

STRATEGI FOR NORDJYLLANDS KYSTMUSEUM 2014-20201. Indledning

Dette papir udgør den af bestyrelsen for Nordjyllands Kystmuseum (NJK) udarbejdede strategi for museet i perioden 2014 til 2020.

Strategien er baseret på en omfattende kortlægning af museets lovbestemte opgaver som et statsanerkendt museum, samt dets ressourcer og muligheder set i et kortere og et længere perspektiv. Museets ledende medarbejdere har været inddraget i denne kortlægning.

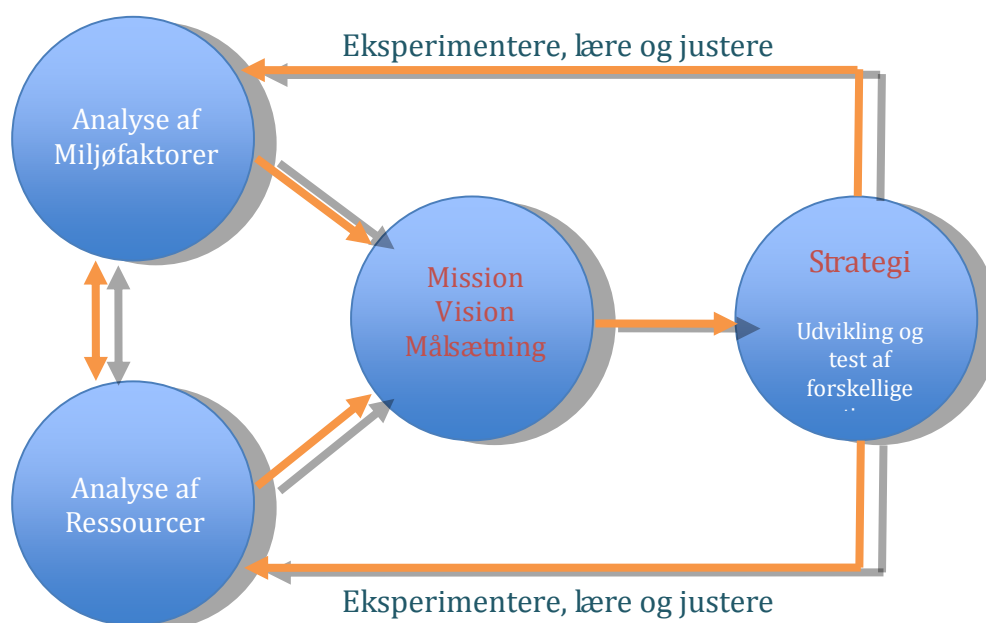
Strategien tager således udgangspunkt i såvel den "arv" som er til stede efter sammenlægningen af de tre oprindelige museer, Bangsbo Museum, Skagen By- og Egnsmuseum og Sæby Museum, som i de givne muligheder i museets omverden og "miljø" i forhold til drift, udvikling og fornyelse af museet.

2. Formål

Strategien danner grundlag for udviklingen af NJK frem imod 2020. Den sætter retning og mål for de aktiviteter som skal forny og udvikle museets formidling og forskning, med særligt fokus på Kystkultur. Den skal desuden danne grundlag for udviklingen af museets medarbejdere, de fysiske rammer, og de nødvendige prioriteringer i forhold til udviklingen, opgaveløsningen og driften, som de økonomiske rammer betinger.

3. Strategimodel

Som model for udviklingen og opfølgningen på strategien har vi valgt den "Opkommende strategi model" (Emergent Strategy). Modellen er valgt, fordi den er særlig anvendelig



i organisationer og miljøer under stadig og hurtig forandring. Den tillader, at strategien tilpasses dynamisk under hensyn til opnåede erfaringer, ændrede miljø- og ressourcefaktorer samt øvrige rammeforudsætninger.

Analyse af miljøfaktorer (omverdenen) og ressourcer (organisationen internt) er gennemført i perioden fra 2012 til 2014 i samarbejde med de ledende medarbejdere. På baggrund heraf, er der i 2014 udviklet Mission, Vision, Strategi og Strategiske målsætninger. Derefter har de ledende medarbejdere yderligere udformet 12 delstrategier med målsætninger, og i tillæg hertil er der igangsat en interessentanalyse, som skal belyse kendte berøringsflader med de organisationer, myndigheder, firmaer, fonde m.v., som museet har interessesammenfald eller samarbejder med.

4. Museets virke hviler på tre hovedressourcer: Medarbejderne – Økonomien – Samlinger og bygninger

Medarbejderne

Det er mennesker, der realiserer strategier!

Den vigtigste enkeltressource i gennemførelsen af strategien er museets medarbejdere.

Det er derfor en væsentlig forudsætning for at kunne gennemføre strategien, at det løbende vurderes, hvilke kompetencer medarbejderne skal have, skal udvikles på, om der skal ansættes, således at museet i slutmålet har de rette medarbejdere med de rette kompetencer.



Bestyrelsen og museumslederen vil have særligt fokus på at øge organisationens "Sociale Kapital" og derigennem medarbejdernes trivsel.

God trivsel forudsætter, at medarbejderne i det daglige oplever: Tillid – Retfærdighed og Samarbejde. Dette vil vi opnå ved at styrke dialogen og skabelsen af fælles værdier.

Økonomi

Den næstmest betydende faktor for strategiens gennemførelse er museets økonomi.

Museet forudser, at der ikke kan forventes øgede driftstilskud fra Staten og Kommunen i de kommende år. Gennemførelsen af strategien skal derfor i alt væsentlighed gennemføres ved projektf finansiering. Det forudses dog tillige nødvendigt at gennemføre en stram driftsstyring og nedbringelse af museets omkostninger.

Museets samlinger og bygninger

Museets bygningsmasse er en arv efter sammenlægningen af de tre tidligere museer. Bygningerne er spredt over hele kommunen, og er stort set alle af ældre dato. Der er et stort behov for miljø- og energirenoveringer med henblik på at overholde arbejdsmiljølovgivningen og minimere omkostningerne til energi. Der er derfor et presserende behov for, i samarbejde med Frederikshavn Kommune, at gennemføre en vurdering af alle bygningers stand og udarbejde en plan for de kommende års nødvendige forbedringer.

Med henblik på at opnå driftsbesparelser og en mere effektiv opgaveløsning på NJK, er der et stort behov for at samle museets medarbejdere i én driftsenhed, med flere udstillingssteder.

Museets samlinger afspejler først og fremmest de gamle museers indsatsområder: Fiskerihistorie, søfartshistorie, købstadshistorie, herregårdshistorie, besættelsestid, skolehistorie og turisthistorie. I forhold til NJK's fokus på nordjysk kystkultur vil der være behov for en gennemgang af samlingerne - både i udstillinger og magasiner - med henblik på en fokusering af disse i lyset af museets strategier.

Museets magasiner har forskelligartet karakter og kvalitet. På lidt længere sigt er der behov for at afsøge muligheder for nye magasiner - evt. i form af fællesmagasiner for flere museer i regionen.

5. Mission – Vision – Strategi

Mission

"Nordjyllands Kystmuseum skaber viden, læring og oplevelser, og vil - inden for sit ansvarsområde - belyse forandring, variation og kontinuitet i menneskers levevilkår fra de ældste tider til nu.

Museet har særlig fokus på nordjysk kystkultur belyst gennem områdets marine næringer samt den særlige geologiske og kulturlandskabelige udvikling".

Vision

"Nordjyllands Kystmuseum er anerkendt som en relevant og førende kulturinstitution for formidling af - og forskning i - kystkultur".

Strategi

"Vi vil realisere vores vision senest i 2020 ved at:

- *Fastholde et museum i udvikling med en fælles platform for indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling af kystkultur i Nordjylland.*
- *Opbygge en ny attraktion for formidling af nordjysk kystkultur og i tilknytning til denne samle museets centrale aktiviteter i én driftsenhed.*

- *Konsolidere og opbygge en vidensbank, der har fokus på hovedtemaet: Nordjysk Kystkultur.*
- *Opbygge en række formidlingsplatforme – fysiske såvel som digitale - med henblik på at sikre både geografisk og tematisk dækning, samt på at nå en bred vifte af målgrupper*
- *Udvikle fornyende, mangesidede og professionelle formidlingstiltag, som sætter nye standarder for kulturformidling, og skaber grundlag for viden, læring og oplevelser om kystkultur.*
- *Tiltrække, udvikle og fastholde professionelle medarbejdere for at sikre strategiens gennemførelse.*
- *Udvikle samarbejdet med relevante samarbejdspartnere, herunder kulturfaglige ressourcepersoner, andre kultur- og forskningsinstitutioner, erhvervsliv mv.*
- *Optimere anvendelsen af museets ressourcer, og skabe sammenhæng imellem udviklingen og driften af museet, på såvel kort som på lang sigt*
- *Skabe et unikt - identitetsskabende – og genkendeligt "Brand" for Nordjyllands Kystmuseum. Dette sker igennem kommunikation og dialog med museets brugere og interessenter og via samarbejde med andre, der profilerer Nordjylland, herunder turismens organisationer".*

6. Strategisk Målsætning

- *"Museet skal være samlet i én driftsenhed med flere udstillingssteder senest 2020.*
- *Formidlingsstrategi og -plan skal foreligge i første udgave ved udgangen af 2014, og udvikles løbende frem mod 2020.*
- *Der skal være sammenhæng imellem drift og strategisk udvikling senest med udgangen af 2015.*
- *Sammensætningen af museets medarbejdere skal være optimeret i forhold til gennemførelsen af strategien, inden udgangen af 2015, dog således at dette tilpasses etableringen af driftsenheden, samt større formidlings- og forskningsprojekter.*
- *Museet skal være gennemgået, prioriteret og saneret så vidt angår udstillingssteder inden udgangen af 2015, samlinger inden udgangen af 2017 og magasiner inden udgangen af 2020.*
- *Museets bygninger skal - i mulig grad - være energi- og miljøoptimeret inden udgangen af 2018".*

7. De 12 Delstrategier med målsætninger

a. *Formidling*

- *Der udarbejdes årshjul over tilbagevendende formidlingsaktiviteter. Dette opdateres hvert år inden udgangen af september måned – første gang i 2014.*
- *Museet konsoliderer og udvikler brugen af frivillige til formidlingsaktiviteter.*
- *Museet udformer en skriftlig frivilligpolitik inden udgangen af 2015.*
- *De museumsfaglige medarbejdere udarbejder et idé- og emnekatalog som grundlag for eksisterende og nye aktiviteter inden sommeren 2015.*
- *Museets udstillinger bindes sammen med introudstillinger, der indplacerer den enkelte lokalitet i forhold til den samlede kultur- og naturhistorie. Fuldført inden udgangen af april 2015.*
- *Faseopdelt plan for fokusering af eksisterende udstillinger og eventuelle omrokeringer udarbejdes inden udgangen af 2015.*
- *Mobilapplikation, der formidler maritime kulturmiljøer i hele museets ansvarsområde introduceres i sommeren 2014. App'en udbygges løbende.*
- *Der udarbejdes en dynamisk projektbank med projektidéer på forskellige niveauer. Projektbanken startes i 2014.*
- *Der udarbejdes omvisningsmanualer for museets udstillingssteder med henblik på kvalificering af museets eget guidekorps. 1. udgave foreligger inden udgangen af 2014.*

b. *Forskning*

- *Museet vil definere sit eget forskningsbegreb, med henblik på at kortlægge museets behov for vidensopbygning. Definition udarbejdes i 2014.*
- *Museet bidrager løbende til den regionalt/nationalt koordinerede forskningsindsats via MAJ (Marinarkæologi Jylland).*
- *Der udarbejdes en idébank over relevante forskningsprojekter. Idébanken opdateres løbende.*

c. *Økonomi*

- *Museets bygningsmasse gennemgås med henblik på energioptimering. Vurdering og løsningsforslag foreligger senest ved udgangen af 2016. Løsninger implementeres senest ved udgangen af 2017.*

- *Der sættes fokus på optimering og udvikling af museets forretningsområder.*
- *Museets udgifter til telefoni og abonnementer gennemgås med henblik på driftsoptimering. Analyse foreligger inden udgangen af 2014.*

d. Personale

- *Medarbejdernes trivsel øges ved at forbedre museets "Sociale Kapital" (Oplevelse af Tillid, Retfærdighed og Samarbejde). Dette skal ske igennem dialog og skabelsen af fælles værdier.*
- *Sammensætningen af museets medarbejdere skal understøtte opfyldelse af strategien.*
- *De museumsfaglige medarbejdere skal desuden iht. lovgivningen afspejle museets ansvarsområder.*
- *Museet skal inden udgangen af 2020 have en medarbejder med særlige kompetencer inden for kommunikation.*

e. Ny hovedattraktion og samlet driftsenhed

- *Der udarbejdes en masterplan for formidlingsdelen af den nye hovedattraktion. Relevante temaer og udstillingselementer beskrives. Masterplan foreligger inden sommeren 2016.*
- *På baggrund af masterplan identificeres mulige sponsorer/fonde for opbygning af en ny attraktion. Sponsorliste foreligger inden udgangen af 2016.*

f. Udstillingssteder

- *Der foretages løbende vurdering og optimering af antallet og typen af indgange til museet i hele perioden 2014-2020 og i forhold til de overordnede målsætninger.*
- *Det ene billetsalg på Bangsbo nedlægges, og der indføres anden form for adgangskontrol, inden udgangen af 2015.*

g. Kommunikation og dialog

- *Der udarbejdes en grafisk identitet for Nordjyllands Kystmuseum inden udgangen af 2014.*
- *Der udarbejdes en kommunikationsplan for Nordjyllands Kystmuseum. Inden sommeren 2015.*
- *Museet deltagelse i lokal og regional markedsføring koordineres med den lokale*

turistorganisation.

h. Arkiver og Vidensbank

- *Museet driver ét arkiv med flere læsesale. Implementeres inden udgangen af 2017.*
- *Arkivet skal udvikles til også at være vidensbank for materialer, der belyser nordjysk kystkultur.*

i. Samlinger/registrering

- *Museets indsamlingsinstruks udvikles til en egentlig skriftlig indsamlingspolitik inden udgangen af 2015.*
- *Der indberettes løbende til Statens centrale registre.*
- *Der foretages sonderinger omkring mulighederne for etablering af fællesmagasiner. Udfordringen søges løst inden 2020.*
- *I forbindelse med eventuel overførsel af genstande til nye/andre magasiner vurderes behovet for udskillelse.*

j. Marinarkæologi og andre myndighedsopgaver

- *Etablering af MAJ. Implementeres i 2016*
- *Der bidrages til kvalificering af de marine registre i samarbejde med andre aktører på området.*
- *Samarbejdet med Frederikshavn Kommune på planlægningsområdet søges udvidet.*

k. Tilbud til skoler mv.

- *Ved udvikling af formidlingstiltag indtænkes tilpasning i forhold til målgruppen skoleungdom.*
- *I forbindelse med den endelige implementering af skolereformen afsøges mulighederne for, bl.a. via samarbejde med andre aktører, at byde ind med museets brede vifte af tilbud.*

l. Samarbejdsrelationer

- *Nordjyllands Kystmuseum samarbejder med alle relevante institutioner, organisationer og virksomheder med henblik på at opfylde museets målsætninger, udvikle og gennemføre nye projekter samt skabe værdier for lokalområdet.*

Bemærkninger til Delstrategier

Kulturstyrelsen lægger i hørringskrivelse vedrørende den fremtidige struktur for dansk marinarkæologi op til, at de tre jyske marinarkæologiske museer (De kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune, Moesgård Museum og Nordjyllands Kystmuseum) finder sammen i et formaliseret, forpligtende samarbejde omkring varetagelsen af marinarkæologien i det vstdanske/jyske område.

De tre museer har siden haft flere, konstruktive samtaler, der tyder på at en sådan løsning vil være mulig.

Det NJK's hensigt, at indgå i samarbejdet med de to kulturhistoriske museer omkring varetagelse af det marinarkæologiske ansvar, med Moesgård Museum som det juridisk ansvarlige museum.

De tre samarbejdende museer ønsker at arbejde mod en fordeling af tematiske kompetencer, således at kravet om dækning af kompetenceområdet vurderes på de tre museer som helhed.

8. Strategiimplementering

Strategien implementeres ved, at bestyrelsen og museumsledelsen opstiller handleplaner på kort, mellemlang og lang sigt. Der gennemføres løbende kontrol med handleplaner og eventuelle tilbageløb i forhold til opdatering af strategien. Formelt gennemføres kontrollen hvert halve år af museumsledelsen og bestyrelsen.

9. Afslutning

Strategien fremsendes til Frederikshavn Kommune og Kulturstyrelsen, og offentliggøres på NJK hjemmeside.

Per Frank Hansen

Bestyrelsesformand