

Museum Sønderjyllands strategi 2021-2025

Nærværende version af museets strategi for 2021-2025 er vedtaget på bestyrelsesmødet den 30. november 2020. Den her publicerede version er en ren tekstversion af den vedtagne strategi. I januar 2020 ombyrdes teksten og udgives i en lettere tilgængelig form med forord af museets bestyrelsesformand og direktør samt illustrationer knyttet til de enkelte afsnit.

4. januar 2020

Henrik Harnow
Direktør for Museum Sønderjylland

Mission

Museum Sønderjylland skal inden for museets ansvarsområde indsamle, bevare, registrere, forske i og formidle kultur-, kunst- og naturhistorien fra de tidligste tider til i dag i et lokalt, nationalt og globalt perspektiv. Museum Sønderjylland skal gøre historien tilgængelig, aktuel og væsentlig for så mange som muligt. Museets aktiviteter skal skabe viden og bevidsthed om Sønderjyllands særlige rolle som kulturbro og grænseland.

Vision 2025

Museum Sønderjylland leverer høj kvalitet i løsningen af museumsopgaverne og tilbyder varierede, udfordrende og engagerende udstillinger og aktiviteter.

Museum Sønderjylland er kendt og værdsat af sønderjyder og af gæster og samarbejdspartnere i ind- og udland som en vedkommende, aktuel kulturinstitution, der er attraktiv at besøge og samarbejde med.

Museum Sønderjylland er en tiltrækkende kulturinstitution at arbejde for, med god trivsel, mulighed for at forfølge ambitioner og for få et spændende og varieret arbejdsliv.

Museum Sønderjylland har i samarbejde med de enkelte kommuner udviklet flere museer til kendte og populære, højtprofilerede attraktioner og dermed bidraget til at understøtte de sønderjyske kommuners udvikling kulturelt og økonomisk og til at styrke og perspektivere den sønderjyske identitet.

Indsamling, bevaring og registrering

I den foregående strategiperiode fra 2018 ff. var det lovbundne område et af museets stærkeste strategiske fokusområder, fordi den problematiske magasinsituation på mange måder stod i vejen for museets samlede udvikling og modernisering. Det lykkedes meget hurtigt i strategiperioden at opnå et gennembrud, der nu fører til opførelsen af et af landets bedste og mest moderne bevaringscentre. Museum Sønderjylland opfører frem til sommeren 2021 et 6000 m² stort bevarings- og læringscenter til samlet næsten 100 mio. kr. og som en del heraf også gennemføre en krævende, flerårig flytteproces.

Museum Sønderjyllands ca. 250.000 museumsgenstande bringes sammen under ét tag i det nye bevarings- og læringscenter i Røde Kro. Dermed kommer museet ikke blot på forkant med lovkrav og standarder på området, det naturlige ønske om at få overblik over den indsamlede kulturarv og sikre, at den er tilgængelig for kommende generationer, kan nu også blive til virkelighed.

Det store kompleks bliver i fremtiden hjertet i museets arbejde på hele genstands- og bevaringsområdet. Der er derfor i den kommende strategiperiode ikke fokus på nye, store strategiske mål på området, men i højere grad på at fuldføre projektet og at sikre indflytning, ibrugtagning og overgang til rolig, stabil drift og aktivering af anlæggets muligheder.

Når de mange forskellige genstande er flyttet ind i deres moderne og fremtidssikrede rammer, begynder arbejdet med at løfte museets praksis på samlingsområdet. Museum Sønderjylland skal kunne måle sig med den øvrige museumsverden, både nationalt og internationalt.

Hovedgrebene på området er

- At føre museets vigtigste strategiske satsning, opførelsen af et topmoderne bevaringscenter til vejs ende og dermed afslutte den langstrakte byggeproces med succes og tage det nye center i brug med fokus på et teknisk velfungerende hus, veltilrettelagte rutiner og et godt arbejdsmiljø
- I sammenhæng med bevaringscentret at afslutte den omfattende, flerårige flytteproces fra museets mange hidtidige magasiner til det nye bevarings- og læringscenter
- Fokus på at skabe en reflekteret indsamlingspraksis, der både styrker de eksisterende samlinger, gavner formidlingen og understøtter museets strategiske indsats med helhedsplaner og udvikling af besøgssteder
- Indsamlingskampagner, der retter sig mod de blinde pletter i indsamlingen, særligt at dække de seneste årtier repræsentativt i et sønderjysk perspektiv og sikre, at samlingerne på kunst- og designområdet styrkes yderligere
- Deltage aktivt og synligt i at sætte retning for og kvalificere indsamlingsarbejdet på nationalt plan
- Opbygge, synliggøre og formidle bevaringsarbejdet og skabe samlingsmæssigt know-how, der opleves som fremragende af publikum, kolleger og lånerne i ind- og udland
- Gå det sidste skridt i den igangværende proces mod at skabe samlinger, der er velordnede og registreret efter samme høje standarder og dermed nemt tilgængelige for museets egne medarbejdere og for eksterne lånerne og brugere.

Forskning

Som et led i den første strategiperiode efter omorganiseringen af museet og skabelsen af enhedsorganisationen blev der nedsat et forskningsudvalg, der ultimo 2019 færdiggjorde en samlet forskningsstrategi for Museum Sønderjylland. Denne mere omfattende strategi findes i trykt udgave og kan downloades fra museets hjemmeside fra 1. kvartal 2021. Der er derfor i indeværende strategiperiode ikke væsentlige nye strategiske mål, men fokus på at skabe et velfungerende og aktivt forskningsudvalg og at få skabt et godt forskningsklima på museet, få fremmet talenter og på at levere de opstillede publiceringsmål, som museets forskning vurderes efter.

På enkelte områder vil der dog være behov for tilpasninger og yderligere fokusering af indsatsen. De strategiske hovedgreb, der beskrives mere grundigt i selve forskningsstrategien, er

- Opgradering af forskerkompetencen i både arkæologi-, naturhistorie-, historie- og kunsthederne og styrke tværfagligheden i museets forskning
- Igangsætte og fremme forskning inden for bevaringsområdet
- Sikre at væsentlige strategiske fokusområder i museets arbejde også får en forskningsmæssig belysning og dimension, særligt Hans J. Wegner og Franciska Clausen
- Styrke og formalisere samarbejdet med universiteterne, særligt Syddansk Universitet.

- Udvikling af et eller flere større forskningsprojekter, der involverer flere af museets medarbejdere i et projekt, modtager væsentlig ekstern finansiering og finder sted i samarbejde med relevante universitetsforskere og -miljøer

Formidling og kommunikation

I museets første strategiperiode efter omorganiseringen 1. januar 2018 blev der lagt vægt på at samle og organisere opgaver i en ny afdeling, Publikum & Formidling, og på at afsøge potentialer for udvikling på de enkelte museer. Som en del af denne proces blev også formuleret en PR- og markedsføringsstrategi, der arbejder med ét hovedbrand, men i relationen til publikum arbejder med et lille antal endorsed-brands og tydeligt opdeler enkeltmuseerne i kategorier, der fordrer forskellige niveauer af investering, indsats og udvikling. Denne tænkning er ført videre og skærpet i strategien for 2021-2025, ikke mindst på grundlag af flere års erfaring med at udvikle og profilere de enkelte museer.

Den gode historie er for alle. Derfor er gode historier indfaldsvinkel og omdrejningspunkt i museets formidling. Udstillingsområdet skal styrkes yderligere, og der skal arbejdes med at skabe både udstillinger og formidling, som er dramaturgisk opbygget, professionelt iscenesat og berører gæsterne. Museets formidling skal i langt højere grad tænkes i flere lag, som foruden udstillinger rummer publikationer, digital formidling og aktiviteter som foredrag, arrangementer og events.

Som overordnede pejlemærker for området arbejdes med en helhedsorienteret gæsteoplevelse i fokus og på at skabe forretningsplaner i balance.

De strategiske hovedgreb på området er

- Gæsten og den gode museumsoplevelse i centrum
- Udvikling af museerne efter en klar prioritering med særlig vægt at skabe fire stærke brands: Sønderborg Slot, Museerne i Tønder, Gram Lergrav og Navigator - et nyt, samlet museum i Aabenraa
- Professionalisering af udstillingsarbejdet
- Større og mere ambitiøse særudstillinger koncentreret på færre udstillingssteder
- Færre, men større og mere professionelle events
- Sikre formidling af den sønderjyske arkæologi til hele Sønderjylland
- Kampagnebaseret og datadreven markedsføring med klar grafisk og sproglig identitet
- Øget kendskab til museets gæster gennem brugerstudier og kvalitative data
- Styrkelse og systematisering af tilbud til skoler og uddannelsesinstitutioner i Sønderjylland og på landsplan – med særligt fokus på at mindske kommunegrænsenes rolle som barrierer

De enkelte museer – fokus på at udvikle fire stærke brands

Museum Sønderjylland driver hele 10 enkeltmuseer fordelt på 9 adresser over hele Sønderjylland. Museerne er meget forskellige i emne, rækkevidde og potentiale. I strategiperioden arbejdes med at fokusere og skærpe de enkelte museers fortælling og eget brand. Kernen i Museum Sønderjyllands strategi på området er en differentiering med fokus på at skabe fire stærke brands i form af Sønderborg Slot, Museerne i Tønder, Gram Lergrav og Navigator i Aabenraa. Opgaven med at udvikle disse museer er forskellig fra sted til sted og kræver både omfattende planlægning og langsigtede investeringer. Den præcise rækkefølge kan planlægges jf. nedenfor, men afhængigheden af eksterne investeringer vil i sagens natur føre til justeringer af tidsplaner for mere vidtrækkende tiltag på dette område.

De øvrige museer forventes ikke udviklet via væsentlige investeringer i indeværende strategiperiode, men flere har allerede i perioden 2018-2020 gennemgået forbedringer og været mål for investeringer, der betyder, at de er på et udmærket niveau og værd at besøge. I strategiperioden vil der på disse steder primært vil være fokus på velfungerende daglig drift, justeringer og tilpasninger. For enkelte vil der blive afsøgt nye drifts- og samarbejdsformer.

Sønderborg Slot – grænselandets dramatiske historie

- Styrke samarbejdet med Sønderborg Kommune om udvikling af slottet
- Helhedsplan for udvikling af slottet i henhold til grundfortællingen
- Nye, store særudstillinger
- Udvikling af tilbud til gæster i form af services og salgsvarer mv.
- Afholdelse af færre, men større events

Museerne i Tønder – det rige liv på kanten af marsken med fokus på kunst, kunsthåndværk og Hans J. Wegners møbelkunst

- Søge et stærkere samarbejde om udviklingen af museet med Tønder Kommune
- Helhedsplan for udvikling af museet i henhold til grundfortællingen
- Nye, store særudstillinger
- Fokus på at styrke Hans J. Wegners rolle i museet

Navigator – det nye, store museum for den sønderjyske søfart og de fremragende sønderjyske kunstnere

- Sikre finansiering og realisering af museumsprojektet i nært samarbejde med Aabenraa Kommune
- Brundlund Slot drives fortsat frem til eventuelt nyt museum etableres. Såfremt mere langsigtet fremtidig drift af Brundlund Slot bliver aktuel, skal der udarbejdes en plan for stærkere branding af lokaliteten og inddragelse af skulpturparken til flere udstillinger og synlige events.
- Kulturhistorie Aabenraa drives fortsat frem til afklaring af ovenstående, men ikke som aktivt særudstillingssted.

Gram Lergrav og de enestående fossiler fra Gram-havet

- Styrke samarbejdet med Haderslev Kommune og Vision Gram om udviklingen af museet
- Sikre en langsigtet løsning for museets forbliven og udviklingsmuligheder på stedet
- Udarbejdelse af helhedsplan for museets udvikling opdelt på realiserbare enkeltelementer
- Fokus på løbende forbedringer af butik, udstillinger og andre faciliteter til publikum
- Styrkelse af formidling på museet og i lergraven
- Styrkelse af synlighed og forbedring af adgangsforhold

Hovedprincipper for driften af de øvrige museer er:

Højer Mølle – den kulturhistoriske port til Tøndermarsken

Højer Mølle er efter gennemgribende restaurering, ombygning af møllerboligen til moderne og tidssvarende café og butik samt etablering af helt nye, engagerende udstillinger i høj kvalitet klar til at overgå til en normal driftssituation i de kommende år.

- Styrkelse af synlighed og markedsføring i samarbejde med Tøndermarsk Initiativet og Nationalpark Vadehavet

Cathrinesminde Teglværk – et nationalt industriminde og kulturmiljø med levendegørelse

- Fokus på sommerperioden med aktiviteter og levendegørelse for publikum
- Teste og eventuelt indføre audioguides samt etablere ny skiltning på teglværket
- Styrke anvendelsen som borger- og kulturhus uden for hovedsæsonen og dermed sikre en højere grad af anvendelse og bæredygtig drift, der kommer mange brugere til gavn.

Arkæologi – de fremragende sønderjyske fund

Museet i Haderslev rummer den sønderjyske arkæologi. Museets underetage og indgangsparti er blevet moderniseret og museets indhold synliggjort i 2019 og 2020. Museet byder nu gæster velkommen på en let tilgængelig måde og i en uformel tone og byder samtidig på væsentligt forbedrede foredrags- og udstillingsfaciliteter. Den stående udstilling vil blive vedligeholdt, men forventes ikke fornyet i strategiperioden.

- Periodevise mindre udstillinger af høj kvalitet af arkæologiske fund i sammenhæng med foredrag og andre aktiviteter
- Foredrag og arrangementer knyttet til den sønderjyske arkæologi

Drøhses Hus – den enestående bygningskultur i Tønder

Drøhses Hus har muligheden for at ændre profil og i stedet sætte fokus på den fantastisk velbevarede bygningskultur i Tønder. Museets fremtid drøftes med Peder Aarslevs Fond, der ejer bygningen, med henblik på at sikre aktivering af et bygningshistorisk vigtigt hus. Der kan blive tale om mindre investeringer, såfremt det vælges at styrke den beskrevne profil.

- Oprydning og nyindretning af billetsalg og indgangsparti samt butik
- Etablering af fast udstilling om Tønders enestående bygningskultur, eventuelt i samarbejde med andre interessenter
- Potentialer for at benytte gårdhaven søges afprøvet i perioden
- Periodevis kan der afholdes mindre særudstillinger
- Sammen med Peder Aarslevs Fond afsøge muligheder for en differentieret anvendelse af huset

Økonomi, drift og HR

Op til omorganiseringen af Museum Sønderjylland til en enhedsorganisation fra 1. januar 2018 var der et stærkt fokus på at analysere og om nødvendigt udskifte eller opgradere hele det teknisk-økonomiske fundament under museets drift. I perioden 2018-2020 er der i forlængelse heraf gennemført en række væsentlige forbedringer på området. Strategiperioden 2021-2025 vil fortsætte denne indsats i form af en anden fase med ekstra vægt på at sikre fuld implementering og stabil drift. Der anskaffes kun i mindre grad nye systemer og styringsredskaber.

De strategiske hovedgreb på området er at

- Udvikle Museum Sønderjyllands organisation til at understøtte og muliggøre museets overordnede vision, herunder fokus på en effektiv møde- og virksomhedskultur og god generel trivsel

- Sikre fuld implementering og effektiv drift af de nyligt anskaffede systemer (IT-området, virtuelle mødefaciliteter, telefoni, kassesystemer, Facility Management, MUS og APV, rekrutteringssystem m.v.)
- Sikre fortsat udvikling af økonomistyring- og opfølgning
- Yderligere udvikle rekrutterings- og onboarding-procedurer for hele museet
- Skitsere en plan for og sikre gennemførelse af målrettet relevant efteruddannelse og kursusvirksomhed i forhold til realisering af museets strategi
- Sætte fokus i hele museet på bæredygtighed og verdensmål og sikre at bevidste overvejelser og rationelle beslutninger indgår i alle dele af museets arbejde