

MUSEUM 2010

Museerne i Kulturregion Storstrøm har gennemgået en rivende udvikling de seneste få år. For at kulturregionen skal have fuld glæde af denne massive investering, skal det nye museumsbillede være tilgængeligt og synligt for alle: for regionens indbyggere såvel som tilrejsende turister fra ind- og udland. Med en præcis og professionel markedsføring af såvel de enkelte museer som det samlede museumsbillede anno 2010 vil kulturregionen fremstå som et område i stor kulturel vækst og udvikling, og det vil herigennem være muligt for museerne at fremstå med den synlighed, som museerne og Kulturaftale Storstrøm efterlyser.

"Kulturaftale mellem kulturministeren og Kulturregion Storstrøm for perioden 1. januar 2008 til 31. december 2011

"Opgaver, mål og resultatkrav for de enkelte kulturområder og temaer

3.1 Kulturarv

Det overordnede mål er at sikre, synliggøre og udvikle det store potentiale, der ligger i områdets alsidige kunst- kultur- og naturarv, varetaget af aftaleområdets statsanerkendte museer."

Det er hensigten:

"Gennem en fælles professionel markedsføring af museerne som oplevelses- oplysningsbesøgsmål (f.eks. gennem attraktionsmærkeordninger, støtte til fremmedsproglig formidling, uddannelse af kulturguider etc.) skal museerne i området fremstå endnu mere klart og synligt end det hidtil har været tilfældet."

Hvad er "Museum 2010"

Museum 2010 er et projekt, der skal synliggøre, at Kulturregion Storstrøm har fået et kæmpe løft i kvalitet og mængde af kulturelle tilbud inden for et bredt, varieret og professionelt museumsvesen, og som skal synliggøre kulturregionens mange tilbud både for lokale og for turister.

Museum 2010-projektet er baseret på en velkendt, let anvendelig og standardiseret evaluering og stjerneklassificering af de enkelte museer, på en samlet evaluering af regionens museumsbillede med fokus på styrker og regionale synergieffekter, og på en regional profilering i lokale/regionale dagblade.

Regionens museer i rivende udvikling

Museerne i Kulturregion Storstrøm har gennemgået en rivende udvikling de seneste få år. Møns Museum og Sydsjællands Museum er sammenlagt til museerne.dk, der er på vej med det ambitiøse projekt Danmarks Borgcenter. Storstrøms Kunstmuseum har fået storslåede forhold i ny moderne arkitektur og er blevet til det højt profilerede Fuglsang Kunstmuseum. Museet Falsters-Minder skiftede først navn til Guldborgsund Museum og er nu sammenlagt med det tidligere Lolland-Falsters Stiftsmuseum til det store og slagkraftige Museum Lolland-Falster. Næstved Museum har videreudviklet deres publikumstilbud af høj kvalitet og arbejder netop nu med det visionære projekt Næstved Ny Museum. Reventlow-Museet arbejder for at placere museet i en national ramme og er primus motor i et omfattende herregårdsprojekt.

Østsjællands Museum har åbnet hele to nye attraktioner og udstillingssteder: Geomuseum Faxe på kanten af Faxe Kalkbrud og Koldkrigsmuseum Stevnstørt.

Projektbeskrivelse

For at understøtte museernes udvikling og sikre fuld udnyttelse af Kulturregion Storstrøms store nye turistmæssige ressource foreslår museerne et projekt i følgende 3 faser:

Fase 1 - Stjerneklassifikation

DTA, Danske Turist Attraktioner, har udviklet en kvalitetsmærkeordning, som kan give museerne et centralt udviklings- og markedsføringsværktøj til brug i arbejdet med at styrke kvaliteten og forbedre attraktionernes konkurrenceevne.

Da de statsanerkendte museer i Kulturregion Storstrøm hver i sær består af flere museer/attraktioner omfatter projektet to hovedattraktioner per museum.

Kvalitetsmærkeordningen, der - som hovedregel - er åben for alle entrébetingede, menneskeskabte og permanente attraktioner har følgende overordnede formål:

- At give attraktionerne et instrument til markedsføring
- At give attraktionerne et instrument til kvalitetsforbedring
- At gøre det nemt og overskueligt for turister i Danmark at få klar besked om de oplevelser, faciliteter og services, som findes på de enkelte attraktioner

Målet med en klassificeringsordning er således på den ene side, at give brugerne en letforståelig og hurtig information om turistattraktionens niveau, og på den anden side, at give attraktionerne et instrument til professionel udvikling af museernes oplevelsestilbud, service og fysiske faciliteter.

De attraktioner og museer, der deltager i mærkeordningen, vil få tildelt et kvalitetsmærke, når en række minimumskrav opfyldes. De attraktioner, der vælger at blive stjerneklassificeret, tildeles mellem 1 og 5 stjerner på grundlag af en ekstern, uafhængig og faglig vurdering af turistattraktionens oplevelsestilbud, service og fysiske faciliteter med inddragelse af turistattraktionens brugerundersøgelser.

Klassificeringen foretages af en uvildig og uafhængig part (assessor og ekspert). Efter klassificeringen er foretaget udfærdiges en rapport, som i detaljer fortæller det enkelte museum om styrker og svagheder.

Fase 2 – Profileringsperspektiver

Baseret på anbefalinger fra DTA findes den bedste konsulent til udarbejdelse af fælles rapport med profileringsperspektiver omfattende fælles markedsføring af de statsanerkendte museer i Kulturregion Storstrøm med det formål at styrke regionens synlighed i turismeperspektiv og at styrke museernes/attraktionernes synlighed i kulturregionen. Der lægges vægt på at skabe en stolthed i Kulturregion Storstrøm over egne kulturelle tilbud.

Fase 3 – Regional profilering

Baseret på anbefalinger fra rapporten om profileringsperspektiver udarbejdes en regional profilering. Den væsentligste faktor i dette er udarbejdelse af en fælles folder, der viser kulturregionens museer/attraktioner, og en skarpt skåret profilavis. Profilavisen vil præsentere status på Kulturregion Storstrøms professionelle og varierede tilbud af høj kvalitet. Profilavisen vil blive distribueret til kulturaftalens kommuner og kulturinstitutioner og for at nå bredt ud vil den blive vedlagt kulturregionens dagblade.

Tidsplan

Projektet ledes af museumsledernes sammenslutning SAML

Forår 2010

Fase 1: Evaluering og stjerneklassifikation af museer/attraktioner

Efterår 2010

Fase 2: Rapport om profileringsperspektiver

Forår 2011

Fase 3: Profilering

Budget

Kvalitetsmærke og stjerneklassificering af museer/attraktioner:

6 museer/attraktioner med besøgstal mellem 10.000 – 49.999: 6 x 11.900 kr. 71.400 kr.

6 museer/attraktioner med besøgstal indtil 9.999: 6 x 9.700 kr. 58.200 kr.

I alt 129.600 kr.

Moms 32.400 kr.

Rapport om fælles PR og Markedsføringskoncept

Konsulent 50.000 kr.

Profilering

Fælles folder 60.000 kr

Profilavis omdelt i Kulturregion Storstrøm 150.000 kr.

I alt 210.000 kr.

Moms 52.500 kr.

I alt inkl. moms 474.500 kr.