

## **VERKSAMHETSPLAN 2020**

Finlands museiförbund rf

Godkänd 7.10.2019 på styrelsens möte.  
Specificerad vid styrelsens möte 1.4.2020

## Innehållsförteckning

<b>1 FINLANDS MUSEIFÖRBUND 2020</b> .....	
.....	<b>2</b>
<b>1.1 UPPDRAG, VISION OCH VÄRDERINGAR</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ADMINISTRATIONS- OCH STÖDTJÄNSTER</b> .....	<b>3</b>
<b>2.1 BESKRIVNING AV TJÄNSTEN</b> .....	<b>3</b>
..	<b>3</b>
<b>2.2 MÅLSÄTTNINGARNA FÖR ÅR 2020</b> .....	<b>3</b>
.....	<b>3</b>
<b>2.2.1 Organiserande av styrelsearbetet och årsmötena</b> .....	<b>3</b>
.....	<b>3</b>
<b>2.2.2 Personaladministration</b> .....	<b>3</b>
.....	<b>3</b>
<b>2.2.3 Marknadsföring och försäljning</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2.4 Ekonomiadministration och dataadministration</b> .....	<b>4</b>
.....	<b>4</b>
<b>2.2.5 Planering och ledande av verksamheten</b> .....	<b>4</b>
<b>3 INTRESSEBEVAKNINGS- OCH KOMMUNIKATIONSTJÄNSTER</b> .....	<b>4</b>

<b>3.1 BESKRIVNING AV TJÄNSTEN</b> .....	<b>4</b>
<b>3.2 MÅLSÄTTNINGARNA FÖR ÅR 2020</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2.1 Nationell och internationell intressebevakning</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2.2 Medlemskommunikation</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2.3 Tidskriften Museo</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2.4 Nätpublikationen MuseoPro</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.5 Mediakommunikation</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.6 Nätkommunikation</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.7 Finlands museiförbund 100 år</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.8 Museipristävling</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.9 Kommunikationskampanjer</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2.10 Besökarundersökning</b> .....	<b>7</b>
<b>4 UTBILDNINGSTJÄNSTER</b> .....	<b>7</b>
<b>4.1 BESKRIVNING AV TJÄNSTEN</b> .....	<b>7</b>
<b>4.2 MÅLSÄTTNINGARNA FÖR ÅR 2020</b> .....	<b>7</b>
<b>4.2.1 Utbildningsprogrammet 2020</b> .....	<b>7</b>
<b>4.2.2 Utbildningar som leder till examen</b> .....	<b>8</b>
<b>5 UTVECKLINGSTJÄNSTER</b> .....	<b>8</b>
<b>5.1 BESKRIVNING AV TJÄNSTEN</b> .....	<b>8</b>
<b>5.2 UTVECKLINGSPROJEKT</b> .....	<b>8</b>
<b>5.2.1 Konstsamlingarna på nätet</b> .....	<b>8</b>
<b>5.2.2 Verksamheten i utvecklingsbolaget med inriktning på museibranschens digitalisering</b> .....	<b>9</b>
<b>5.2.3 En euro mer</b> .....	<b>9</b>
<b>5.2.4 Museibranschens kunnande till toppen</b> .....	<b>10</b>
<b>5.2.5 CREative MAKing for Lifelong learning (CREMA)</b> .....	<b>10</b>

5.2.6 Creative School .....	.....10
5.2.7 MOI! -Museums of impact .....	.....10
<b>6 MUSEIFÖRBUNDETS PLUSSA-TJÄNSTER.....</b>	<b>.....11</b>
6.1 BESKRIVNING AV TJÄNSTEN.....	.....11
6.2 SAMLINGSFÖRVALTNINGEN KOOKOS.....	.....11
6.3 TJÄNSTEN DET VÄGGLÖSA MUSEET .....	.....11
6.4 TJÄNSTEN FRÅGA MUSEET.....	.....12
6.5 ÖVRIGA TJÄNSTER: BESTÄLLINGSUTBILDNINGAR, KONSULTERING OCH ANMÄLNINGSTJÄNSTER.....	.....12

## 1 Finlands museiförbund 2020

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.

År 2020 kommer på grund av Coronaviruspandemin att vara annorlunda både för museerna och för Finlands museiförbund. Verksamhetsmiljön befinner sig på kort sikt i en avsevärd förändring som är svår att förutspå. Restriktionerna och minskningen i verksamhetens volym påverkar avsevärt både museernas och Finlands museiförbunds ekonomi och verksamhet under år 2020. Det är omöjligt att vid tidpunkten för godkännandet av denna verksamhetsplan skapa sig en exakt helhetsbild av effekterna, på grund av att man inte vet hur länge de undantagsförhållanden som pandemin har förorsakat kommer att vara. Denna verksamhetsplan utgår från antagandet att situationen börjar återgå till det normala från och med 1.6.2020.

Sedd i ett längre perspektiv är situationsbilden oförändrad och Finlands museiförbunds framgång grundar sig på kännedomen om museibranschens nationella och internationella helhetsbild och identifieringen av medlemmarnas behov. I Finlands museiförbunds strategi har målen beskrivits för utvecklandet av verksamheten under åren 2019–2023.

Under strategiperioden förutsätter verksamhetsmiljöns komplexitet och snabbbrörlighet av Finlands museiförbund mer flexibilitet än tidigare, att det tar till sig nya verksamhetsmodeller och klarar av instabilitet. Museernas framgång förutsätter av Finlands museiförbund en skarpare intressebevakning än tidigare när det gäller att lyfta fram museernas och kulturens position som något som har ett egenvärde samt när det gäller det ständiga förstärkandet av ekonomin.

Det mest centrala under strategiperioden i Finlands museiförbunds verksamhet är stöddandet av museerna när det gäller att förnya arbetsätten och verksamheten samt det programmässiga förtydligandet av museibrandet. Centralt i förstärkandet av intressebevakningen är att hålla en tätare kontakt än tidigare med den övriga kultursektorn speciellt i finansieringsfrågor. År 2020 är det andra verksamhetsåret som följer den nya strategin. En betydande förändring i verksamhetsmiljön är den nya museilagen som träder i kraft från början av år 2020 och effekterna av den på museibranschens strukturer samt dess ekonomi.

I början av år 2020 har Finlands museiförbund som medlemmar 207 sammanslutningar som idkar museiverksamhet, och som förvaltar 402 museimål som till största delen är professionellt skötta museer.

Museiförbundet utför sin stadgeenliga uppgift genom att producera utbildningstjänster, utvecklingstjänster, intressebevaknings- och kommunikationstjänster samt museispecifika Plussa-tjänster som produceras på basen av särskilda avtal. Dessutom äger Museiförbundet FMA Creations Oy som producerar tjänsterna som hänför sig till Museikortet.

Medlemstjänsternas kostnader täcks med medlemsavgifter, medelanskaffning samt undervisnings- och kulturministeriets allmänna bidrag. Plussa-tjänsterna resurseras med inkomster som erhållits genom produktionen av dem. FMA Creations Oy är ett självständigt bolag som ansvarar för sin egen administration och ekonomi.

## **1.1 Uppdrag, vision och värderingar**

I enlighet med sitt uppdrag hjälper Finlands museiförbund museer att nå framgång. Museiförbundets vision är den av stark intressebevakare och av banbrytande i Europa när det gäller utvecklandet av museibranschen.

Värderingarna i Finlands museiförbunds verksamhet är medlemscentrering, nyfikenhet, mod och gemenskaplighet. Principerna för vårt arbetssätt är öppenhet, respekt för var och en, pålitlighet, rättvishet och vänlighet.

## **2. Administrations- och stödtjänster**

### **2.1. Beskrivning av tjänsten**

Administrations- och stödtjänsterna sörjer för Finlands museiförbunds personal- och ekonomiadministration, ledandet och resurseringen av verksamheten, upprätthållandet av kontoret samt utvecklandet av Finlands museiförbunds personals kunnande och arbetssätt.

Administrations- och stödtjänsternas uppgifter är organiserandet av styrelsearbetet och årsmötena, medlemstjänster, personaladministration, marknadsföring och försäljning, förvaltning av apparater, program, material och utrymmen, ekonomiadministration, dataadministration samt planering och ledande av verksamheten.

Administrations- och stödtjänsterna har också ansvar för FMA Creations Oy:s ägarstyrning och bolagets administration. Administrations- och stödtjänsteteamet leds av generalsekreteraren.

### **2.2 Målsättningarna för år 2020**

#### **2.2.1 Organiserande av styrelsearbetet och årsmötena**

Styrelsen sammanträder i medeltal 6–7 gånger i året. Årsmötet hålls 2.9.2020 i Helsingfors.

Inför årsmötet preciseras årsmötespraxisarna, som hänför sig till behandlingen av de initiativ som presenteras på mötet och till det eventuella beslutandet om ärendena under mötet. Årsmötesinbjudan förtydligas och medlemmarna informeras om behandlingsprocessen för ärenden som man vill ta upp på årsmöten.

Årsmötesmaterialet (mötesinbjudan, föredragningslistan, verksamhetsplanen) och ett sammandrag av årsberättelsen översätts också till svenska.

#### **2.2.2 Personaladministration**

I Finlands museiförbund drar man på ett omfattande sätt nytta av distansarbetets möjligheter. Arbetsgemenskapens gemensamma anda upprätthålls och förbättras genom organiserandet av arbetsvälbefinnandedagar, lillajulsfester samt varje månads första måndag en månadspalaver, i dessa deltar också FMA Creations Oy:s personal.

Arbetsatmosfären följs regelbundet upp bl.a. genom arbetsatmosfärundersökningar som genomförs under pågående år.

### **2.2.3 Marknadsföring och försäljning**

Tidningen Museo har vid slutet av år 2020 1 100 prenumeranter varav 700 st (63 %) är förnyande och 400 (37 %) nya prenumeranter. Den eftersträvade prenumerationsinkomsten för tidningen Museo är 33 000 euro. Försäljningsmålet för Museiförbundets mediautrymme är 30 000 euro, varvid man har tagit i beaktande Coronakrisens beräknade effekter särskilt på försäljningen av mediautrymmet för tidningen Museo 2/2020. Den centrala målgruppen för försäljningen av nya prenumerationer på tidningen Museo är ägarna till Museikortet. Tidningens marknadsföring i Museikortets medier förstärks. En viktig förnyelse är lanserandet av nätversionen av tidningen Museo. Nätversionens mål är både att avsevärt öka upplagan samt att minska på kostnaderna som sammanhänger med gratisutdelningen.

Den övriga försäljningen (publikationer, I love Museums -produkter, reklamutrymmen) hålls på föregående års nivå.

### **2.2.4 Ekonomiadministration och dataadministration**

Faktureringen automatiseras och nätbetalning av produkter och tjänster möjliggörs. Arkivplanen uppdateras och en överenskommelse görs beträffande de praxisar som hör till arkiveringen och det gemensamma lagringsutrymmet. Dataskyddspraxisarna stärks genom att rapporten om behandling av personuppgifter kompletteras.

### **2.2.5 Planering och ledande av verksamheten**

För att verksamheten ska vara förutsebar och planmässig används i Museiförbundet teamspecifika årsklockor. För nya rekryteringar finns det en skriftlig introduktionsplan samt en personalguide.

En personalplan görs upp där man tar i beaktande förutsebara förändringar i verksamheten och personalbyten, vilka är faktorer som har betydelse för personalens struktur, antal, arbetsbilder samt professionella kunnande.

Utvecklingsdiskussionerna hålls på våren och hösten. Tyngdpunkten i vårens utvecklingsdiskussioner ligger på 2020 års mål och arbetsbilder. På hösten ligger tyngdpunkten på evalueringen av verksamheten och resultaten. I ledandet fästes uppmärksamheten vid arbetsgemenskapens värderingar och principer.

Vi fortsätter med distansutbildningen av teamledarna som började år 2019 samt vid behov med annan ledarutbildning.

### **3 Intressebevaknings- och kommunikationstjänster**

#### **3.1. Beskrivning av tjänsten**

Med intressebevaknings- och kommunikationstjänsterna lyfter Finlands museiförbund fram museibranschens syn på utvecklingens riktning och sköter om branschens interna informationstillgång samt förstärkandet av museibranschens brand. En central uppgift är att inspirera museerna till att utveckla sin verksamhet och att vara aktiva aktörer inom sina egna sammanslutningar.

För intressebevakningen ansvarar generalsekreteraren och för kommunikationen kommunikationschefen. Intressebevakningen och kommunikationen sköts genom ett team som leds av generalsekreteraren.

#### **3.2. Målsättningarna för år 2020**

##### **3.2.1 Nationell och internationell intressebevakning**

Museiförbundet bevakar aktivt sina medlemmars intressen så att de ska ha så lätt som möjligt att verka i den föränderliga verksamhetsmiljön. Till intressebevakningen hör bland annat medlemskap i nationella och internationella nätverk samt interaktion med beslutsfattare som är viktiga för museerna. Museiförbundet ger utlåtanden i egenskap av intressebevakare för museibranschen. År 2020 är det särskilt viktigt att till beslutsfattarna och de ledande tjänstemännen föra fram information om de problem som coronaepidemin har orsakat museibranschen samt förslag till hur man löser dem.

Museiförbundet är aktiv medlem i Kultur- och konstområdets centralorganisation KULTA rf:s verksamhet och utövar inflytande när det gäller målen för organisationens intressebevakning i syfte att de ska motsvara Museiförbundet mål.

Vi förbereder oss för kommunalvalet i april 2021 genom att registrera Museiförbundets valmålsättningar. Dessutom planerar vi en



intressebevakningskampanj som kommer att genomföras i början av 2021, och i vilken vi lyfter fram för museibranschen aktuella teman samt utvecklar interaktionen med beslutsfattare som är väsentliga för museerna.

Finlands museiförbund bevakar internationellt Finlands museers intresse genom att vara med i följande nätverk och organisationer: Europa Nostra Finland, ICOM, Kultur- och konstområdets centralorganisation KULTA rf, Bibliotekens, arkivens och museernas juridikgrupp KAM, Network of European Museum Organisations (NEMO) samt Kultur för alla rf.

### **3.2.2 Medlemskommunikation**

Museiförbundet är i aktiv interaktion med sina medlemmar via olika kommunikationskanaler. Medlemsinformationens kanaler är: Nätsidan Museoliitto.fi, medlemsinformation sbreven, nyhetsbrevet Julius, de sociala mediernas kanaler och diskussionsgrupper samt epostlistorna Museoposti och Näyttelyposti. Deras tillgänglighet evalueras genom en medlemskommunikationsförfrågan som genomförs på hösten 2020, så att man också får med synpunkter på publikationen MuseoPro. Resultaten av förfrågan används i utvecklandet av medlemskommunikationen.

Inställda kampanjer och andra undantagsarrangemang kan frigöra en del av kommunikationsteamets arbetstid för andra uppgifter. I den nya situationen koncentreras arbetstiden särskilt på kommunikation som hänför sig till coronaepidemin.

### **3.2.3 Tidningen Museo**

Tidningen Museo utkommer fyra gånger per år. Tidningens teman är:

Februari 2020: WAU!

Maj 2020: arbete

September 2020: skräck

December 2020: passion

Konceptförnyelsen för tidningen Museo är färdig och för tillfället är det aktuella att hitta ny läsarkrets. Under år 2020 utvecklar vi tidningen Museos prenumerantantal och igenkännbarhet tillsammans med Museikortet. Prenumerantantalet utökas i samarbete med administrations- och stödtjänsteteamet. Vi strävar efter att nå en ny läsarkrets speciellt med hjälp av tidningen Museos nätversion som tas i bruk från och med nummer 1/2020 av tidningen Museo.

Som stöd för tidningen Museos redaktion fungerar en grupp av experter som drar upp idéer för tidningens teman och synvinklar. Gruppen sammanträder ungefär fyra gånger i året.

### **3.2.4 Nätpublikationen MuseoPro**

MuseoPro är en nätpublikation som riktar sig till museiprofessionella och vars första nummer utkom i december 2019. Den innehåller nationella och internationella museinyheter, breda artiklar om museibranschens aktuella fenomen samt till exempel personintervjuer med museiprofessionella. I MuseoPro publiceras också en synvinkelcolumn som ersätter Museiförbundets blogg P.S. som tidigare har varit i bruk. Under 2020 uppdateras publikationen regelbundet. Årligen publiceras minst 12 stycken breda artiklar.

Under det första hela publikationsåret samlar vi in respons och prövar ut olika slags typer av texter, samlar textidéer och gör MuseoPro till en aktiv grupp av museiprofessionella.

Dessutom för vi fram MuseoPros internationella möjligheter att som språkversion visa upp finländskt museikunnande. Till MuseoPro länkas en Google-översättare.

### **3.2.5 Mediakommunikation**

Museiförbundet betjänar massmedias representanter genom att svara på frågor som berör museibranschen och genom att erbjuda lämpliga intervjuobjekt. Museiförbundet publicerar vid behov pressmeddelanden till exempel angående museibranschens finansiering, statistik och kampanjer. Dessutom följer Museiförbundet aktivt med den offentliga diskussionen som hänför sig till museibranschen och förmedlar information om den till sina medlemmar.

### **3.2.6 Nätkommunikation**

Tillämpbarheten av Museiförbundets nätkommunikation ur den förändrade lagstiftningens synvinkel utreds. De nödvändiga förändringarna görs så att museiförbundets nättjänster motsvarar EU:s tillgänglighetsdirektiv som trädde i kraft 1.4.2019.

### **3.2.7 Finlands museiförbund 100 år**

Museiförbundet fyller 100 år 2023. Jubileumsåret förbereds av en arbetsgrupp i vilken det ingår representanter för Museiförbundets styrelse och Museiförbundets personal. Under år 2020 överväger vi temana och finansieringen för ett forskningsprojekt som hänför sig till museibranschens fenomen eller historia. Dessutom startar vi förberedelserna för 2023 års Museidagar som ordnas i Helsingfors.

### **3.2.8 Museipristävling**

Museiförbundet ansvarar för koordineringen av Årets museum- prisen. Årets Museum-priset delas inte ut år 2020. Priset Årets museipublikation delas ut så som man tidigare planerat. Vinnarna firas i samband med kvällsfesten under höstens Museidagar. Dessutom är ett mål att kandidaterna för Årets Museum 2020 presenteras i form av en högklassig nätutställning. Som förverkligad skulle nätutställningen vara en synlig början för Vårt gemensamma arv Ab:s verksamhet.

### **3.2.9 Kommunikationskampanjer**

Den riksomfattande *Museiveckan* ordnas inte på grund av coronavirussituationen. Som en ersättande kampanj ordnas möjligen en temavecka som lyfter fram museernas digitala tjänster.

Museiförbundet ordnar *En politiker på museipraktik* -veckan 24–28.8.2020. Målet för veckan är att på ett praktiskt sätt berätta för politiker om museernas mångsidiga arbete. Under det här året utvecklas kampanjens svenskspråkiga kommunikation. Dessutom produceras för museerna en färdig inbjudningsbas, en tryckt broschyr om museernas genomslagskraft samt praktiska instruktioner för förverkligandet av besöket.

Museiförbundet koordinerar en *Lär dig på museet*- vecka som riktar sig till skolelever och studenter och som för fram museerna som mångsidiga inlärningsmiljöer. Kampanjen organiseras 6–9.10.2020. Vi inspirerar museerna till att förverkliga veckan i samarbete med universitetsstudenter som läser till lärare.

### **3.2.10 Besökarundersökning**

Finlands museiförbund har med cirka tio års mellanrum genomfört riksomfattande besökarundersökningar och den föregående besökarundersökningen har publicerats år 2011. Vi påbörjar förberedelserna för besökarundersökningen och genomför förfrågan 2021.

## **4 Utbildningstjänster**

### **4.1 Beskrivning av tjänsten**

Förändringarna i museernas verksamhetsomgivning förutsätter ett kontinuerligt utvecklande av de museiprofessionellas kompetens. Finlands museiförbunds utbildningstjänster erbjuder museibranschens aktörer en möjlighet att uppdatera, vidga och fördjupa sitt kunnande genom att ordna kompletterande utbildning samt utbildning som leder till examen tillsammans med sina samarbetspartner. Examina är yrkesinriktade examina, som genomförs som läroavtalsutbildning eller med annan statlig finansiering. Utbildningstjänsterna finansieras med medlemsavgifter, medelanskaffning, intäkter från kurserna samt med undervisnings- och kulturministeriets allmänna bidrag. Utbildnings- och utvecklingsteamet leds av utbildnings- och utvecklingschefen.

### **4.2 Målsättningarna för år 2020**

#### **4.2.1 Utbildningsprogrammet 2020**

I innehållet i utbildningsprogrammet för år 2020 har tagits i beaktande den respons som har getts av deltagare i utbildningarna under de föregående åren, samt utbildnings- och

utvecklingstjänsternas strategiska tyngdpunkter. Förutom detta har också andra aktuella teman och fenomen lyfts fram.

Syftet är att förverkliga cirka 15–20 kompletterande kurser under år 2020. I formandet av kursernas innehåll tar vi i beaktande de museiprofessionella som verkar inom olika arbetsuppgifter på museifältet och deras utvecklingsbehov. Vid förverkligandet av utbildningarna drar man nytta av museibranschens och andra områdens nätverk, kompanjonskap och internationella samarbetspartner.

I utbildningsutbudet för år 2020 finns etablerade kurser samt sådana som riktar sig till nya målgrupper. I utbildningskalendern finns bla. kurser som hänför sig till utställningsmanusskrivande, hållbar utveckling, kulturturism samt föremålskänedom. Av de årligen återkommande kurserna förverkligas Konstmuseidagarna och Utställningsforum (tidigare Utställningskafé). Som nytt återkommande program ordnas Museimästarnas utbildningsdagar. Dessutom erbjuds kurser som går ut på försäljning, marknadsföring och kundkänedom. På grund av koronaepidemin flyttas största delen av vårens kurser över till hösten. En del av kurserna kommer eventuellt att få lov att ställas in helt. Museidagarna i Esbo ställs in för majs del och ordnas 1–2.9 i Helsingfors.

Nätkursen Museiarbetets grunder som riktar sig till nykomna arbetande inom museibranschen går att studera i Museiförbundets inlärningsomgivning Moodle. Via Museiförbundets Moodle erbjuds också nätkursen Kulturarvet sätter fart på spelet som har förverkligats inom ESR-projektet Berättelser i spelform och som är planerad speciellt för spelbranschen. Utbudet av nät- och flerformsutbildning utökas under året med åtminstone två utbildningar. Aktualitetswebbinarier ordnas enligt behov.

Vi följer upp situationen för utbildningen i museologi genom att bjuda in representanter för läroämnet till ett möte. Vi bedömer situationen för de internationella samarbetsprotokollen (MoU) och hur de målsättningar som har skrivits in i avtalen förverkligas under 2020 och 2021 samt utarbetar planer för förverkligande och finansiering.

#### **4.2.2 Utbildningar som leder till examen**

##### ***Museibranschens ledarutbildning***

Museibranschens ledarutbildningsprogramms sjunde examensgrupp ska börja sin verksamhet på våren 2020. Utbildningen förverkligas i samarbete med Management Institute Finland MIF Oy. Studerandena avlägger inom programmet en specialyrkesexamen i ledarskap och företagsledarskap som läroavtalsutbildning.

##### ***Museibranschens förmäns utvecklingsprogram***

En ny grupp börjar på våren 2020. Utbildningen förverkligas i samarbete med Management Institute Finland MIF Oy. Studerandena avlägger inom programmet en yrkesexamen i närförmansarbete som läroavtalsutbildning. I den förberedande utbildningen kan man delta också på distans.

##### ***Merkonom i museibranschen – grundläggande examen i företagsekonomi***

Den grundläggande examen i företagsekonomi (merkonom) som riktar sig till museibranschen förverkligas i samarbete med Markkinointi-instituutti (Marknadsföringsinstitutet) som läroavtalsutbildning.

##### ***Specialyrkesexamen i produktutveckling för arbetande inom museibranschen***

Den andra gruppen utexamineras i november 2019. Samarbetspartner är Careeria, tidigare Edupol. Utbildningen genomförs som läroavtalsutbildning och i genomförandet används nätföreläsningar och möjligheten att delta på distans. Syftet är att starta en tredje grupp på våren 2020.

## **5 Utvecklingstjänster**

### **5.1 Beskrivning av tjänsten**

Med sina utvecklingstjänster bidrar Finlands museiförbund med nya redskap och verksamhetsmodeller för utvecklandet av museernas verksamhet. Utvecklingstjänsterna finansieras huvudsakligen med projektbidrag och med kursintäkter i samband med projekten.

### **5.2 Utvecklingsprojekt**

#### **5.2.1 Konstsamlingarna på nätet**

Finlands museiförbund och Kuvasto undertecknade 29.3.2017 ett avtal som möjliggör att verk av finländska konstnärer som finns i samlingar visas på nätsidor som handhas av museerna och i applikationer utan verk- eller upphovspersonspecifikt avtal.

Museerna får obegränsade nätförmedlingsrättigheter till alla sina samlingsverk som är belagda med upphovsrätt genom att underteckna ett avtal med Finlands museiförbund. Genom avtalet förbinder sig museerna till att följa det avtal som finns mellan Finlands museiförbund och Kuvasto i enlighet med de allmänna avtalsvillkoren. Till avtalet kan alla Finlands professionellt skötta museer ansluta sig.

Under år 2020 strävar vi till att få alla konstmuseer och professionella museer som handhar verksamlingar att ansluta sig till avtalet. Vi inleder en diskussion med Kuvasto vars syfte är att möjliggöra utnyttjandet av nätsynligheten vid konstnärernas och museernas inkomstförskaffande. I praktiken betyder detta att man gör försäljningen av verkbilder och upphovsrättigheter enklare. Dessutom inleder vi i samarbete med Kuvasto diskussioner med undervisnings- och kulturministeriet och med stiftelserna som finansierar kulturen om en fortsatt finansiering av Konstsamlingarna på nätet från år 2021 framåt.

### **5.2.2 Verksamheten i utvecklingsbolaget med inriktning på museibranschens digitalisering**

Finlands museiförbund, FMA Creations Oy och John Nurminens Stiftelse drar igång verksamheten för ett utvecklingsbolag inriktat på museibranschens digitalisering. Företagets uppgift är att utveckla koncept och plattformslösningar för att publicera, distribuera och kommersiellt utnyttja det digitala kulturarvet. Bolaget producerar i samarbete med museerna digitala arbetsredskap, plattformar och användargränssnitt genom att använda sig av koncentrerad innovation och produktion. Bolagets verksamhet effektiviserar produktionen av digitala tjänster, främjar ibrukttagandet av nya verksamhetsmodeller och användningen i större skala inom museibranschen av digitala kulturarvsmaterial.

En del av Finlands museiförbunds nuvarande experters arbetsinsats kan allokeras i bolagets bruk. Finlands museiförbund flyttar också över ett långsiktigt kunnande och färdiga tjänster till det bolag som grundas. Finansiering sökes från undervisnings- och kulturministeriet, Business-Finland samt från potentiella kompanjoner genom särskilda ansökningar.

### **5.2.3 En euro mer**

Syftet med projektet En euro mer är att öka museibutikernas omsättning och lönsamhet på så sätt att den genomsnittliga försäljningen ökar med 1 euro per besökare före år 2022.

Ibrukttagandet av museihandelskonceptet som utarbetats i projektet stöds under år 2020 med museihandelsutbildningar, som genomförs som specialutbildningar som riktar in sig på museihandels skilda delområden. I planeringen drar man nytta av handboken i museihandel som har publicerats inom projektet, resultaten och erfarenheterna av pilotprojektperioden samt kartläggningsförfrågningarna gällande särskilda utbildningsbehov. Under år 2020 utreds också lösningarna för museerna gällande hur näthandeln av tjänster ska skötas, och samarbetet mellan museibutikerna främjas.

Projektet genomförs i samarbete med Museiverket och FMA Creations Oy. Finansiering sökes från undervisnings- och kulturministeriet.

### **5.2.4 Museibranschens kunnande till toppen**

I projektet som finansieras av undervisnings- och kulturministeriet genomfördes en kompetenskartläggning av museibranschen år 2019. Under år 2020 publiceras en analys av resultaten av kartläggningen. Dessutom sökes finansiering för en fortsättning på arbetet i enlighet med förslagen i det museipolitiska programmet Möjligheternas museum. Detta innebär utvecklandet av en kompletterande utbildning inom museibranschen samt uppbyggandet av ett kompetens- och rörlighetsprogram.

### **5.2.5 CREative MAKing for Lifelong learning (CREMA)**

Finlands museiförbund är partner i projektet CREative MAKing for Lifelong learning (CREMA) som finansieras genom Erasmus+ - programmet och som inleds i september 2019. Projektet CREMAs målsättning är att utveckla och öka kreativiteten inom vuxenutbildningen. I projektet använder man sig av museisamlingar med tillämpande av olika slags innovativa metoder. Syftet är att skapa gemensamma anvisningar för tre

olika målgrupper, hos vilka betonas bla. lärandet mellan generationerna och förebyggandet av diskriminering.

Projektet koordineras av Stiftelsen Regionalmuseet Skåne (Sverige) och partner förutom Finlands museiförbund är Szabadteri Neprajzi Muzeum (Ungern), NGO Creative Museum (Lettland), Società cooperativa BAM! Strategieculturali (Italien), Historie og Kunst (Danmark), Udzura Za Raz vojUradi Sam Kulture Radiona (Kroatien). Projektet sträcker sig till den 31.8.2022.

#### **5.2.6 Creative School**

Finlands museiförbund är partner i Erasmus+ -projektet Creative School. Projektet fortsätter på arbetet som utförts av projekten Creative Museum och Making Museum. I projektet tillämpas de kreativa och innovativa arbetsredskap och metoder som har utvecklats inom dessa projekt på läromoduler som utvecklas för skolor. Genom användning av kulturarvet främjas barnens självstyrande inläring, kritiska tänkande och visuella läskunnande.

Projektet koordineras av Association Dédale (Frankrike) och partner är förutom Finlands museiförbund Cap Sciences (Frankrike), Chester Beatty Library (Irland), Heritec Limited (Storbritannien), STEPS (Italien), Michael Culture (Belgien), Ars Electronica Linz (Österrike) och Udzura Za RazvojUradi Sam Kulture Radiona (Kroatien). Projektet sträcker sig till den 31.8.2022.

#### **5.2.7 MOI! -Museums of impact**

Projektets koordinators är Museiverket och partner är: IBACN, Hellenic Ministry of Culture, NEMO, Cycladic Museum, Estonian National Museum, Finlands museiförbund, European Museum Academy, Museum Council of Iceland, Stiftung Preussischer Kulturbesitz SPK och MUSIS. Projektet hör till det Kulturella underprogrammet för programmet Kreativa Europa och i projektet utvecklas en europeisk utvärderingsmodell som är ett pilotprojekt i europeiska museer. Projektperioden är 1.12.2019–31.3.2022.

### **6 Museiförbundets Plussa-tjänster**

#### **6.1 Beskrivning av tjänsten**

Med sina Plussa-tjänster producerar Finlands museiförbund museispecifikt skräddarsydda tjänster som baserar sig på särskilda avtal. Tjänsterna finansieras med intäkterna från dem själva.

#### **6.2 Samlingsförvaltningen Kookos**

Finlands museiförbunds samlingsförvaltning Kookos innehåller följande tjänster:

- Samlingsförvaltningssystemet MuseumPlus
- Ett säkrat serverutrymme för sparandet av samlingsdata
- Stöd för användandet av samlingsförvaltningssystemet Kookos HelpDesk
- Årliga kurser för att effektivera katalogiserandet och användningen av systemet

Kookos lämpar sig för hantering av vilket som helst museums material med undantag av naturvetenskapliga museers. Förutom för museer lämpar sig samlingsförvaltningen Kookos tjänstehelhet på ett vidsträckt sätt också för andra slags organisationers samlingsförvaltningars skilda behov.

I samlingsförvaltningen Kookos strategi (2018–2023) har som mål uppställts tjänstens årliga tillväxt innefattande en funktionell och ekonomisk stabilisering. För tillfället har samlingsförvaltningen Kookos 15 kunder. Under år 2020 utökas antalet kunder med 6–8 nya kunder. Kundvärvandet effektiveras i enlighet med samlingsförvaltningen Kookos marknadsföringsplan. Marknadsföringen riktas speciellt till museer som använder sig av system som befinner sig i slutet av sin levnadsbåge (till exempel Musketti-museerna), till museer som använder sig av ett samlingsförvaltningssystem skräddarsytt för museet eller andra motsvarande system samt till museer eller andra organisationer som inte har i sitt bruk något samlingsförvaltningssystem.

I bruktagandeprojekten med tillhörande migrationer kommer vi att genomföra huvudsakligen i form av eget arbete utan underleverantörers arbetsinsats (zetcom ltd, Devnet Oy). Förutom ibruktagandeprojekten erbjuder samlingsförvaltningen Kookos sina nuvarande kunder en möjlighet att komplettera eller ändra data som finns i systemet som tilläggsarbete (tex. kompletterande migrationer, automatisk städning av data).

Samlingsförvaltningen Kookos söker särskild tilläggsfinansiering från offentliga finansieringskanaler särskilt för utvecklandet av samlingsförvaltningssystemet MuseumPlus funktionaliteter.

För kundmuseerna ordnas på våren den årliga Kookos-användardagen. Vid behov erbjuds kunden också annan tilläggsutbildning (webbinarier), om det i systemet tas i bruk nya egenskaper eller funktionaliteter. Samlingsförvaltningen Kookos team leds av tjänstedirektören.

### **6.3 Tjänsten Det vägglösa museet**

Tjänsten Det vägglösa museets nätverk utvidgas med fem nya kunder och utvecklandet av tjänsten fortsätter under år 2020. Tyngdpunktsområdet i utvecklingsarbetet är ett mer vidsträckt utnyttjande av materialens tillgänglighet och av möjligheterna i användargränssnittet Finna som har tagits i bruk. Dessutom effektivteras marknadsföringen av kompendiesidan för de guider och rutter museerna har producerat [www.seinatonmuseo.fi](http://www.seinatonmuseo.fi). Som stöd för mobilguidens grundkurs produceras utbildningsvideor för att studera användningen av arbetsredskapet.

I koordineringen av tjänsten beaktas målsättningarna hos utvecklingsbolaget som grundats av Finlands museiförbund och John Nurminens Stiftelse och som är inriktat på museibranschens digitalisering.

### **6.4 Tjänsten Fråga museet**

Tjänsten Fråga museet utvecklas som en del av Finlands museiförbunds Plussa-tjänster och nätverket utvidgas med nya museer under år 2020. Marknadsföringen av tjänsten effektivteras och dess synlighet utökas på Finlands museiförbunds olika kanaler.

I koordineringen av tjänsten beaktas målsättningarna hos utvecklingsbolaget som grundats av Finlands museiförbund och John Nurminens Stiftelse och som är inriktat på museibranschens digitalisering.

### **6.5 Övriga tjänster: Beställningsutbildningar, konsultering och anmälningstjänster**

Beställningsutbildningar, konsultering och anmälningstjänster genomförs enligt efterfrågan på basen av särskilda erbjudanden.