

# IDÉGENERERING: Interessenter

For at sikre øget bæredygtighed er det vigtigt at engagere flere forskellige interessenter i idéfasen. Valg af interessenter afhænger af, hvad projektets mål og formål er. Endvidere er det også vigtigt at identificere interessenter, som allerede anvender et museum - altså de besøgende. Der er besøgende I allerede ved en del om, men for at kunne tiltrække andre typer og/eller helt nye besøgende og interessenter, kan I lade jer inspirere af listen på denne side. Den indeholder de mest relevante og er opdelt i primære, sekundære og tertiære interessenter.

En interessent er en person eller en "gruppe", der har noget "på spil" i en situation/på et sted. De har en interesse eller en legitim psykisk eller fysisk andel i et projekt.

## Eksempler på primære interessenter besøgende

Årstidsgæsten, sommer, efterår, vinter, forår.

Vejrgæsten, solskin, regn, blæst, varmt, koldt.

Naturgæsten, det omkringliggende areal og landskab er vigtigt.

Kulturgæsten, besøg i forbindelse med anden kultur.

Madgæsten, besøg i café, restaurant er en vigtig del af besøget.

Familien, små børn, teenagers osv.

Bedsteforældre med børnebørn.

Barnet, den unge

Empty nesters

*Oplader - jeg er her for at slappe af og få ny energi.*

*Fagligt interesseret - jeg er her på grund af en specifik interesse.*

*Oplevelsesjæger - jeg er her for at opleve noget og koncentrere mig om det mest iøjnefaldende.*

*Vært - jeg er her for at skabe en god oplevelse for dem, jeg er sammen med.*

*Videbegærlig - jeg er på museet, fordi jeg er nysgerrig og for at lære noget nyt.*

*Vedhæng - jeg er her, fordi jeg følges med andre.*

## Interessentliste



### PRIMÆRE INTERESSETER

Interne	Ansatte Formidlere Projektledere Rengøringspersonale Vedligehold/pedel Museumsværter Butiks- og caféansatte
Eksterne	Besøgende/Kunder: Her arbejder vi med persona, som uddybende metode til identifikation af disse. Skoler og uddannelsessteder Daginstitutioner Andre institutioner (bosteder m.fl.) Håndværkere m.fl. som bidrager til vedligehold af bygninger/området omkring jeres bygninger

### SEKUNDÆRE INTERESSETER

Interne	Administrationspersonale Kommunikationsmedarbejdere Marketingsmedarbejdere Økonomi og HR
Eksterne	Fonde Besøgende/Kunder til specifikke events Frivillige Medlemmer af en evt. støtteforening Lejere af lokaler Leverandører

### TERTIÆRE INTERESSETER

Interne	Kollegaer fra øvrige afdelinger/museer Bestyrelsen
Eksterne	Kulturministeriet Slots- & Kulturstyrelsen Miljøstyrelsen Private og Offentlige fonde Kommunen – formidling (skoler, institutioner) Kommunen – kultur og fritid plan- og byggemyndighed Naboer Kollegaer fra andre museer Trafikselskaber Overnatningssteder og turismeaktører Aktører fra det lokale erhvervsliv

# IDÉGENERERING:

## Identifikation af interessenter

Formålet med metoden er at identificere og prioritere relevante interessenter for at styrke projektets bæredygtighed og værdiskabelse. Museer har mange interessenter med legitim interesse i museernes aktiviteter og projekter. I kan derfor med fordel inddrage en bred vifte af interessenter i idégenereringen. Valget afhænger af projektets mål og formål – interessenterne skal kunne bidrage til projektets udvikling og sikre værdi for både museet og dets omgivelser.

- Primære interessenter: Direkte berørte, f.eks. besøgende eller medarbejdere.
- Sekundære interessenter: Indirekte involverede, f.eks. samarbejdspartnere.
- Tertiære interessenter: Aktører med specialviden eller nye perspektiver.

① Gennemgå interessentlisten: Identificer de primære, sekundære og tertiære interessenter, der er relevante for projektet.

② Vurder interessenternes relevans:

- Primære interessenter: Hvem har direkte betydning for projektet og hvorfor?
- Sekundære interessenter: Hvem kan støtte projektet indirekte og hvorfor?
- Tertiære interessenter: Hvem kan bidrage med specialviden eller nye perspektiver og hvorfor?

③ Prioriter interessenterne efter betydning for projektets forskellige faser. Noter kort, hvorfor hver interessent er vigtig, og hvad I ønsker at lære eller få input til. Fokuser på interessenter, der kan tiltrække nye målgrupper, styrke samskabelse eller bidrage med ekspertise inden for områder som materialer, byggeri, biodiversitet eller formidling.

## Interessenter



Overvej indledningsvist både nuværende besøgende, som I allerede har viden om, og nye målgrupper eller aktører. Brug listen over primære, sekundære og tertiære interessenter som inspiration.

Vær opmærksom på, at det er i valget af jeres interessenter, at I kan inddrage nye besøgende og aktører, der kan bidrage til samskabelsesprocesser. Vælg også interessenter, der har en specialviden inden for et givent område, f.eks. bæredygtig viden inden for materialer, byggeri, biodiversitet, formidling osv.