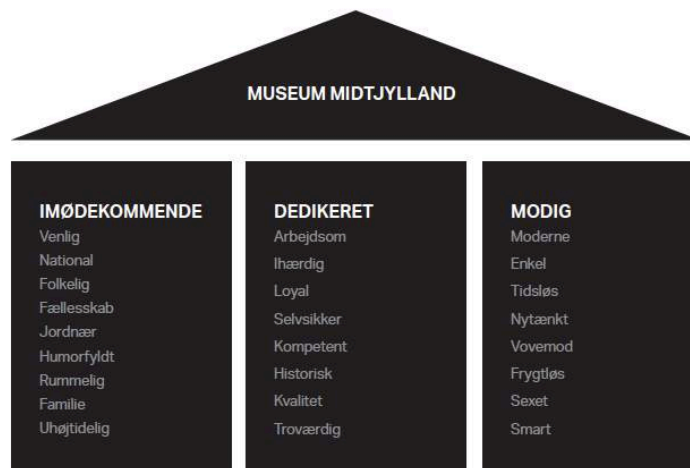
- At skabe et sanseligt museum både fysisk og virtuelt
- At knytte bånd på tværs af fortid, nutid og fremtid med baggrund i museets forskning
- At være et dynamisk og åbent museum, der kan skabe debat og blande sig lokalt, nationalt og internationalt.

¹ Museum Midtjyllands mission og vision blev formuleret i forbindelse med udformningen af Museum Midtjyllands vedtægter af 2015. De kan findes her: https://museummidtjylland.dk/wp-content/uploads/2018/03/vedtaegter_nytomslag_2018.pdf

VORES VÆRDIGRUNDLAG

Museum Midtjyllands værdigrundlag tager afsæt i, hvem vi er nu – og hvilket museum vi gerne vil være i 2025 og på vejen dertil. Her er både den frivillige, den ansatte, den besøgende, samarbejdspartneren og ikke-brugeren i centrum for, hvordan museet ønsker at blive set og opfattet – og hvilke værdier der er vigtige for os for at komme derhen. På den måde er vores værdigrundlag også afsættet for vores brand; den måde vi selv og andre ser os.

Brand søjler
Værdier



På Museum Midtjylland vil vi gerne være et museum, som opfattes som:

- Imødekommende
 - Fordi vi gerne vil kunne favne alle gæster, være fællesskabsdannende og -orienterede, samskabende, rummelige og folkelige, uhøjtidelige og humorfyldte i vores formidling af fortid, nutid og fremtid. For kultur skal opleves, deles og være fælles.
- Dedikeret
 - Fordi vi gerne vil anerkendes for at være arbejdsomme og kompetente, besidde en høj kvalitet i alt vi bestrider og gør, samt være repræsentanter for en høj grad af troværdighed og historisk faglighed.

- Modig
 - Fordi vi gerne vil arbejde på altid at være moderne, tidsløse, enkle og nytænkende i vores tilgang som museum. Men vi ønsker også at besidde vovemod og en vis grad af sexethed og frygtløshed i vores måde at tilgå og formidle vores fagområde på til store og små.

I strategiperioden er det en målsætning at arbejde aktivt med museets brand. Det gør vi, for fortsat at kunne styrke vores profil samt skabe synergier med og mellem de handlingsorienterede målsætninger, som er bekræftet i det følgende og udgør guidelines for det femårige arbejde i 2020-2025.

VORES TILGANG

Museum Midtjylland sætter mennesket, fortællingen og historien i centrum. Vi er en vidensbank for vores ansvarsområde – og en kollektiv hukommelse både lokalt, nationalt og globalt, som gennem vores arbejde med museumslovens fem søjler, hele tiden bidrager med nye og stærkere fortællinger om det midtjyske.

På Museum Midtjylland går man på opdagelse i historien. Og det skal man kunne mærke. Ikke kun når man kommer på besøg, men i alt det vi laver. Hvad enten vi selv udvikler og producerer, skaber noget sammen med andre eller åbner dørene for helt nye vinkler og øjne. Og vigtigst af alt, så kan vi ikke starte med at aktivere kulturforbruget tidligt nok. Derfor er et gennemgående mindset for museet, at jo tidligere vi får brugere ind gennem døren, jo bedre. Dem vi inviterer inden for i dag, er vores gæster i morgen og fremover.

Ambitionen om flere nye og yngre brugere går dog ikke på kompromis med museets eksisterende arbejde med dets kernebrugere. Her udgør fastholdelsen af flergangsbesøg en formuleret målsætning, som ikke kun består i frivillige og støtteforeningsmedlemmer, men også gæster med tid og overskud til kulturforbrug i en verden, hvor historien kan give et ekstra par briller og skaber refleksion og dialog med museet som indgang.

FOKUS 2020-2025

På Museum Midtjylland vil vi i perioden 2020-2025 sætte særligt fokus på at styrke vores fortælleevne. Det gælder både vores fortælleevne om museet som organisation, på museerne som vedkommende udstillingssteder, i vores forskning og formidling og i vores eksterne kommunikation. Tilsammen skal det bidrage til at:

- Styrke kendskabet og engagementet i Museum Midtjylland – både for frivillige, brugere og ikke-brugere
- Styrke oplevelsen hos alle som besøger, møder eller på anden vis tager del i museet
- Styrke fortællingen samt udfordre viden om og holdninger til den midtjyske historie såvel som Museum Midtjylland som socialt ansvarlig organisation i en globaliseret verden

HANDLINGSORIENTEREDE MÅLSÆTNINGER

På baggrund af museets tre fokusområder i perioden 2020-2025, kan der identificeres en række handlingsorienterede målsætninger, som udstikker konkrete mål for strategiens løbetid.

Styrke kendskabet og engagementet i Museum Midtjylland – både for frivillige, brugere og ikke-brugere

Handlingsorienterede målsætninger:

- Øget kendskabsgrad både lokalt og nationalt
- Øget egenindtjening - målsætning er 50% set ift. 2019 ved udgangen af 2025. Det vil sige, at målet er en samlet egenindtjening på rundt regnet 1.150.000 kr., hvoraf majoriteten skal komme fra stigende entréindtægter.
- Øget besøgstal - målsætning er 50.000 i 2025. Dvs. en stigning på rundt regnet 20.000 gæster fordelt henover 5 år, hvoraf min. 1/3 skal være betalende gæster.
- Øget digital tilstedeværelse - herunder på sociale medier. Ambitionen er at nå 5.000 følgere på Facebook og 3.000 på Instagram ved udgangen af 2025. Det svarer til cirka en fordobling på begge platforme set ift. 2019.
- Øget frivilligantal (2019: 115) samt tilfredshed blandt frivillige
- Øget fokus på og investering i samskabelsesprojekter
- Opkvalificering af viden om samt arbejde med museets frivillige
- Øget medarbejdertilfredshed set ift. MTU fra APV 2018

Styrke oplevelsen hos alle som besøger, møder eller på anden vis tager del i museet

Handlingsorienterede målsætninger:

- Udbyggede udstillinger og/eller formidlingstiltag på alle besøgssteder
- Udbygget tilstedeværelse på digitale platforme ift. at møde brugerne - herunder også nye og ikke-brugere - andre steder end fysisk på museet
- Etablere samt udbrede en formaliseret Undervisningstjeneste med min. en fastansat formidler, som udvikler og faciliterer undervisning på tværs af alle museets platforme og besøgssteder
- Måltrettet indsats mod de yngste segmenter af (potentielle) museumsgæster

- *Målrettet indsats mod ældre segmenter af museumsgæster og frivillige ift. aktivt arbejde med ældretrivsel*
- *Øget ressourceudnyttelse ift. digital drift, håndtering og service-ring*
- *Videreudvikling af museets funktion som troværdig samarbejdspartner for lokale, kommunerne, uddannelsesinstitutioner og andre interessenter*

Styrke fortællingen samt udfordre viden til og holdninger om den midtjyske historie såvel som Museum Midtjylland som socialt ansvarlig organisation i en globaliseret verden.

Handlingsorienterede målsætninger:

- *Øget forskningspublicering set ift. 2019 - herunder særligt i Nye Tid*
- *Udbygget tilstedeværelse på digitale platforme*
- *Øget synlighed i lokale og nationale medier*
- *Udbygget samspil mellem forskningsindsatser og formidlings-output*
- *Optimerede magasinforhold og prioriteret arbejde ift. at arbejde hen imod et moderne, åbent magasin som underbygger og sikrer vores indsamlings-, registrerings- og bevaringspraksis*
- *Videreførsel og opkvalificering af aktiv indsamlingspraksis samt udbyggelse og prioritering af den eksisterende registreringsaktivitet*
- *Kortlægning af samt øget internt og eksternt arbejde med og kommunikation af museets arbejde med FNs Verdensmål*

I det følgende vil ovenstående handlingsorienterede målsætninger blive set i relation til museets konkrete strategiske implementering og formulerede strategier.

INDSAMLINGS-, REGISTRERINGS- & BEVARINGSSTRATEGI

Museum Midtjyllands Indsamlings-, Registrerings- og Bevaringsstrategi fortsætter i forlængelse af den allerede eksisterende. Her udgør indsamlingen, registreringen og bevaringen grundlaget for alle vores andre aktiviteter – og især den forskning og formidling vi bedriver.

Efter en omfattende samlingsrevision, er museets fokus på at bibeholde gode og bæredygtige indsamlingskriterier og registreringspraksisser samt løbende at udbygge de eksisterende bevaringsforhold på magasinerne, hvor et akut problem er anskaffelsen af plads – både ift. den eksisterende samling, men også for at kunne imødekomme det fremadrettede behov.

Med dette som udgangspunkt understøtter Indsamlings-, Registrerings og Bevaringsstrategien den handlingsorienterede målsætning om at underbygge:

- *Videreførsel og opkvalificering af aktiv indsamlingspraksis samt udbyggelse og prioritering af den eksisterende registreringsaktivitet*
- *Optimerede magasinforhold og prioriteret arbejde ift. at arbejde hen imod et moderne, åbent magasin som underbygger og sikrer vores indsamlings-, registrerings- og bevaringspraksis.*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger;

- Fokus på aktiv indsamling i forlængelse af de formulerede indsamlingskriterier – herunder særligt for Nyere Tid
- Fokus på bibeholdelse samt øgning af den eksisterende registreringspraksis ved ansættelse af registreringsmedarbejdere
- Fokus på det langsigtede behov for bæredygtig magasinplads set ift. muligheden for etablering af et (supplerende), nyt magasin, hvortil dele af de eksisterende samlinger løbende kan overflyttes og tilgås
- Effektivisering af eksisterende magasin i Kollund
- Udarbejdelse af en fornyet langsigtet vedligeholdelsesplan for husene på Frilandmuseet Herning
- Udvikling og effektivisering af samlingsvaretagelsen samt af de bevaringsfaglige kompetencer på museet helt generelt

FORSKNINGSSTRATEGI

Statsanerkendte museer skal forske - og det gør vi med glæde og omhu. For forskning er vores basis for, at vi som museum kan udvikle vores viden, forstå vores samlinger og formidle dem til andre. Kort sagt: at vi kan være med til at fortælle historien.

På Museum Midtjylland dækker vi fagområderne Arkæologi og Nyere Tid, hvilket afspejles i vores forskningsstrategi. Det er en strategi, som gennemsyrrer alt vi laver - og dermed også vores daglige arbejde med indsamling, registrering, bevaring og formidling.

Med afsæt i museets ansvarsområde, som udgøres af Herning og Ikast-Brande Kommuner, forskes der i emner, som spænder fra oldtiden til i dag - og vi bestræber os hele tiden på at bidrage med væsentlig, ny viden. En viden hvor det lokale ikke blot perspektiveres regionalt og nationalt, men også sættes ind i en større international kontekst. Målet er en stærk, lokalt forankret vidensproduktion med internationalt udsyn til glæde og gavn for vores fagkollegaer, besøgende og mange samarbejdspartnere.

Vores mål er som altid, men særligt i strategiperioden 2020-2025, forskning som skaber, rummer og opstår på baggrund af fortællinger. Fælles for alle forskningsområder og de fortællinger, de er bærere af, er deres udgangspunkt i og fokus på afdækningen af det åbne lands kulturhistorie - og på at give indsigt, ny viden, at åbne øjne og nye horisonter. Men også i omsætningen og formidlingen af forskningen som fortælling, som erfaringsdannelse til en bred og varieret brugergruppe spændende fra fagfæller og forskere til børn, museumsgæster og ikke-brugere. Dermed er formidlingen og forskningen også tæt sammenvævede. Ligesom resten af de fem søjler eksisterer den ene ikke uden den anden, og de fortællinger som forskningen formår at sammenfatte og grave frem, er dem som formidlingen formår at få gjort levende og vedkommende for en bred og varieret brugergruppe, når vi gør vores arbejde godt. Og det er det vi vil.

Med fortællingen først ønsker vi derfor at udstikke en række nye forskningsområder, som kan pege direkte ind i primært to af vores handlingsorienterede målsætninger om:

- *Udbyggede udstillinger og/eller formidlingstiltag på alle besøgssteder*
- *Øget forskningspublicering set ift. 2019 - herunder særligt i Nyere Tid*

Dette vil løbende blive gjort i strategiperioden 2020-2025, og vil bidrage til en kvalificering af museets samlede praksis som sideløbende kan danne grundlag for en række nye satsninger – herunder særligt målsætningen af nye arkæologiske udstillinger på Klosterlund Museum og en videreudvikling af Tekstmuseet.

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Revision af gamle samt udvælgelsen af nye (evt. supplerende) forskningsområder
- Prioritering af frikøb til forsknings- og publiceringsøjemed
- Opkvalificering og ensretning af valg af publiceringsmedier afsat i BFI-listen
- Fortsat prioritering af, indgåelse i samt opsøgning af forskningsnetværk og samarbejdsprojekter
- Aktiv tilvejebringelse af eksterne midler til forskning

FORMIDLINGSSTRATEGI

Ved at udvikle forskningsindsatsen samt udstillinger og tiltag på vores fem besøgssteder, vil museets fokus fra 2020-2025 være på at skærpe fortællingerne om det åbne land med særligt fokus på oldtids- og industrihistorien. Dette vil især komme til udtryk på henholdsvis Klosterlund Museum og Tekstmuseet, hvor den fem-årige periode vil danne rammen om en række målrettede indsatser. Herudover vil museet arbejde målrettet med at udbygge det allerede eksisterende arbejde med samskabelsesprojekter, hvor frivillige, borgere og uddannelsesinstitutioner inddrages og aktiveres i museets rum på forskellige vis. Ligesom at vi vil videreudvikle vores funktion som samarbejdspartner for en bred vifte af interessenter.

De handlingsorienterede målsætninger, som gør sig gældende her, er derfor:

- *Udbyggede udstillinger og/eller formidlingstiltag på alle besøgssteder*
- *Etablere samt udbrede en formaliseret Undervisningstjeneste med min. en fastansat formidler, som udvikler og faciliterer undervisning på tværs af alle museets platforme og besøgssteder*
- *Udbygget tilstedeværelse på digitale platforme ift. at møde brugere - herunder også nye og ikke-brugere - andre steder end fysisk på museet*
- *Udbygget samspil mellem forskningsindsatser og formidlings-output*
- *Øget fokus på og investering i samskabelsesprojekter*
- *Målrettet indsats mod de yngste segmenter af (potentielle) museumsgæster*
- *Målrettet indsats mod ældre segmenter af museumsgæster og frivillige ift. aktivt arbejde med ældretrivsel*
- *Videreudvikling af museets funktion som troværdig samarbejdspartner for lokale, kommunerne, uddannelsesinstitutioner og andre interessenter*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- På Klosterlund Museum vil vi arbejde på at udvikle indledende udstillinger, som formidler oldtidssamlingen – og som på sigt kan pege frem mod en fuld gentænkning og ombygning af museet og dets udstillinger, der tilsammen vil fortælle den tostrengede historie om den midtjyske oldtid og livet ved Bølling Sø.

- På Tekstilmuseet vil vi udvikle på anden etape af den større transformation af museet, hvor teten tages op fra arbejdet med Made in Midtjylland, som åbnede i 2018. Her fortsætter den eksisterende Krøniken-fortælling, men nu rykker den ind på selve fabrikken, som vil blive rammen om de fremtidige udstillinger og formidle fortællingen om den midtjyske tekstilindustri fra husekræmmeren til den industrielle produktion og den tekstile spændvidde.
- Udbygningen og videreførelsen af børnerettede aktiviteter til daginstitutioner og indskolingsklasser, med henblik på at aktivere og igangsætte et naturligt kulturforbrug samt tale ind i en generel dannelsesplan fra et tidligt stadie.
- Initiering og facilitering af samskabelsesprojekter – herunder særligt projekter, som retter sig mod ikke-brugere, som kan bidrage til øget synergi og dialog borgere og museum imellem
- Finansiering samt ansættelse af min. en fastansat formidler, som udvikler og faciliterer undervisning på tværs af alle museets platforme og besøgssteder
- Udbyggelse af erhvervsklub og erhvervstilbud og dertilhørende formidlingstilbud
- Udbyggelse af samarbejde med kommunerne ifm. høringer og lokalplansarbejder såvel som kulturelle tiltag med henblik på formidling og øget anerkendelse af lokalhistorien
- Oparbejdelse af flere formelle formidlingssamarbejder med skoler og uddannelsesinstitutioner end de allerede eksisterende

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

Museum Midtjylland vil længere ud. Både ift. de brugere vi når og interagerer med på forskellig vis. Men også helt generelt i vores berøringsflade rent kommunikativt, hvad enten der er tale om annoncer, sociale medier, skattejagter eller audiowalks. En målsætning er at kunne opjustere markedsføringsbudgettet med min. 25% med henblik på understøttelse af den eksterne kommunikation samt rækkevidde.

Hvad angår de handlingsorienterede målsætninger, er der derfor tale om et arbejde, som vil beskæftige sig med følgende:

- *Øget kendskabsgrad både lokalt og nationalt*
- *Øget egenindtjening - målsætning er 50% set ift. 2019 ved udgangen af 2025. Det vil sige, at målet er en samlet egenindtjening på rundt regnet 1.250.000 kr., hvoraf majoriteten skal komme fra stigende entréindtægter.*
- *Øget digital tilstedeværelse - herunder på sociale medier. Ambitionen er at nå 5.000 følgere på Facebook og 3000 på Instagram ved udgangen af 2025. Det svarer til cirka en fordobling på begge platforme set ift. 2019.*
- *Øget besøgstal - målsætning er 50.000 i 2025. Dvs. en stigning på rundt regnet 20.000 gæster fordelt henover 5 år, hvoraf min. 1/3 skal være betalende gæster.*
- *Øget synlighed i lokale og nationale medier*
- *Målrettet indsats mod de yngste segmenter af (potentielle) museumsgæster*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Monitorering af rækkevidde på digitale platforme samt optimering af indholdsproduktion til sikring af større effekt herunder med særligt henblik på rækkevidde og følgere
- Oparbejdelse samt prioritering af øget markedsføringsbudget både digitalt og analogt
- Fortsat prioritering af kommunikationsarbejde – herunder særligt henblik på strategisk placering af presseomtaler, annoncer, artikler m.m.
- Målrettet markedsføring og kommunikation til særligt daginstitutioner og skoler
- Kortlægning af besøgsstedernes primære opland ved registrering af postnummer i perioder med henblik på strategisk tilrettelæggelse af kommunikation samt annoncering
- Udarbejdelse af kendskabsanalyse

DIGITAL STRATEGI

Helt grundlæggende for vores arbejde er det en udpræget målsætning, at vi i strategiperioden skal have oparbejdet samt implementeret en konkret digital strategi på baggrund af et større arbejde, som kan give os indsigt i aktuel data samt vores digitale position.

Formålet hermed er, at den digitale strategi vil kunne styrke museet som overordnet forretning ved blandt andet at underbygge vores markedsførings- samt kommunikationsarbejde helt generelt. Det kræver, at vi dykker ned i en større mængde data og får dem implementeret som en del af vores generelle drift og arbejde løbende henover de næste år.

Hvad angår de handlingsorienterede målsætninger, er der derfor tale om følgende:

- *Øget ressourceudnyttelse ift. digital drift, håndtering og service-ring*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Implementering af en digital strategi
- Udvikling af en stærkere digital organisation – særligt med henblik på digital tilstedeværelse, en mere bæredygtig digital drift og service samt optimering og effektivisering af vores GDPR-håndtering.
- Etablering og oparbejdelse af en serviceorienteret driftsafdeling, som kan bistå medarbejderne i alt dagligt digitalt arbejde – og dermed også eliminere behov og ressourceforbrug for ekstern bistand samt optimere arbejdsforhold og processer internt, også hvad angår sparring på digitale satsninger fremover.
- Implementere et digitalt system til sikker håndtering af persondata og sikring af fortsat fremadrettet overholdelse af persondataloven. Formålet hermed er igen at sikre arbejdsprocesser i henhold til lovgivning, men også at mindske ressourceforbrug.

FRIVILLIGSTRATEGI

Vores frivillige er en del af museets hjerte og hverdag. De udøver et kæmpe stykke arbejde og udgør en formaliseret del af vores mission. Men vores frivillige bliver også ældre, og vi har derfor et fortsat behov for at tiltrække nye – både for at løfte mange af museets opgaver, samt bibeholde de kompetencer og viden, mange af de frivillige besidder. På et mere samfundsmæssigt plan gælder det også, at frivilligsamarbejdet rummer en værdifuld funktion set ift. ældresundhed, hvad angår både det fysiske, mentale og sociale – og det ser vi som en naturlig del af vores virke. Derfor skal vi skabe de bedst tænkelige rammer for vores frivillige og samarbejdet med dem – og kunne tilpasse det løbende.

Frivillige kræver dog også viden og ressourcer i museet som organisation på forskellig vis, og det er noget af det, som vi bl.a. prioriterer at arbejde med i den indeværende strategiperiode. Både for deres og vores egen skyld.

Hvad angår de handlingsorienterede målsætninger, er der derfor tale om følgende:

- *Øget frivilligantal (2019: 115) samt tilfredshed blandt frivillige*
- *Opkvalificering af viden om samt arbejde med museets frivillige*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Fortsat udvikling af tiltag for frivillige til sikring af glæden ved at tage del i museet
- Formidling og eksponering af frivilligarbejdet på forskellig vis
- Opjustering af vidensdeling mellem museum og frivillige
- Kompetencemæssig opkvalificering af museumsinspektører med frivilligansvar samt evt. opsøgning og indgåelse i vidensnetværk

CSR-STRATEGI

Museum Midtjyllands Corporate Social Responsibility-strategi (CSR-strategi) er et nyt tiltag, som arbejder med museets strategiske samfundsansvar set i forlængelse af museets eksisterende virksomhed.

En konkret måde at gribe dette an på, tager for museet form af at aktivere FNs Verdensmål ift. dets nuværende og fremtidige praksis – samt at italesætte og arbejde med dem internt og eksternt. For hvordan arbejder vi allerede med Verdensmålene – og hvordan kan vi udvikle dette arbejde for at bidrage til en bedre verden og tage vores sociale ansvar alvorligt? Hvilke giver mening ift. vores virksomhed, hvilke vil vi prioritere, og hvilke kan konkret underbygge vores forretning og kulturarvsbevarende arbejde?

Ud af FNs 17 Verdensmål, arbejder Museum Midtjylland allerede med variationer af 15 af delmålene.

Baseret på denne tilgang taler museets CSR-strategi ind i den handlingsorienterede målsætning om;

- *Kortlægning af samt øget internt og eksternt arbejde med og kommunikation af museets arbejde med FNs Verdensmål*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Fokus på museets tekstil- og genanvendelsesproduktion samt formidling deraf
- Videreudvikling af arbejdet med og formidlingen af bæredygtighedsaspekter og FNs Verdensmål i udstillinger og arrangementer
- Fokus på energioptimering af museets bygninger hvor muligt
- Øget affaldshåndtering
- Fokus på øget medarbejder- og frivilligtilfredshed
- Fokus på samspillet mellem sundhed og kultur – herunder særligt ældretrivsel og -sundhed

ORGANISATIONSSTRATEGI

I strategiperioden er det en formaliseret målsætning, at den udvikling, som museet har gennemgået henover de seneste år vedr. sammenbinding på tværs af afdelingerne og nedbrydningen af de barrierer, som kan opstå i et fusionsmuseum, skal fortsættes og styrkes. Som organisation har og arbejder museet fortsat på at udvikle og bibeholde sin flade ledelsesstruktur, hvor samspillet mellem afdelinger, vidensbærere, frivillige, brugere og mangeartede samarbejdspartnere er en naturlig og integreret hverdag, der skaber et arbejds- og besøgsrum som er ambitiøst men også trygt og personligt udfordrende.

På den måde skal det strategiske afsæt i arbejdet med vores fortælleevne som tværgående platform for alt vores arbejde både internt og eksternt også være pejlemærket henover de næste fem år, som danner grundlag for et højt kollegialt og fagligt niveau i alle vores relationer. Et niveau som allerede er meget højt, men som vi altid gerne vil arbejde på at gøre endnu bedre og befordrende.

Hermed taler organisationsstrategien også ind i følgende handlingsorienterede målsætninger:

- *Øget medarbejdertilfredshed set ift. MTU fra APV 2018*

Helt konkret er det målet, at dette vil tage form af følgende handlinger:

- Deling af succeser og ros på tværs af organisationen i større grad end hidtil
- Fortsat fokus på arbejdsmiljø og forbedring heraf inden for det muliges rammer
- Kontinuerlig afholdelse af personaleevents med henblik på kollegial sparring og udvikling
- Etablering af månedlig torsdags/fredagsbar som fast gennemkommende rum for uformel dialog

På baggrund af disse satsninger og med fortællingen i centrum for vores arbejde som museumsorganisation, ser vi derfor frem til i ultimo 2025 at kunne sætte hak ved vores tre primærsatsninger og medfølgende handlingsorienterede målsætninger – og dermed også et styrket og udviklet Museum Midtjylland.

