

VERKSAMHETSPLAN 2018

Finlands museiförbund rf

Godkänd vid årsmötet 24.5.2018

Innehållsförteckning

1 Finlands museiförbund.....	3
1.1 Finlands museiförbund 2018.....	3
1.2 Uppdrag	3
1.3. Vision 2023.....	3
1.4 Värderingar.....	4
2. Administrations- och stödtjänster	5
2.1 Administration	5
2.1.1 Verksamhetsmiljö 2018	5
2.1.2 Styrelsearbete	5
2.1.2 Kommittéer	5
2.1.3 Årsmöte	5
2.1.4 Kontorstjänster	6
2.1.5 Personaladministration	6
2.1.6 Ekonomiförvaltning	6
2.1.7 Marknadsföring och försäljning	7
3 Intressebevaknings- och kommunikationstjänster	8
3.1 Verksamhetsmiljön 2018	8
3.2 Intressebevakningsarbete	8
3.3 Museibranschens interna kommunikation	9
3.3.1 Nätsidor	9
3.3.2 Sociala media	9
3.3.3 Nyhetsbrevet Julius	9
3.3.4 Postningslistor: Museipost och Utställningspost	10
3.3.5 Ett professionellt publiceringsforum	10

3.4 Museibranschens externa kommunikation	10
3.4.1 Tidskriften Museo	10
3.4.2 Museipriser	10
3.4.3 Kommunikationskampanjer	10
3.4.4 Museikortsamarbetet	11
4 Utbildningstjänster	12
4.1 Verksamhetsmiljön 2018	12
4.2 Fortbildning för museiprofessionella	12
4.2.1 Utbildningsprogram 2018	12
4.2.2 Utbildningar som leder till examen	12
5 Utvecklingstjänster	13
5.1 Utvecklingsprojekt	13
5.1.1 The Making Museum	13
5.1.2 Vårt gemensamma arv	13
5.1.3 Berättelser som spel ett ESF-projekt	13
5.1.4 Konsortiet Konstsamlingar för webben.....	13
5.1.5 Museivision	13
5.1.6 LOKI –projektet	14
5.1.7 Utredningen Museifolket	14
5.1.8 En euro till	14
6 Museiförbundets Plussa-tjänster	15
6.1 Kookos -samlingsförvaltningen	15
6.2 Tjänsten Det vägglösa museet	16
6.3 Tjänsten Fråga Museet	16
6.4 Övriga tjänster: Uppdragsutbildning, konsultation och anmälningstjänster	16

1 Finlands Museiförbund

Finlands Museiförbund är en förening grundad år 1923, vars förbundsmedlemmar med beslutanderätt är organisationer som upprätthåller museer. Finlands museiförbund representerar sina medlemmars museer och för deras gemensamma talan.

Finlands museiförbunds framgång baserar sig på att det känner till museibranschens nationella och internationella helhetsbild, samt identifierar behoven hos medlemmarna. I Finlands museiförbunds 2020-strategi har beskrivits målen för utvecklandet av verksamheten under åren 2015–2020.

Under åren 2015–2020 är det centrala i förverkligandet av Finlands museiförbunds uppdrag att öka museernas synlighet, att stärka resurserna för intressebevakning samt att stärka det kunnande som förändringen i verksamhetsmiljön förutsätter.

2018 är ett viktigt år mitt i korsdraget av förnyandet av museibranschens strukturer och utvecklingslinjeringarna för de kommande åren. Under årets lopp offentliggörs reformen av statsandelssystemet och inleds förankringen av det Museipolitiska programmet. Dessutom har dataskyddslagen som träder i kraft i maj en betydande inverkan på museernas verksamhet.

1.1 Finlands museiförbund 2018

Finlands museiförbunds verksamhetsplan för år 2018 baserar sig på regeringens strategi som den 15.4.2015 har godkänt och som sträcker sig till år 2020. I början av år 2018 har Finlands museiförbund som medlemmar 207 samfund som utövar museiverksamhet och som förvaltar 394 museimål.

Museiförbundet utför sin regelmässiga uppgift genom att producera utbildningstjänster, utvecklingstjänster, intressebevaknings- och kommunikationstjänster, samt Plussa-tjänster som produceras museispecifikt på basen av särskilda överenskommelser. Dessutom äger Museiförbundet bolaget FMA Creations Ab, genom vilket man producerar de tjänster som hänför sig till Museikortet.

Producerandet av medlemstjänsterna finansieras med hjälp av medlemsavgifter, medelsanskaffning och undervisnings- och kulturministeriets allmänna understöd. Plussa-tjänsterna resurseras med intäkter man fått genom produktionen av dem. FMA Creations Ab är ett självständigt bolag, som ansvarar för sin egen administration och ekonomi.

1.2 Uppdrag

Finlands museiförbund hjälper museer att nå framgång.

1.3 Vision 2023

Finlands museiförbund som är hundra år gammalt är som aktör och utvecklare av kunnandet en föregångare inom sin bransch i Europa.

1.4 Värderingar

Grundstenarna i Finlands museiförbunds verksamhet är

1. medlemscentrering
2. nyfikenhet
3. mod
4. gemenskap

och principerna öppenhet (var öppen), respekt för var och en (respektera var och en), pålitlighet (var pålitlig), rättvisa (var rättvis) och vänlighet (var vänlig).

2 Administrations- och stödtjänster

Med administrations- och stödtjänsterna sköter man om Finlands museiförbunds administration, ledandet och resurseringen av verksamheten, medlemsregistret, upprätthållandet av kontoret samt utvecklandet av Museiförbundets egen personals kunnande.

Administrations- och stödtjänsterna finansieras med medlemsavgifter, medelanskaffning samt undervisnings- och kulturministeriets allmänna understöd.

2.1 Administration

2.1.1 Verksamhetsmiljö 2018

År 2018 drar Museiförbundet upp riktlinjerna för sin verksamhet med en ny strategi som sträcker sig till år 2023. I samband med strategiarbetet offentliggörs en verksamhetsmiljöanalys som berör hela museibranschen. Det centrala i Museiförbundets organisations verksamhet är att befästa Plussa-tjänsternas position och särskilt att slutföra Kookos-tjänsternas lanseringsskede.

2.1.2 Styrelsearbete

Styrelsearbetet förverkligas i enlighet med Finlands Museiförbunds regler, stadga och dokumentet *Suomen museoliiton hyvä hallinto* (God förvaltning i Finlands museiförbund). De regler och dokument som berör Museiförbundets förvaltning går igenom på det första mötet efter styrelsens årsmöte år 2018. Samtidigt görs en utvärdering av förverkligandet av reglerna.

Verksamhets- och ekonomiplanen godkänns i styrelsen i oktober och styrks på Museiförbundets årsmöte i maj. Förverkligandet av verksamhets- och ekonomiplanerna följs upp i samband med styrelsens möten.

Finlands museiförbunds långsiktiga mål har skrivits in i Strategi 2020. Den nya Strategi 2023 som sträcker sig fram till Finlands museiförbunds 100-årsjubileum görs upp före 2018 års årsmöte. Som bakgrund för strategin uppgörs en analys av verksamhetsmiljön och av det aktuella tillståndet.

Finlands museiförbunds styrelse utnämner i enlighet med bolagsordningen representanter till FMAC:s styrelse senast i maj. Bolagets verksamhet följs upp genom rapporten som FMAC Ab:s VD avger vid styrelsens möte.

2.1.2 Kommittéer

Styrelsen utnämner vid det första mötet efter årsmötet kommittéer för att stödja styrelsearbetet och Museiförbundets tjänsteproduktion.

2.1.3 Årsmöte

Årsmötet hålls i Vasa i samband med Museidagarna 24.5.2018. På årsmötet behandlas regelmässiga ärenden.

2.1.4 Kontorstjänster

IT-system

Behovet av nätbetalningsegenskaper för Museiförbundets tjänster utreds och vid behov tas möjligheten till nätbetalning i bruk.

Register

Museiregistrets uppgifter uppdateras skilt för de lokala museernas del. I samband med det besluter man till vilka delar och på vilka sätt man fortsätter upprätthålla registret som omfattar dem på ett sådant sätt att uppgifterna förblir aktuella. Dessutom går man tillsammans med dem som är ansvariga för upprätthållandet av personregistren igenom den nya dataskyddslagens innehåll för personregistrens del samt vidtar behövliga åtgärder.

Bokföring och löneräkning

Rätten att läsa de bokföringsrapporter som avges från ekonomiförvaltningssystemet utvidgas enligt behov.

2.1.5 Personaladministration

Personalresurserna hålls för medlemstjänsternas del på samma nivå som år 2017. Till Plussa-tjänsterna anställs vid behov mer personal om efterfrågan på tjänsterna förutsätter det.

När det gäller personalens kunnande förvissas man sig om att de kan använda Office 365-programmen och känner till innehållet i dataskyddslagen samt att de har förmåga att framträda och kommunicera. Dessutom upprätthålls det professionella kunnandet genom att delta i behövliga skolningar.

Lönerna justeras enligt statens kollektivavtal. Finlands museiförbunds lönesystem innehåller dessutom en resultatpremie som baserar sig på det funktionella och ekonomiska resultatet, och som styrelsen beslutar om skilt.

Arbetsmiljö och organisationskultur

En undersökning av arbetsvälbefinnandet genomförs och Tyhy-dagar ordnas på våren och hösten samt lillajul på vintern. Verksamhetens principer (värderingar) går igenom och definieras till behövliga delar på nytt.

2.1.6 Ekonomiförvaltning

Utgifter

Utgifterna presenteras mer noggrant i intäkts- och utgiftskalkylen. Ökningen av andelen för Plussa-tjänsterna (särskilt Kookos-tjänsterna) i Museiförbundets ekonomi ökar behovet av en rullande budgetering där betydelsen av uppföljandet av ekonomin och behovet av en specificering av den ekonomiska kalkylen växer under året. Möjliga förändringar görs inom budgeten, men gäller inte helhetsresultatet som har fastställts av årsmötet

Intäkter

Intäkterna presenteras mer noggrant i intäkts- och utgiftskalkylen. I Finlands museiförbunds intäkter växer de avgiftsbelagda Plussa-tjänsternas roll, särskilt som en följd av samlingsförvaltningen Kookos. Jämfört med tidigare år håller projektfinansieringens andel på att minska.

2.1.7 Marknadsföring och försäljning

Promotion

För att främja användningen av Finlands museiförbunds tjänster produceras i samarbete med de team som är ansvariga för tjänsternas innehåll behövliga marknadsförings- och försäljningsmaterial. Dessutom förbättras tjänsternas synlighet och åtkomlighet genom köp av medieutrymme och organiserande av kundtillfällen.

För Museidagarna produktifieras nya synlighets- och promotion-produkter, som riktas till företag och samfund som producerar tjänster för museibranschen.

Medlemstjänster

Utbildningstillfällen

Försäljningsmålen för utbildningstillfällena hålls på samma nivå som år 2017. Dessutom är målet att det deltagarantal som har planerats för utbildningsprogrammen förverkligas.

Tidskriften Museo

Distributionen av tidskriften *Museo* ökas genom avgiftsbelagda prenumerationer 200 st/nummer. Tidskriftens prenumerationer är vid årets slut 3 500 st, varav de avgiftsbelagda prenumerationerna är 1 200 st.

- de avgiftsbelagda prenumerationerna på tidskriften *Museo* aktiveras med synlighetskampanjer
- tidskriften *Museo* görs känd på mässor och vid evenemang genom att det görs en större upplaga av tidskriften för gratisutdelning

Medieutrymme: tidskriften *Museo*, nätsidan Museoliitto.fi

Försäljningsmålet för tidskriften *Museos* medieutrymme hålls på samma nivå som året innan. För uppnåendet av målet är det viktigt att utvidga medieutrymmet till nätsidan och att möjligen hitta nya försäljningsmål i och med att tidskriften *Museos* upplaga utvidgas till att innefatta Museikortkunderna.

Museiförbundets Plussa-tjänster

Samlingsförvaltningen Kookos

Samlingsförvaltningen Kookos erbjuder åt museer och andra organisationer som behöver samlingsförvaltning MuseumPlus^{RIA}-systemet, en serveromgivning, användningsstöd och utbildning samt vid behov en migration av materialen till det nya samlingsförvaltningssystemet. Under 2018 är det centrala målet att förutom att skaffa nya kundförhållanden dessutom det funktionella och ekonomiska konsoliderandet av Kookos-tjänsterna tillsammans med konsortiets medlemmar.

Tjänsten Det vägglösa museet

Det vägglösa museet är en av Finlands museiförbunds tjänster, genom vilken man hjälper museer att dra nytta av digitala innehåll genom internet- och mobilgränssnitt. Försäljningsmålet för tjänsten Det vägglösa museet är ställt på samma nivå som året innan.

Tjänsten Fråga museet

Försäljningsmålet för tjänsten Fråga museet är ställt på samma nivå som föregående år, men produktionen av en tjänst som siktar på tillväxt inleds.

Övriga tjänster

Finlands museiförbund producerar för det bolag det äger kontors- och administrationstjänster samt museispecifika konsulteringstjänster. Försäljningsmålet för tjänsterna är ställt på samma nivå som föregående år.

3 Intressebevaknings- och kommunikationstjänster

Med sina intressebevakningstjänster påverkar Finlands museiförbund museibranschens verksamhetsmiljö på det sättet att dess medlemmar har en möjlighet att verka på ett framgångsrikt sätt och utveckla sin museiverksamhet proaktivt.

Med sina kommunikationstjänster bygger Finlands museiförbund upp ett brand för museibranschen, förbättrar kännedomen om sina medlemmar, förser sina kunder med den senaste informationen om ärenden som berör deras verksamhet och lyfter till offentlig diskussion fram frågor som berör museibranschens intressebevakning.

Intressebevaknings- och kommunikationstjänsterna finansieras med medlemsavgifter, medelanskaffning, intäkter från tidskriften *Museo* samt med undervisnings- och kulturministeriets allmänna understöd.

3.1 Verksamhetsmiljön 2018

Under år 2018 befinner sig de strukturer som påverkar museernas verksamhetsmiljö i kraftig omvandling. De mest centrala omvandlingarna härvid är färdigställandet av den nya statsandelslagen och museilagen, ikraftträdandet av den nationella dataskyddslagen samt kommun- och landskapsreformen. Förutom detta står lanserandet av det Museipolitiska programmet och museernas ekonomifrågor fortfarande i centrum när det gäller museernas intressebevakning.

Resurseringen av intressebevakningsarbetet förstärks genom ett ännu tätare samarbete än tidigare med andra intresseorganisationer på kulturfältet.

3.2 Intressebevakningsarbete

Finlands museiförbund förverkligar sina intressebevakningsmål genom att delta i arbets- och styrgrupper, genom att ge utlåtanden samt genom att verka i musei- och kulturbranschens nationella och internationella nätverk. En central del i intressebevakningen är också Finlands museiförbunds kommunikation, med vilken man lyfter fram och för till diskussion aktuella frågor som berör museibranschen.

De mest centrala intressebevakningsuppgifterna och ärendehelheterna år 2018 är:

- förankrandet av det museipolitiska programarbetet
- förnyandet av statsandelslagen och museilagen
- den nya nationella dataskyddslagen samt de förändringar den innebär för museernas arbete
- bevarandet av penningspelmonopolet/penningspelslagens andra skede
- utvecklandet av det nationella digitala biblioteket och av Finna som hänförs till det
- det eventuella grundandet av en centralorganisation för kulturområdet och organisationens roll vid utökandet av kulturens finansiering samt vid förstärkandet av kulturens samhällsliga position
- förnyandet av fastighetsskatten
- utvidgandet av skatteavdragsrätten för donationer till att beröra donationer som riktar sig till museer
- kommun- och landskapsreformen

Finlands museiförbund är medlem i följande nationella nätverk:

- Veikkaus förmånsförmedlare
- Europa Nostra
- För kultur på lika villkor rf
- Kultur- och konstområdets centralorganisation, Kulta

Dessutom utför Finlands museiförbund ett nära samarbete med följande organisationer och nätverk:

- ICOM-Finland
- Museifackförbundet rf
- Finlands Hembygdsförbund

- Finland Kommunförbund
- TAKO-nätverket
- Visit Finland
- Föreningen för kulturarvsfostran i Finland

De viktigaste nätverken i den internationella intressebevakningen är De europeiska museiorganisationernas nätverk (NEMO) och de Nordiska museiförbunden.

En viktig del av Museiförbundets internationella verksamhet och intressebevakning är de bilaterala avtalen med Namibias, Pakistans och Rysslands museiförbund. Det här samarbetet förverkligas enligt separata årsplaner.

3.3 Museibranschs interna kommunikation

3.3.1 Nätsidor

Museiförbundets nätsidor (www.museoliitto.fi) fungerar huvudsakligen som medlemmarnas informationskanal. Dessutom betjänar de alla som är intresserade av museibranschen samt representanterna för media.

Sidans språkversioner utvecklas. Dessutom förbättras sidans visualitet och bildbanken utvidgas på det sättet att där finns illustrationer som berättar om Museiförbundets och museernas verksamhet och som det är fritt fram att använda. Samtidigt utvecklas Museiförbundets elektroniska bildarkiv till att bli mer funktionellt genom att man klassificerar och gallrar det material som finns.

3.3.2 Sociala media

Museiförbundet deltar på ett aktivt och interaktivt sätt i de sociala medierna varje vardag. Förutom den egna kommunikationen följer Museiförbundet aktivt nyhetsflödet som berör museerna samt delar det med alla som är intresserade av museibranschen. För närvarande är Facebook och Twitter i allra mest aktivt bruk. Man fortsätter också användningen av YouTube-kanalen. Ibrukttagandet av andra arbetsredskap övervägs allt eftersom deras användning i organisationskommunikationen och i Museiförbundets målgrupp ökar. Bruket av rörlig bild utökas.

Innehållsmarknadsföringen förstärks genom att man köper synlighet inom de sociala medierna, i syfte att utöka synligheten för de egna viktiga och för publiken intressanta ämnena. I Museiförbundets blogg förs museibranschs aktuella teman fram. I bloggen tar man ställning och strävar till att väcka diskussion. Bloggen uppdateras minst två gånger i månaden. Skribentkåren utvidgas också till att innefatta andra än Museiförbundets personal. Under år 2018 förnyas bloggens yttre form.

3.3.3 Nyhetsbrevet Julius

Museiförbundets nyhetsbrev är en medlemsförmån, som alla som arbetar i Museiförbundets

medlemsorganisation kan beställa. Innehållet består av material som publicerats på Museiförbundets nätsidor. Nyhetsbrevet skickas till prenumeranterna cirka två gånger i månaden.

Under år 2018 förnyas nyhetsbrevets yttre form, användningsmöjligheter skapas för bilderna och innehållet utvecklas. Dessutom övervägs utvidgningen av nyhetsbrevets distribution till att innefatta alla genom den länk som finns på Museiförbundets nätsidor.

3.3.4 Postningslistor: Museipost och Utställningspost

Museipost och Utställningspost är epostlistor som är öppna för alla, och till vilka listans medlemmar kan skicka meddelanden. Enligt medlemsundersökningar når epostlistorna de museiprofessionella allra bäst. Listorna har en fast läsekrets och fasta verksamhetsrutiner.

3.3.5 Ett professionellt publiceringsforum

Man bedömer alternativen för ett professionellt publiceringsforum för museibranschen och kartlägger de resurser som behövs till det år 2018 samt grundar en publikation under år 2019.

3.4 Museibranschens externa kommunikation

3.4.1 Tidskriften Museo

Under år 2017 profilerade sig tidskriften *Museo* som museernas kundtidning/museibranschens tidskrift, som erbjuder aktuell läsning för alla som är intresserade av museernas tjänster. Också det visuella uttrycket förnyades. Under år 2018 fortsätter man på den förnyade linjen och fördjupar tidningens artiklars publiksynvinkel samt för även fram museipolitiska synvinklar som är intressanta för alla.

Tidningen *Museo* utkommer fyra gånger i året: i februari, maj, september och november. Tidningarnas teman är År 1918, Kulturarvsåret, De unga samt Musiken.

Under år 2018 görs en läsar- och medlemsförfrågan om förnyelsens framgång samt om läsarnas önskemål beträffande tidskriftens innehåll.

Tidskriften delas ut som medlemsförmån till museernas anställda samt till prenumeranterna. I och med att tidningens avgiftsbelagda prenumerantantal ökar, utvecklas tidningens innehåll och produktion till att bli mera professionella och till att i högre grad motsvara läsarnas förväntningar, och de resurser som finns till förfogande utökas i mån av möjlighet. För att öka tidningens synlighet och professionalitet grundas för tidningen åtminstone en egen Facebook-sida och möjligheten av att grunda egna nätsidor bedöms.

3.4.2 Museipriser

Museipriserna delas ut på Museiprisgalen under de Riksomfattande museidagarna. År 2018 prisbelönas Årets museum och Årets museipublikation samt ett eventuellt specialpris beviljas. Också Museiförbundets medaljer delas ut på Museiprisgalan.

3.4.3 Kommunikationskampanjer

- Museiveckan 14–20.5 och Internationella museidagen 18.5.2018
- Lär dig i museet -veckan 2–5.10.2018
- Bjud in en politiker till museet -veckan, tidsbestämd till förhösten 2018 innan riksdagens pleniperiod inleds.

Fokus i Museiveckans kommunikation bestäms enligt det internationella temat. Speciellt satsar man på att uppmuntra museerna att fira den Internationella museidagen samt till att samarbeta med Museikortet.

Nu till museet -veckan ändras till Lär dig i museet -veckan. Materialet på sidan Opimuseossa.fi uppdateras för att svara mot den nya veckan. Veckans innehåll och kommunikation utvecklas och förnyas på ett sådant sätt att den bättre tjänar behovet hos museernas skolsamarbete. Vi funderar på nya teman och tidsavgränsningar samt förvekligar en nya affisch och ett nytt uttryck.

Museiförbundet deltar i Åbo bokmässan. På mässan kommuniceras om bla. Museikortet och tidskriften *Museo*.

Dessutom deltar Museiförbundet enligt behov i olika kommunikationskampanjer som hänförs till museerna, i egenskap av samarbetspartner.

3.4.4 Museikortsamarbetet

Kommunikationen som är riktad till museernas användare är i allt högre grad koncentrerad till FMAC Ab. Museiförbundet och FMAC Ab är emellertid i ett tätt samarbete, med syftet att Museikortprodukten så bra som möjligt ska betjäna både kortets användare och det finländska museifältet. Museikortet uppmärksammas enligt behov i alla Museiförbundets kommunikationskanaler. Museikortet å sin sida stöder Museiförbundets kommunikation i sina egna kanaler.

4. Utbildningstjänster

Med sina utbildningstjänster utvecklar och uppdaterar Finlands Museiförbund de museiprofessionellas kunskaper. Utbildningstjänsterna finansieras med medlemsavgifter, medelanskaffning, intäkter från utbildningstillfällen, och undervisnings- och kulturministeriets allmänna understöd.

4.1 Verksamhetsmiljön 2018

Förändringarna i museernas verksamhetsmiljö förutsätter av museernas personal ett kontinuerligt utvecklande av både sin egen och av museernas verksamhet. Museiförbundets utbildningstjänster erbjuder en möjlighet till att utvecklas genom att delta i fortbildning och/eller en utbildning som

leder till examen. Examina är professionella examina, i vars finansiering man i mån av möjlighet drar nytta av systemet med lärlingsavtal.

4.2 Fortbildning för museiprofessionella

4.2.1 Utbildningsprogram 2018

15–20 utbildningstillfällen genomförs under året. Syftet med utbildningstillfällena är att utveckla, utvidga och göra mer mångfacetterat de museiprofessionellas kunnande. Vid genomförandet av utbildningarna dras nytta av nätverk och kompanjonskap samt internationella aktörer. I Museiförbundets utbildningstjänsters utvecklingsprojekt ligger fokus särskilt på förnyandet av nätutbildningen.

I utbildningsprogrammet år 2018 finns bland annat: de Riksomfattande museidagarna i Vasa i maj, Utställningscafé och konstmuseidagarna, museernas digitala åtkomlighet samt förnyelserna i datakyddslagen. Aktualitetswebbinarier ordnas enligt behov.

4.2.2 Utbildningar som leder till examen

Museibranschens ledarskapsutbildning

Museibranschens ledarskapsutbildningsprogram 4 avslutas i maj 2018. Den femte gruppen har börjat i september 2017 och får sin examen i januari 2019. Utbildningen förverkligas i samarbete med Management Institute Finland MIF Oy, och de studerande avlägger i programmet en specialyrkesexamen i företagsledarskap.

Merkonom i museibranschen – en grundläggande examen i företagsekonomi

En grundläggande examen i företagsekonomi (merkonom) med inriktning på museibranschen förverkligas i samarbete med Markkinointi-instituutti (Marknadsföringsinstitutet).

Specialyrkesexamen i produktutveckling för dem som arbetar inom museibranschen

Skolningen inleddes i mars 2017 och avslutas i september 2018. Samarbetspartner är Edupol. Beroende på intresse startas en ny grupp år 2018.

5 Utvecklingstjänster

Med sina utvecklingstjänster för Finlands museiförbund nya arbetsredskap och verksamhetsmodeller till museernas bruk.

Utvecklingstjänsterna finansieras med projektbidrag.

5.1 Utvecklingsprojekt

5.1.1 The Making Museum

Finlands museiförbund är som partner med i The Making Museum -projektet som finansieras

genom Erasmus+ -programmet, och som är en fortsättning på Creative Museum -projektet som avslutades i augusti 2017. The Making Museum fortsätter utvecklandet av kreativa arbetssätt och spridandet av resultaten med hjälp av information och utbildning. Projektet håller på ända till slutet av februari 2019.

5.1.2 Vårt gemensamma arv

Huvudkanalen för kommunikationen om självständighetens jubileumsår nätsidan museo100.fi hålls i bruk efter jubileumsårets slut. Innehållsuppdateringar görs inte mera, men de videor som har producerats i videokampanjer och publicerats via sidan liksom andra innehåll som har förverkligats genom kampanjinsamlingar, lämnas på nätet för år 2018.

5.1.3 Berättelser som spel ett ESF-projekt

Projektet Berättelser som spel startades i maj 2017 och pågår ända till slutet av år 2018. Syftet med projektet är att öppna museernas kulturarvsinnehåll för dem som är kunniga på spelområdet, så att man på basen av museernas innehåll kan utveckla berättelsemässiga och spelmässiga digitala applikationer. Projektet ökar dialogen mellan och kunnandet hos aktörerna på musei- respektive spelområdet samt ger allt detta en ny inriktning. Projektkompanjon är yrkeshögskolan i Kajana. Projektet har fått finansiering från det riksomfattande ESF-programmet Kreativt kunnande.

5.1.4 Konsortiet Konstsamlingar för webben

Finlands museiförbund och Kuvasto undertecknade 29.3.2017 ett avtal som möjliggör att finländska konstnärers verk som finns i samlingar visas på nätsidor och i applikationer som museet upprätthåller utan verk- eller upphovsmannaspecifikt avtal.

Museerna får obegränsade nätförmedlingsrättigheter till alla de verk som finns i deras samlingar och som är belagda med upphovsrätt genom att skriva under ett avtal med Finlands museiförbund. Genom avtalet förbinder museerna sig att följa avtalet mellan Finlands museiförbund och Kuvasto i enlighet med de allmänna avtalsvillkoren. Till avtalet kan alla Finlands professionella museer ansluta sig. Under år 2018 strävar man efter att ingå avtal med alla konstmuseer och alla professionella museer som administrerar verksamlingar.

5.1.5 Museivision

Finlands museiförbund är med i projektet Museivision som koordineras av Suomen Kulttuurirahasto och som har som mål att förnya museernas utställningsverksamhet. Målet är att locka flera besökare till museerna och att förbättra besökarupplevelsen. I understödsansökan som har två faser hjälper Finlands museiförbund museerna speciellt med att ansöka om projektfinansiering, bland annat genom att organisera projektkliniker, genom att erbjuda information om de nyaste trenderna i museernas utställningsverksamhet och genom att utse en projektkoordinator för museernas bruk.

5.1.6 LOKI-projektet

LOKI-projektet siktar på att producera digitala tjänster som är gemensamma för museerna. Målet för projektet som förverkligas i samarbete med John Nurminen -stiftelsen är utvecklandet av en serviceplattform för det immateriella kulturarvet samt skapandet av en permanent aktörsmodell på nätet.

5.1.7 Utredningen Museifolket

Finlands museiförbund har med fem års mellanrum utfört utredningen Museifolket, där utbildningsbakgrunden och arbetstillfredsställelsen hos de personer som arbetar på museerna har utretts. Den föregående utredningen gjordes år 2013. År 2018 genomförs utredningen Museifolket på ett strukturellt likadant sätt som tidigare, så att utredningarna blir jämförbara. I år 2018s utredning uppmärksammar man också behovet som har nämnts i det Museipolitiska programmet av att utveckla kompetensbehoven samt att bredda kompetensen.

5.1.8 En euro till

Målet för projektet En euro till är att öka museernas museibutikers affärsomsättning och lönsamhet på ett sådant sätt att den genomsnittliga försäljningen ökar med en euro per besökare fram till år 2022. Syftet är en tilläggsintäkt på ungefär 7 miljoner euro till museerna. Man strävar till att uppnå syftet genom att:

1. förbättra framvisandet av museibutiksprodukterna
2. förbättra museibutikspersonalens försäljningskompetens
3. producera en koncepthandbok för små, medelstora och stora museers butiker
4. vidga museibutiksprodukternas distributionskanal genom en gemensam nätbutik, där huvudprodukterna är böcker samt eventuellt samlings- och verkbilder.

Projektet förverkligas i samarbete med Museiverket och FMA Creations Ab. Projektet finansieras av undervisnings- och kulturministeriet.

6 Museiförbundets Plussa-tjänster

Genom Plussa-tjänsterna producerar Finlands museiförbund tjänster som är skräddarsydda enligt museum och som baserar sig på särskilda avtal. Tjänsterna finansieras med de intäkter som fås från dem.

6.1 Kookos -samlingsförvaltningen

Kookos -samlingsförvaltningen är i produktionsbruk ända till slutet av år 2018 på Nationalgalleriet, Museiverket, Museo2015-pilotmuseerna, Postmuseet, Villa Gyllenberg samt enligt anbud på andra museer. Man strävar till att utvidga kundunderlaget för Kookos -samlingsförvaltningen genom att marknadsföra tjänsten aktivt vid olika tillfällen som ordnas inom museibranschen och genom att på begäran ge förevisningar av Kookos åt potentiella kunder. Syftet med Kookos -samlingsförvaltningen är att skaffa flera nya kunder under år 2018.

Utvecklandet av processerna för Kookos -samlingsförvaltningens tjänstehelhet fortsätter under år 2018. Utvecklandet av marknadsföringsmaterialen (bla en marknadsföringsvideo) för Kookos -samlingsförvaltningen fortsätter på basen av det arbete som påbörjats år 2017. Årliga användarträffar inleds. Med MuseumPlus^{RIA} -systemet möjliggörs ett gemensamt bruk av uppgifterna för alla de organisationer som använder systemet.

För Kookos -tjänsterna utarbetas tillsammans med konsortiets medlemmar (Nationalgalleriet, Museiverket) en långsiktig strategi vars syfte är tjänstens funktionella och ekonomiska stabiliserande.

6.2 Tjänsten Det vägglösa museet

Nätverket för tjänsten Det vägglösa museet utvidgas och utvecklandet av tjänsten fortsätter år 2018. Uppsamlingsidan för guider och rutter som har producerats av museerna avskiljs till en skild helhet. Ett speciellt tyngdpunktsområde i arbetet med att utveckla tjänsten är samarbetet mellan skolor och museer. Den grundläggande mobilguideutbildningen fortsätter och dessutom erbjuds för museerna en utbildning där man fördjupar sig mer noggrant i mobilguidernas egenskaper. Vid koordinerandet av tjänsten tar man i beaktande arbetet med att utveckla LOKI-projektet.

6.3 Tjänsten Fråga museet

Tjänsten Fråga museet utvecklas som en del av Finlands museiförbunds Plussa-tjänster och nätverket utvidgas med nya museer under år 2018. Tjänsten ökar synligheten för museernas sakkunnighet och åtkomligheten av den på nätet. Vid koordinerandet av tjänsten tar man i beaktande arbetet med att utveckla LOKI-projektet.

6.4 Övriga tjänster: Uppdragsutbildning, konsultation och anmälingstjänster

Museispecifika utbildningar och konsultuppdrag förverkligas enligt särskilda erbjudanden. Som enskild uppdragsutbildningsprodukt förverkligas i samarbete med Föreningen för kulturarvsfostran i Finland

VESO-dagen som riktar sig till lärare. Annan uppdragsutbildning och konsultation förverkligas enligt efterfrågan.