



SUOMEN MUSEOLIITTO
FINLANDS MUSEIFÖRBUND
FINNISH MUSEUMS ASSOCIATION

Suomen museoliitto 2020

Rakenteet muuttuvat

Suomen museoliitto ry

Hyväksytty 15.4.2015

Sisällysluettelo

Suomen museoliitto	3
Toimintaympäristö muutoksessa	3
Missio	4
Visio 2023	4
Arvot	4
Edunvalvontapalvelut - museoalan painavin mielipide	4
Koulutus- ja kehittämispalvelut - museoalan uusin osaaminen	5
Viestintäpalvelut - museoalan kuuluvin ääni	6
Hallinto- ja tukipalvelut - museoalan toimivin työpaikka	7

Suomen museoliitto

Suomen museoliitto on vuonna 1923 perustettu yhdistys, jonka päätösvaltaa käyttäviä liittojäseniä ovat museoita ylläpitävät organisaatiot. Suomen museoliitto edustaa jäsentensä museoita ja käyttää niiden yhteistä ääntä. Toiminta jakautuu edunvalvonta-, viestintä-, koulutus- ja kehittämisspalveluihin sekä liiton toimintaa ylläpitäviin tukipalveluihin.

Suomen museoliiton menestys perustuu museoalan kansallisen ja kansainvälisen kokonaiskuvan tuntemiseen ja tarpeiden tunnistamiseen. Suomen museoliitto 2020 -strategia kertoo toiminnan kehittämisen tavoitteet vuosina 2015–2020 liiton kulkiessa kohti visiotaan ylittäen rakenteellisia, toiminnallisia ja henkisiä rajoja.

Toimintaympäristö muutoksessa

Museoiden toimintaympäristö muuttuu nopeammin kuin vuosikymmeniin. Muutoksen moottorina toimii heikentynyt ja yhä heikentävä julkinen talous. Rahoituksen ja investointien perusteina talous ja työllistäminen korostuvat poikkeuksellisella tavalla. Talouden rinnalla toinen muutostekijä on digitalisoituminen. Se muuttaa sekä museoiden työtapoja että museoiden käyttötapoja. Digitalisoituminen luo myös mahdollisuuksia uusille palveluille.

Yhteiskunnalliset rakenteet muuttuvat kohti suurempia toiminta-alueita ja yksikköjä. Muutos koskee erityisesti keskimääräistä pienempiä museoita, mutta myös suuret museo-organisaatiot ovat muutoksessa. Rakenteelliset uudistukset koskevat hallinnon ja työn organisointia. Museoiden itsenäinen asema muuttuu ohjauksen siirtyessä osaksi kulttuurin, matkailun tai hallinnon kokonaisuutta.

Muutospaineissa menestyminen edellyttää jatkuvaa oman toiminnan arviointia, priorisointia, museotyön monialaistumista ja uutta luovaa otetta sekä digitalisoitumisen täysipainoista hyödyntämistä. Toiminnan ja rakenteiden uudistamisen tarpeellisuuden sisäistäminen on tulevan menestyksen keskeisin edellytys. Riittävän avustustyyppisen rahoituksen saaminen edellyttää laaja-alaista ja aktiivista yhteiskuntasuhteiden rakentamista ja ylläpitoa.

Museoista menestyvät parhaiten ne, jotka onnistuvat ylläpitämään avustusperusteisen perusrahoituksen. Perusrahoituksessa museoiden omistajien rooli kasvaa. Taloudellisen ja toiminnallisen liikkumavaran rakentamisessa ja kasvun toteuttamisessa yksityiselle sektorille kohdennetut palvelut ovat ensisijaisia. Museoille se tarkoittaa uusia tuotteistettuja palveluja sekä näyttely- ja tapahtumatoiminnassa että kokoelmatyössä ja tietopalvelussa. Museoiden käytön lisääntyminen luo uusille palveluille hyviä mahdollisuuksia.

Museoiden kävijämääriä lisäävät Museokortti, kulttuurimatkailun kasvu, väestön ikääntymisen mukanaan tuoma kasvava kiinnostus historiaan ja kulttuuriin sekä museoiden aikaisempaa aktiivisempi viestintä ja markkinointi. Museoiden tietopalvelujen käyttöä lisää sisältöjen digitalisoituminen ja aikaisempaa helpompi saatavuus muun muassa yhteisten portaalien kautta. Myös kulttuuriympäristötyö on esillä kansallisten ja kansainvälisten sopimusten vuoksi aikaisempaa enemmän. Se vaikuttaa paikalliseen ja valtakunnalliseen keskusteluun muun muassa rakennusinvestointien kohdalla.

Toimintaympäristön taloudellisen, sosiaalisen ja teknologisen muutoksen seurauksena museotyön sisällöksi ei enää riitä yhteisen kulttuuriperinnön tallentaminen, tutkiminen ja esittäminen. Näiden rinnalle nousee lisääntyviä tarpeita muiden yhteiskunnallisten tehtävien toteuttamiseen erityisesti talouden ja sosiaalityön sektoreilta. Uudet tehtävät vaikuttavat yhdessä digitalisoitumisen kanssa museotyön sisältöön ja museoissa työskentelevien osaamisvaatimuksiin paljon. Moniammatillisuus tulee entistä tärkeämmäksi.

Toimintaympäristön muuttuminen ja sen seurauksena toteutettavat uudistukset luovat museoiden

hallinnolle ja johdolle kasvavia paineita. Työpaikan yhteishenkeen, hyvinvointiin ja joustavuuteen sekä pitkäjänteisen toiminnan varmistamiseen on kiinnitettävä huomiota entistä enemmän. Muutosjohtamisen taitojen lisäksi korostuvat yhteistyökyky, verkostoituminen ja liittoutuminen erilaisten toimijoiden kanssa. Myös museoeettiset kysymykset nousevat entistä useammin esiin, kun mietitään uusia ansaintalogiikoita ja kokoelmien ylläpitoon liittyviä kysymyksiä.

Missio

Suomen museoliitto auttaa museoita menestymään.

Vuosina 2015–2020 mission toteuttamisessa tärkeää on museoiden näkyvyyden lisääminen, edunvalvonnan resurssien vahvistaminen sekä toimintaympäristön muutoksen edellyttämän osaamisen vahvistaminen.

Visio 2023

Satavuotias Suomen museoliitto on vaikuttajana ja osaamisen kehittäjänä alansa edelläkävijä Euroopassa.

Arvot

Suomen museoliiton toiminnan peruskivet ovat

- jäsenkeskeisyys
- uteliaisuus
- rohkeus
- yhteisöllisyys

ja periaatteet ystävällisyys (ole ystävällinen), luotettavuus (ole luotettava), jokaisen kunnioittaminen (kunnioita jokaista) ja oikeudenmukaisuus (ole oikeudenmukainen).

Edunvalvontapalvelut – museoalan painavin mielipide

Edunvalvontapalveluillaan Suomen museoliitto vaikuttaa museoalan toimintaympäristöön siten, että sen jäsenten on mahdollista toimia menestyksekkäästi ja kehittää museotoimintaansa proaktiivisesti.

Suomen museoliiton edunvalvontapalvelut sisältävät jäsenten edustamisen ja etujenvalonnan:

- museoalan kansallisen ja kansainvälisen lainsäädännön ja muiden viranomaismääräysten valmistelussa ja toimeenpanossa
- museoalan kansallisten ja kansainvälisten rahoitus- ja resursointiratkaisujen valmistelussa ja toimeenpanossa
- museoalaa koskevien rakenteiden, järjestelmien ja käytäntöjen valmistelussa ja toimeenpanossa
- museoalan kansallisissa ja kansainvälisissä verkostoissa ja kumppanuuksissa

Edunvalvonnan keinoissa korostuvat aloitteellisuus museoalan tarpeiden esiintuomisessa, henkilökohtainen ja verkostoyhteistyöhön perustuva yhteydenpito päättäjiin, osallistuminen työryhmätyöskentelyihin, lausuntojen antaminen asioiden valmistelu- ja päätösvaiheessa sekä museoalan näkemyksistä tiedottaminen.

Strategiakaudella 2015-2020 Suomen museoliitto profiloituu edunvalvontapalveluillaan paikallisena ja valtakunnallisena alan näkemysten tuntijana, välittäjänä ja kuuluvana edistäjänä. Tässä onnistumisessa keskeistä on:

1. edunvalvonnan voimavarojen kasvattaminen viestinnässä ja osaamisen vahvistaminen lainsäädännössä ja muissa lakikysymyksissä
2. aloitteellisuus uuden museopoliittisen ohjelman laatimisessa
3. luottamuksen ja tunnettuuden rakentaminen
4. verkostoituminen ja aktiivinen päätöksentekoon osallistuminen

Koulutus- ja kehittämispalvelut – museoalan uusin osaaminen

Koulutus- ja kehittämispalveluillaan Suomen museoliitto ylläpitää jäsentensä ammatillista pätevyyttä ja laajentaa heidän osaamistaan uusien mahdollisuuksien hyödyntämisessä.

Suomen museoliiton koulutus- ja kehittämispalveluja ovat:

- Täydennyskoulutus
- Konsultointi
- Mentorointi
- Ilmoittautumis- ja järjestämispalvelut
- Tutkimustoiminta
- Kustannustoiminta
- Digitaaliset palvelut
 - Seinätön museo -palvelu
- Kehittämishankkeet
- Jäsenneuvonta

Lisäksi koulutus- ja kehittämispalvelut toteuttavat tehtävänsä tekemällä yhteistyötä museoalan koulutusta tarjoavien tahojen kuten Museoviraston ja museoiden sekä yliopistojen, ammattikorkeakoulujen ja muiden oppilaitosten kanssa. Esimerkkejä oppilaitosyhteistyöstä ovat kontaktit museologiaa opettaviin yliopistoihin sekä Museomestarin erikoisammattitutkinto.

Strategiakaudella 2015-2020 Suomen museoliitto profiloituu Koulutus- ja kehittämispalvelujen kautta uusimman tiedon ja osaamisen lähteenä, ikkunana maailmalle sekä museoalan tärkeimpänä koulutus- ja kehittämisorganisaationa. Koulutus- ja kehittämispalveluissa tärkeää on tiivis verkostoituminen ja yhteistyö museoalan kehittämisorganisaatioiden kuten Museoviraston, yliopistojen ja muiden oppilaitosten kanssa. Yhteistyössä on keskeistä:

- 1) Koulutustarjonnan monipuolistaminen.
- 2) Henkilökunnan osaamisen ja uteliaisuuden ylläpitäminen
- 3) Ajankohtaisten koulutustarpeiden tunnistaminen ja ennakoiminen
- 4) Uusimpien koulutusmenetelmien ja -teknologioiden soveltaminen
- 5) Kumppanuusosaaminen
- 6) Englannin kielen taito ja englanninkielisen materiaalin tarjonnan kasvattaminen
- 7) Laajemman rahoituspohjan turvaaminen hankkeiden kautta

Viestintäpalvelut – museoalan kuuluvin ääni

Viestintäpalveluillaan Suomen museoliitto rakentaa museoalan brändiä, parantaa jäsentensä tunnettuutta ja tuo asiakkailleen uusimman tiedon heidän toimintaansa koskevista asioista sekä nostaa julkiseen keskusteluun museoalan edunvalvonnan kysymykset.

Viestintä on keskeinen osa kaikkia Museoliiton toimintoja. Museoliitto toimii fasilitoijana, innostajana ja avautusten tekijänä, joka saa museoiden edustajat aktivoitumaan ajankohtaisissa aiheissa.

Strategiakaudella 2015-2020 Suomen museoliitto profiloituu viestintäpalveluillaan koko museoalan ja jäsenistön viralliseksi, asiantuntevaksi ja luotettavaksi mielipiteeksi, mielikuvan rakentajaksi sekä alan ääneksi julkisessa keskustelussa. Strategiakaudella 2020 museoalan brändi kirkastuu ja museoiden ääni kuuluu alan ulkopuolelle. Museokortti lisää huomattavasti museoiden kävijöille kohdistuvaa viestintää.

Strategiakaudella 2015-2020 viestinnän edunvalvonnallinen merkitys korostuu aikaisempaa enemmän. Edunvalvontaviestintä pitää proaktiivisesti esillä rakennemuutosten konkreettisia seurauksia sekä tarjoaa päättäjille ratkaisumalleja.

Viestintäpalvelujen volyyymi Suomen museoliiton toiminnassa kasvaa edelleen muita palveluja enemmän. Se tulee mahdolliseksi Museokortin ja sitä ylläpitävän FMA Creations Oy:n resursseilla. Resurssien kasvattaminen on edellytys sille, että Museoliiton viestintä pystyy vastaamaan viestinnän muutokseen, jossa korostuu mobiiliviestintä sekä liikkuva kuva. Yksisuuntaisesta tiedottamisesta siirrytään yhä enemmän uutisvirtatyypiseen 24/7-viestintään.

Suomen museoliiton oman viestinnän kohderyhmiä ovat jäsenet, poliittiset päättäjät ja virkamiehet. Viestinnän keskeisiä työkaluja ovat Museoliitto.fi -verkkosivu, Facebook- ja Twitter -sivut keskusteluryhmineen, Museo-lehti, jäsen- ja lehdistötiedotteet, Julius-utiskirje, Museoposti-lista, tapahtumat ja henkilökohtainen yhteydenpito. Lisäksi Museoliitto helpottaa jäsentensä keskinäistä yhteydenpitoa Museoalan puhelinmuistiolla (SOIMU).

Museoiden käyttäjiin kohdistuva viestintä toteutetaan pääosin FMA Creations Oy:n palvelujen kautta. Keskeisiä työkaluja ovat Museot.fi -verkkosivusto, sosiaalinen media, Näyttelyposti-lista, tapahtumat ja teemaviikot (Museopäivä, Museoviikko ja Mennään museoon -viikko) sekä suoraviestintä Museokortti -asiakkaille.

Strategiakauden alussa Museo-lehti ilmestyy neljä kertaa vuodessa ja kokonaispainosmäärä on 25 500 kappaletta. Museoliiton verkkosivuilla vierailee päivittäin noin 150 kävijää. Kokonaiskävijämäärä on siten vuositasolla 110 000. Suosituimpia sivuja ovat näyttelykalenteri, museohaku, jäsentiedotteet ja avoimet työpaikat.

Tiedotteita lähetetään vuodessa noin 20. Sähköisellä Julius-utiskirjeellä on keskimäärin 1756 tilaajaa, joista noin 40 % avaa uutiskirjeen. Uutiskirje lähetetään keskimäärin kaksi kertaa kuukaudessa. Museoposti-listalla on 3422 sähköpostiosoitetta ja Näyttelyposti-listalla 598 osoitetta. Museoalan puhelinmuistiolla on 200 tilaajaa.

Strategisten tavoitteiden saavuttamisessa on keskeistä:

- 1) Digitaalisen median kehityksessä mukana pysyminen ja kyky reagoida nopeasti toimintaympäristön muutoksiin
- 2) Henkilökunnan viestintäosaamisen ylläpito ja kehittäminen
- 3) Yhteisöllisyys ja verkostotyön osaaminen, kentän kuuleminen ja vuorovaikutus
- 4) Tarvittavien viestintävälineiden roolitus ja valinta, sekä taloudellisten ja toiminnallisten kumppanien löytäminen.

Hallinto- ja tukipalvelut – museoalan toimivien työpaikka

Hallinto- ja tukipalveluilla huolehditaan Suomen museoliiton ulkoisten palvelujen resursoimisesta ja ohjaamisesta, hallinnosta ja toimiston ylläpidosta sekä henkilöstön osaamisen kehittamisestä. Hallinto- ja tukipalvelut huolehtii myös FMA Creations Oy:n hallinnosta.

Tukipalvelut sisältävät:

- hallinnon
- toimistopalvelut
- henkilöstöhallinnon
- taloushallinnon
- markkinointi- ja myyntipalvelut
- palvelut FMA Creations Oy:lle

Suomen museoliiton kokonaisbudjetti on 1,4 miljoonaa euroa.

Tulot jakautuvat

- Koulutus- ja kehittämispalvelut 896 000 euroa (64 % tuloista)
- Viestintäpalvelut 59 000 euroa (4 % tuloista)
- Yleisavustukset 275 000 euroa (20 %)
- Jäsenmaksut sekä ansiomerkit ja muut myyntituotteet 171 000 euroa (12 %)

Menot jakautuvat:

- Edunvalvontapalvelut 64 000 euroa (5 % menoista)
- Koulutus- ja kehittämispalvelut 801 000 euroa (57 % menoista)
- Viestintäpalvelut 146 000 euroa (10 % menoista)
- Hallinto- ja tukipalvelut 368 000 euroa (26 % menoista)
- Poistot 22 000 euroa (2 % menoista)

Suurin yksittäinen menoerä on henkilöstökulut, joiden yhteenlaskettu summa on 940 000 euroa.

Suomen museoliiton taseen loppusumma on 877 000 euroa.

Strategiakaudella 2015-2020 Suomen museoliitto profiloituu hallinto- ja tukipalveluilla museoalan toimivimpana, dynaamisimpana ja vakaimpana työpaikkana, joka tarjoaa kiinnostavia tehtäviä ja mahdollisuuksia itsensä kehittämiseen museoalan kansallisissa ja kansainvälisissä tehtävissä. Hallinto- ja tukipalvelut toteutetaan konsernityyppisesti sekä Suomen museoliitolle että sen omistamalle FMA Creations Oy:lle.

Strategisten tavoitteiden toteuttamisessa on keskeistä:

1. Kehitysmuutosten ylläpitäminen
2. Asiakaskeskeisyys
3. Liiketoimintaosaaminen