

VERKSAMHETSPLAN 2019

Finlands museiförbund rf

Godkänd på årsmöte 16.5.2019

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 sina medlemmar. I strategin Finlands museiförbund 2023 finns målen för utvecklandet av verksamheten under åren 2019–2023 beskrivna.

Under strategiperioden som började år 2018 förutsätter komplexiteten och den snabba rörligheten i verksamhetsmiljön ännu mer flexibilitet än tidigare, förmågan att ta till sig nya verksamhetsmodeller och att klara av osäkerhet.

Museernas framgång förutsätter en intressebevakning som är ännu skarpare än tidigare när det gäller framlyftandet av museernas och kulturens position som något som har egenvärde samt ett kontinuerligt förstärkande av ekonomin.

Det centrala i verksamheten under åren 2018–2023 är att stöda museerna i förnyandet av arbetsätten och verksamheten samt förtydligandet av det programmatiska museivarumärket.

Målen nås genom att man förstärker resursallokeringen av utbildnings- och utvecklingstjänsterna samt av Plussatjänsterna som erbjuder nya tekniska lösningar. Det centrala i förstärkandet av intressebevakningen är ett tätare samarbete än tidigare med andra sektorer inom kultursektorn.

År 2019 är det första verksamhetsåret som följer den nya strategin och detta syns i form av exceptionellt stora investeringar för att dra igång och genomföra den eftersträvade utvecklingen.

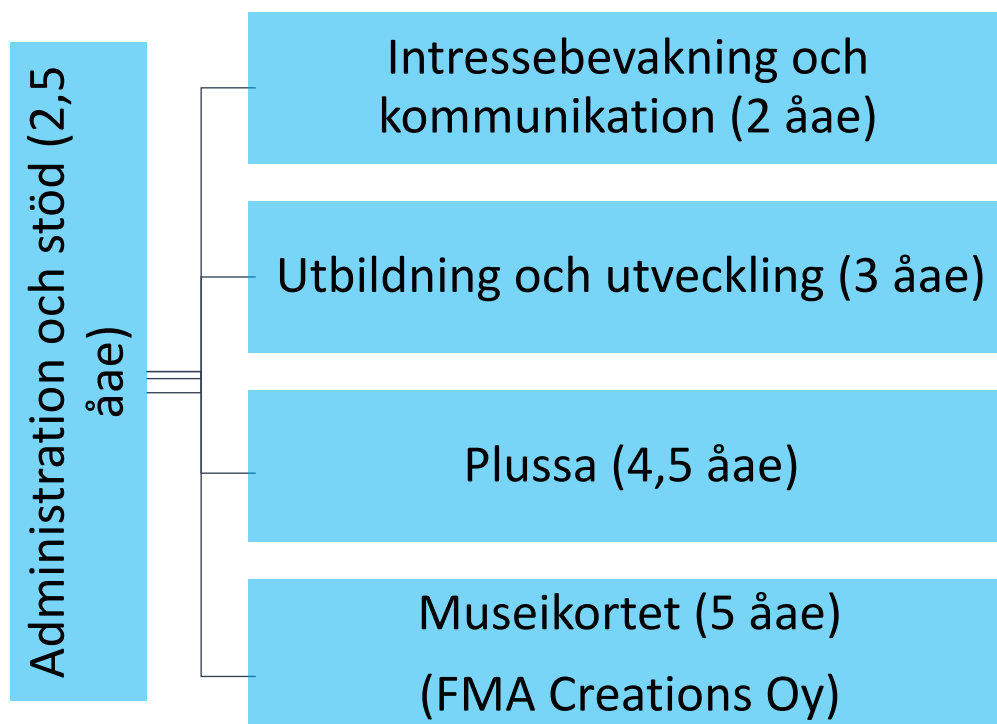
1.1. Finlands museiförbund 2019

I början av 2019 har Finlands museiförbund som medlemmar 207 samfund som idkar museiverksamhet, och som administrerar 399 museimål.

Museiförbundet genomför sin regelmässiga uppgift genom att producera utbildningstjänster, utvecklingstjänster, intressebevaknings- och kommunikationstjänster samt museispecifika Plussatjänster som produceras på basen av särskilda avtal. Dessutom äger Museiförbundet bolaget FMA Creations Oy genom vilket tjänsterna som hänförs till Museikortet produceras.

Producerandet av medlemstjänsterna resurseras med medlemsavgifter, medelinsamling och med undervisnings- och kulturministeriets allmänna bidrag. Plussatjänsterna resurseras genom inkomsterna från producerandet av dem. FMA Creations Oy är ett självständigt bolag som ansvarar för sin egen administration och ekonomi.

Bild 1: Finlands museiförbunds organisation 2019



1.2 Uppdrag

Finlands Museiförbund hjälper museerna att bli framgångsrika.

1.3 Vision

Finlands museiförbund är en stark intressebevakare och en föregångare i Europa som utvecklare inom museibranschen.

1.4 Värden

Grundstenarna i Finlands museiförbunds verksamhet är

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

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

2 Administrations- och stödtjänster

2.1 Beskrivning av tjänsten

Med administrations- och stödtjänsterna sköts Finlands museiförbunds personal- och ekonomiförvaltning, ledandet och resurseringen av verksamheten, upprätthållandet av kontoret samt utvecklandet av Finlands museiförbund.

Administrations- och stödtjänsternas uppgifter är: organiserande av styrelsearbetet och årsmötena, medlemstjänster, personaladministration, marknadsföring och försäljning, hantering av maskiner, program, redskap och utrymmen, ekonomiförvaltning, informationsförvaltning samt planering och ledande av verksamheten.

Administrations- och stödtjänsterna svarar också för ägarstyrningen och administrationen av FMA Creations Oy.

För ledandet av administrations- och stödtjänsterna svarar generalsekreteraren.

2.2 Speciella mål för år 2019

2.2.1 Organiserande av styrelsearbetet och årsmötena

Årsmötet hålls i Tammerfors 16.5.2019. Före årsmötet förbereds höjandet av medlemsavgiften med motiveringen nya uppgifter och tjänster. Före årsmötet preciseras årsmötespraxisarna vad gäller behandlingen av initiativ som presenteras på mötet och det eventuella beslutandet om ärendena under mötets gång.

Före årsmötet förnyas också medlemsansökans struktur och kriterierna för förbundsmedlemmarna definieras på ett klarare sätt än förut. Årsmötets svenskspråkiga utbud utökas genom att man låter översätta årsmötesmaterialet och producerar en svenskspråkig sammanfattning i årsberättelsen.

2.2.2 Personaladministration

En undersökning om arbetsatmosfären samt en lagstadgad arbetsplatsutredning görs tillsammans med Arbetshälsan. Med hjälp av arbetsplatsutredningen uppskattas arbetets, arbetsgemenskapens och arbetsmiljöns inverknings på hälsan och arbetsförmågan samt specificeras innehållet i arbetshälsovården.

I Finlands museiförbund drar man på ett vidsträckt sätt nytta av möjligheterna för distansarbete. Som utmaningar som hänför sig till distansarbete och distansledning har man identifierat:

- Mätandet av arbetsprestationer
- Den anställdas engagemang i företaget och i företagens kultur
- Den anställdas förmåga att leda sig själv
- Uppföljandet av mängden av stress hos den anställda
- Hantering av teamets mångformighet
- Tillgängligheten av en förman
- Observerandet av skynda problem

- Delandet av information

Under år 2019 förstärks distansledningskunnandet hos dragarna av teamet. Gemenskapligheten upprätthålls och förbättras under vårens och höstens arbetshälsodagar, på lillajulsfesterna samt under månadspalavern som ordnas den första måndagen i varje månad. Dessutom fäster man när det gäller ledandet uppmärksamheten vid värden och principer samt i utvecklingsdiskussionerna vid arbetsbeskrivningarna. Mer om det här i punkt 2.2.7.

2.2.3 Marknadsföring och försäljning

Tidskriften Museo har 1 300 prenumeranter i slutet av år 2019 varav 800 st (62%) är förnyare och 500 (38%) nya prenumeranter. Den eftersträvade prenumerationsinkomsten för tidskriften Museo är 37 000 euro. Museiförbundets mediautrymmes försäljningsmål ställs i enlighet med år 2018 års utfall det vill säga på 47 000 euro. Försäljningen som hänför sig till tidskriften Museo utvecklas på basen av år 2018 års läsarförfrågan.

Annan försäljning (publikationer, I Love Museums –produkter, annonsutrymmen) hålls på föregående års nivå.

2.2.4 Ekonomiförvaltning

Faktureringen automatiseras och nätbetalning möjliggörs för alla Finlands museiförbunds produkters del.

2.2.5 Informationsadministration

Man förbättrar arkiveringen av materialen genom att uppdatera arkiveringsplanen och genom att efter det komma överens om praxisar beträffande arkiveringen. I samband med det här skapas praxisar för användningen av ett gemensamt lagringsutrymme. Man förstärker dataskyddspraxisarna genom att komplettera registret över behandling av personuppgifterna.

2.2.6 Planering och ledande av verksamheten

Verksamhetens förutsägbarhet och planmässighet förbättras genom att praxisarna för årsklockan förenhetligas.

En skriftlig introduktionsplan för nya rekryteringar utarbetas.

Finlands museiförbunds (inkl. FMA Creations) gemensamma och teamspecifika interna värden (verksamhetsprinciper) definieras. Utvecklingsdiskussioner hålls på våren och på hösten. Tyngdpunkten för vårens utvecklingsdiskussioner ligger på år 2019 års mål och arbetsbeskrivning. På hösten ligger tyngdpunkten på evalueringen av verksamheten och resultaten.

3 Intressebevaknings- och kommunikationstjänster

3.1 Beskrivning av tjänsten

Med sina intressebevaknings- och kommunikationstjänster lyfter Finlands museiförbund fram museibranschens synvinklar på riktningen för den eftersträvade utvecklingen samt sköter om branschens

interna informationstillgång och förstärkandet av museibranschens brand. En central uppgift är att inspirera museerna att utveckla sin verksamhet och att vara aktiva aktörer i sina egna samfund.

Med sina intressebevaknings- och kommunikationstjänster påverkar Finlands museiförbund museibranschens nationella och internationella verksamhetsmiljö på ett sådant sätt att medlemmarna har en möjlighet att fungera framgångsrikt och utveckla sin museiverksamhet. Det centrala när det gäller att lyckas i arbetet är ett täckande nätverkande med nationella och internationella organisationer inom musei- och kulturbranschen.

I början av år 2019 är Finlands museiförbund med som medlem i följande nätverk och organisationer: Europa Nostra Finland, Kultur- och konstområdets centralorganisation KULTA rf, Kirjastojen, arkistojen ja museoiden juridiikkaryhmä KAM (Bibliotekens, arkivens och museernas juridikgrupp KAM), Network of European Museum Organisations (NEMO), Veikkaus förmånsförmedlare samt För kultur på lika villkor rf.

Intressebevaknings- och kommunikationstjänsternas uppgifter är nationell och internationell intressebevakning, medlemsinformation, produktionen av tidskriften Museo och av nätpublikationen MuseoPro (arbetsnamn) som grundas 2019, nätkommunikation och mediakommunikation samt koordineringen av Museipristävlingen och genomförandet av kommunikationskampanjer.

En allt starkare roll innehar de sociala medierna, där Museiförbundet är närvarande varje vardag via olika kanaler. En speciell roll i intressebevakningen har P.S. -blogi (P.S. -bloggen) i vilken man lyfter fram aktuella ämnen inom museibranschen till diskussion. Inom museibranschens interna kommunikation är huvudkanalerna nyhetsbrevet Julius, Museiposten och medlemsinformationen.

För intressebevakningen svarar generalsekreteraren och för kommunikationen kommunikationschefen. Intressebevakningen och kommunikationen utgör ett team för vars ledande generalsekreteraren svarar.

3.2 Speciella mål för år 2019

3.2.1 Nationell intressebevakning

Finlands museiförbund flyttar över verksamheten i Veikkaus förmånsförmedlarnätverk på branschens centralorganisation KULTA rf:s ansvar.

3.2.2 Medlemsinformation

Nyhetsbrevet Julius prenumerationsantal höjs med hundra. Det totala prenumerationsantal man strävar att ha i slutet av år 2019 är 2000 och öppningsprocenten höjs till i genomsnitt 40-nivån.

3.2.3 Tidskriften Museo

Månaderna då tidskriften Museo utkommer och dess teman är:

- februari / påverkan
- juni / sport
- september / natur
- december / trafik

Tidningens sidantal och innehållsmängd hålls minst på den nivå som de har höjts till under år 2018 (ungefär 40 till 60 sidor och ungefär 12 artiklar/tidning.) Planen för tidskriftens fortsatta utveckling görs upp på basen av resultaten från en läsarförfrågan som gjordes under hösten 2018.

Man grundar för tidskriften nätsidor och en Facebookkanal speciellt för tidskriftens marknadskommunikation och prenumerantvärvning. Grundandet av nätsidorna förutsätter planering och förverkligande av den tekniska produktionen, det grafiska uttrycket och innehållsstrukturen och en kontinuerlig innehållsproduktion samt reserverande av de resurser som fordras för förverkligandet av dessa.

Efter dessa åtgärder har åtgärder för tidskriftens konceptförnyelse som inleddes år 2016 vidtagits.

3.2.4 Nätpublikationen MuseoPro

En nättidskrift grundas som berättar om museibranschens professionella innehåll och vars arbetsnamn är MuseoPro. Man förverkligar planeringen av den tekniska produktionen, planeringen av det grafiska uttrycket, planeringen av innehållsstrukturen samt grundar en redaktion. Man skapar det första innehållet som krävs för publikationen och en innehållsplan för början av 2020. En kommunikationsplan görs upp för publikationen. Publikationen lanseras på vintern 2019–2020.

Grundandet av nätpublikationen MuseoPro är ett utvecklingsprojekt för år 2019 som genomförs med projektfinansiering man ansöker om.

3.2.5 Kampanjer

I samarbete med Museikortet stärker man i museernas årskalender synligheten för och betydelsen av Museiveckan som ordnas den 13–19.5. De evenemang som under veckan särskilt lyfts fram är Finlands museiförbunds Museidagar i Tammerfors 15–17.5 och den Internationella museidagen 18.5.

Bjud in en politiker till museet -veckan organiseras den 26–30.8. Till museerna strävar man speciellt att locka nya riksdagsledamöter som börjat sitt arbete på våren.

Lär dig på museet -veckan organiseras 1-4.10.

3.2.6 Museipris

Prisernas antal utökas genom Museikortets publikpris. Priserna delas ut på Museiprisgalan, på Museidagarna i Tammerfors 16.5.

4 Utbildningstjänster

4.1 Beskrivning av tjänsten

Förändringarna i museernas verksamhetsomgivning förutsätter en kontinuerlig utveckling av de museiprofessionellas kompetens. Finlands museiförbunds utbildningstjänster erbjuder en möjlighet till att uppdatera, vidga och fördjupa museibranschens aktörers kompetens genom att organisera kompletterande utbildning samt examensinriktad utbildning i samarbete med sina samarbetspartner. Examina är yrkesexamina, som avläggs i form av läroavtalsutbildning eller med annan statlig finansiering. Utbildningstjänsterna finansieras med medlemsavgifter, med medelinsamling, med intäkter från utbildningstillfällena och med undervisnings- och kulturministeriets allmänna bidrag.

Finlands museiförbund utvecklar sina utbildningstjänster genom att förnya den digitala inlärningsomgivningen Moodle som används i nätutbildningen.

4.2 De museiprofessionellas utbildning

4.2.1 Utbildningsprogrammet 2019

Under året ordnas 15–20 kompletterande utbildningar. Syftet med de kompletterande utbildningarna är att vidga de museiprofessionellas kunskaper och göra det mer mångsidigt. Vid förverkligandet av utbildningarna drar man nytta av nätverk och kompanjonskap samt internationella samarbetspartner.

I utbildningsprogrammet finns år 2019 bl.a.: Museielektorsdagarna i april, de Riksomfattande museidagarna i Tammerfors i maj, Näyttelycafé (Utställningskafé) samt Konstmuseidagarna på hösten i Helsingfors. Aktualitetswebinarianer ordnas enligt behov. Digitaliseringens möjligheter och det ekologiska tänkandet i museiarbetet är teman som betonas i utbildningarna. I den förnyade inlärningsomgivningen Moodle öppnas 1–3 nätkurser.

4.2.2 Examensutbildningar

Museibranschens ledarutbildning

Den femte gruppen i museibranschens ledarutbildningsprogram utexamineras i januari 2019. Den sjätte examensgruppen börjar i mars 2019. Utbildningen förverkligas i samarbete med Management Institute Finland MIF Oy. Studerandena tar i programmet en specialyrkesexamen i företagsledning i form av en läroavtalsutbildning.

Utvecklingsprogrammet för museibranschens förmän

Den första gruppen inledde sina studier i september 2018 och blir färdig i november 2019. Utbildningen förverkligas i samarbete med Management Institute Finland MIF Oy. Studerandena tar i programmet en yrkesexamen i förmansarbete i form av en läroavtalsutbildning. I den förberedande utbildningen kan man också delta på distans.

Merkonom i museibranschen – grundexamen i affärsverksamhet

Grundexamen i affärsverksamhet (merkonom) med inriktning på museibranschen förverkligas i samarbete med Markkinointi-instituutti i form av en läroavtalsutbildning.

Specialyrkesexamen i produktutveckling för dem som arbetar i museibranschen

Den andra gruppen inleder sina studier i mars 2019. Samarbetspartner är Careeria, tidigare Edupol. Utbildningen genomförs som läroavtalsutbildning och i genomförandet utnyttjas nätföreläsningar och möjligheten att delta på distans.

5 Utvecklingstjänster

5.1 Beskrivning av tjänsten

Med sina utvecklingstjänster tillför Finlands museiförbund nya verktyg och verksamhetsmodeller till utvecklandet av museernas egen verksamhet. Utvecklingstjänsterna finansieras med projektbidrag.

5.2 Utvecklingsprojekt

5.2.1 The Making Museum

Finlands museiförbund är som partner med i projektet The Making Museum som finansieras via Erasmus+-programmet, och som är en fortsättning på projektet Creative Museum som avslutades i augusti 2017. The

Making Museum fortsätter på utvecklandet av kreativa arbetsmetoder och på spridandet av resultat med hjälp av information och utbildning. Projektet varar till slutet av februari 2019.

5.2.2 Gemensamt arv

Nätsidan museo100.fi som var huvudkanalen för självständighetens jubileumsårs information tas ur bruk och omformas helt och hållet till att bli tjänsten Vägglöst museums nätsida, www.seinatonmuseo.fi.

5.2.3 ESF-projektet Berättelser i spelform

Projektet Berättelser i spelform startade i maj 2017. Projektet ökar dialogen mellan museibranschens och spelområdets aktörer, ökar deras kunskaper och ger det en ny inriktning. Projektpartner är yrkeshögskolan i Kajana. Projektet har fått finansiering från det riksomfattande ESF-programmet Kreativt kunnande. För projektet ansöks om förlängd tid till den 30.4.2019. Syftet med den förlängda tiden är att sammanställa och sprida projektets resultat. Möjligheterna utreds för ett nytt gemensamt projekt för spelbranschen och museibranschen och finansiering söks.

5.2.4 Konsortiet Konstsamlingar på nätet

Finlands museiförbund och Kuvasto undertecknade 29.3.2017 ett avtal som möjliggör att verk av finländska konstnärer som finns i samlingarna visas på de nätsidor och applikationer som handhas av ett museum utan verk- eller upphovsmannaspecifikt avtal.

Museerna får obegränsade nätförmedlingsrättigheter till alla de upphovsrättsbelagda verken i sina samlingar genom att underteckna avtalet med Finlands museiförbund. Genom avtalet förbinder sig museerna att följa avtalet mellan Finlands museiförbund och Kuvasto i enlighet med de allmänna avtalsvillkoren. Till avtalet kan alla professionella museer i Finland ansluta sig.

Under år 2019 siktar man in sig på att i konsortiet få som medlemmar alla konstmuseer och professionella museer som administrerar verksamlingar. Med Kuvasto inleds en diskussion vars syfte är att möjliggöra utnyttjandet av nätsynligheten vid konstnärernas och museernas inkomstförskaffande. I praktiken betyder detta att försäljningen av verkbilder och upphovsrättigheter blir enklare. Dessutom inleds i samarbete med Kuvasto diskussioner med undervisnings- och kulturministeriet samt med kulturfinansierande stiftelser om en fortsättning på finansieringen av Konstsamlingar på nätet från år 2021 framåt.

5.2.5 Museivision

Finlands museiförbund är med i projektet Museivision som koordineras av Suomen kulttuurirahasto och som strävar till ett förnyande av museernas utställningsverksamhet. Syftet är att få fler besökare till museerna och att förbättra besökarupplevelsen. År 2019 delar Suomen kulttuurirahasto ut Museivisions understöd för förverkligande till utvecklingsprojekt som varar till år 2022. Finlands museiförbund ordnar för de museer som deltar i ansökningen om understöd gemensamma utbildningstillfällen och utser en projektkoordinator för museernas bruk.

5.2.6 LOKI-projektet

LOKI-projektet fortsätter på utvecklandet av museernas gemensamma digitala publiceringsplattform. Finlands museiförbund och John Nurminens stiftelse grundar ett bakgrundssamfund som svarar för verkställandet av plattformens och tjänstens produktion och lanseringen till museerna. År 2019 tas en avgränsad pilotversion av tjänsten i bruk. Syftet är att förbinda museerna och organisationerna på kulturarvsområdet till att använda plattformen mer än de för närvarande gör och att utveckla plattformens funktionalitet. Finansiering söks från undervisnings- och kulturministeriet.

5.2.7 En euro mer

Syftet för projektet En euro mer är att öka museernas museibutikers omsättning och lönsamhet på ett sådant sätt att den genomsnittliga försäljningen stiger med en euro per besökare fram till år 2022.

I projektet förbereds och förverkligas pilotprojektet gällande museibutikskonceptet på åtminstone fyra museer. Pilotprojektets resultat utvärderas och finslipas för museernas bruk inför år 2020. Koncepthandboken som är riktad till museerna blir färdig före slutet av året. Dessutom ordnas utbildning och åtminstone ett museibutiksseminarium för museerna.

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

5.2.8 Att få museibranschens kunnande till toppen

I projektet som finansieras av undervisnings- och kulturministeriet planeras och förverkligas ett digitalt kompetenskartläggningsredskap för att bedöma de museiprofessionellas kunnande och identifiera utvecklingsbehoven.

5.2.9 Övriga projektansökningar i vilka Museiförbundet är med som partner

Creative School (en del av aktörerna i projektet The Making Museum söker ett nytt projekt), Erasmus+ börjar 1.9.2019.

CREMA – CREative MAKing for Lifelong Learning (Erasmus+), dragare The Regional Museum of Skane (Sweden) dragare Anna Hansen, 3-årigt projekt, inleds 1.9.2019.

DReAM team development project, NordPlus 2019, (2-årigt projekt), Uppsala University (Department of ALM) - coordinator, Vilnius University (Faculty of Communication), Estonian Open-air museum (Estonia), Museum of Energy and Technology (Lithuania).
1.9.2019–1.9.2021

Ett förslag till ett projekt som handlar om återanvändningsekonomi, hållbar utveckling och liknande teman förbereds, för vilket kompanjoner och finansiering söks.

5.2.10 Utvecklande av museologins undervisningsmaterial

Behovet av undervisningsmaterial i museologi och finansieringsmöjligheterna för det utreds i samarbete med de universitet som undervisar i museologi.

6 Museiförbundets Plussatjänster

6.1 Beskrivning av tjänsten

Med Plussatjänsterna producerar Finlands museiförbund museispecifikt skräddarsydda tjänster som baserar sig på särskilda avtal. Tjänsterna finansieras med inkomsterna man har fått från dem.

6.2 Samlingsförvaltningen Kookos

Samlingsförvaltningen Kookos erbjuder museerna en tillförlitlig helhetstjänst för samlingsförvaltningen (det internationella samlingsförvaltningssystemet MuseumPlusRIA som kontinuerligt utvecklas, en serverlösning och helpdesk/utbildningar). Tjänsten är tillämpbar på alla museer och de typer av material som finns i deras samlingar med undantag av naturvetenskapliga museer.

Som syfte för strategin för samlingsförvaltningen Kookos (2018–2023) har uppställts tjänstens funktionella och ekonomiska stabiliserande och tillväxt från år 2019 framåt. Samlingsförvaltningen Kookos kundunderlag utökas genom ett aktivt marknadsförande av tjänsten genom olika kanaler. I enlighet med

strategin värvas 6–8 nya kunder i året. Målmarknaden är främst Muusamuseerna, Muskettimuseerna och de museer som inte behöver migration samt andra aktörer som förvaltar samlingar och som inte har i bruk ett samlingsförvaltningssystem. Muusa- och Muskettimuseernas migrationer görs i samarbete med en underleverantör (zetcom ltd) och de övriga migrationerna utförs på egen hand.

Samlingsförvaltningen Kookos tjänstehelhets processer utvecklas och Kookos sakkunnigas kompetens utvecklas i de migrationer som utförs utan underleverantör (zetcom ltd). Produktifieringen av samlingsförvaltningen Kookos fortsätter. För kundmuseerna ordnas en användardag på våren.

6.3 Tjänsten Vägglöst museum

Tjänsten Vägglöst museums nätverk utvidgas med fem nya museer. Utvecklingen av tjänsten fortsätter år 2019 och ett speciellt tyngdpunktsområde är uppdateringen av publiceringsredskapet i enlighet med tillgänglighetskraven. Uppsamlingsidan för guiderna och rutterna som museerna har producerat görs om till en egen helhet seinatonmuseo.fi.

Vid koordinerandet av tjänsten tas också i beaktande LOKI-projektets utvecklingsarbete och resultat. För mobilguiden ordnas sammanlagt tre grundutbildningar.

6.4 Tjänsten Fråga museet

Tjänsten Fråga museet utvecklas som en del av Finlands museiförbunds Plussatjänster och nätverket utvidgas med nya museer under år 2019. Tjänstens marknadsföring effektiveras och dess synlighet utökas i Finlands museiförbunds olika kanaler. Vid koordineringen av tjänsten tas i beaktande det utvecklingsarbete som görs i LOKI-projektet.

6.5 Övriga tjänster: Beställningsutbildningar, konsultation och anmälningstjänster

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