

# Formidlingsstrategi for Naturhistorisk Museum 2020

## Indledning

Naturhistorisk Museum er en museumsvirksomhed, som er sat i verden for at fremme natur- og naturvidenskabelig forståelse. Det gør vi, ved at skabe fascination, dannelse, refleksion, debat og engagement, på baggrund af faglige viden.

Formidlingsstrategien er en del af Naturhistorisk Museums 2030 strategi og har den som rettesnor og baggrund for alt formidling på museet.

Formidlingen skal skabe fascination og interesse for natur og naturvidenskab og samspillet med mennesker, for derigennem at sikre harmonisk sameksistens mellem natur og mennesker, såvel som at bidrage til at beskytte og bevare naturens mangfoldighed. Museet formidler primært gennem udstillinger, personbåren formidling, events og arrangementer (internt og eksternt) og sociale medier. Formidlingen skal ramme en bred målgruppe og sikre tiltrækning af et stort antal gæster, der kan understøtte museets samlede drift og udvikling. Kvaliteten af museets formidlingsinitiativer skal være på internationalt niveau.

Vi vil fokusere på hvilken værdi vores formidling har for "kunderne", dvs. befolkningen, samfundet og politiske/økonomiske beslutningstagere – hvad står øverst på deres ønskeliste?

Hvad tænker en børnefamilie, et kærestepar, et seniorægtepar, eller to sinkelkvinder lørdag morgen; Hvad skal vi lave i weekenden? Vi tror de vil have glade og mindeværdige fællesskabsoplevelser, måske også gøre noget aktivt sammen der ofte kan være svært at nå i en travl hverdag. Gæsterne vil skal have en oplevelse og gå derfra med noget der dagen efter udtrykker at de "gjorde det". Et fællesfoto på køleskabet, 150 likes på Facebook, følelsen af at kunne fortælle om noget specielt til sidemanden under den næste festmiddag ect. Vi skal spørge dem, og blive klogere på DERES ønsker og behov. Det er retningsgivende for Naturhistorisk Museums formidling i fremtiden!

## Formålet med formidlingen på Naturhistorisk Museum

Formidling skal bidrage til viden- og oplevelsesuniverset, øge selvfinansiering og lønsomhed samt tiltrække nye målgrupper til museet.

## Målet med formidlingen på Naturhistorisk Museum

er at:

- Skabe fascination, dannelse, debat og engagement blandt befolkningen og turister til gavn for mennesker og naturen.
- Skabe en øget bevidsthed om naturvidenskab og naturens betydning for at sikre bæredygtig sameksistens mellem natur og mennesker
- Bidrage til at beskytte og bevare naturens mangfoldighed.

## Strategi

På Naturhistorisk Museum er relationen mellem menneske og natur i centrum i formidlingen og alt hvad gæsten møder skal opleves som relevant for gæstens liv og hverdag.

Formidlingen er kendetegnet ved at være helhedsorienteret og naturvidenskabelig dannende og skabe medborgerskab.

Formidlingen har den rette balance mellem underholdning og viden. Det betyder at samlinger og forskning aktiveres, så gæstens nysgerrighed og vidensbegær vækkes og imødekommes.

Der er ingen modsætning mellem museet som dannelsesinstitution og som kulturattraktion og oplevelsescenter.

Formidlingen foregår ikke kun ét sted, men kombinerer en central formidlingsindsats i et fysisk museum med decentrale formidlingspunkter og kommunikation på sociale medier.

Formidlingen tilpasser sig publikum, men udfordrer også og sørger for, at publikum får noget nyt og unikt med hjem, som de ikke får andre steder.

Vi vil designe underholdende oplevelser, som ofte involverer brugers sanser ved brug af lyd, lys, video og andre effekter som del af oplevelserne.

### **Alle formidlingsaktiviteter skal vurderes og holdes op mod:**

- **Aktualitet**
  - vi engagerer os i store begivenheder i byen, i Danmark eller verden. Vi skal være der, hvor der er mange mennesker.
- **Relevans**
  - hvad hører vi fra dem der kommer ud af museet? Har det relevans for samfundet, skabe samfundsværdi og være samfunds-værdiskabende
- **Fascinationskraft**
  - hvordan folder vi det ud? Hold da på, sådan har vi aldrig set det gjort før.
- **Strategisk retning**
  - hvorfor gør vi det? Er det relevant for dem vi laver det for? Og gør det en forskel? Hænger det sammen med 2030 strategien?

## Formidlingsprofil

**Formidlingen på Naturhistorisk Museum er kendetegnet ved at vi:**

- Skaber begejstring
- Er innovative og originale med kant
- Er inkluderende og interaktive i et ”udefra og ind” perspektiv
- Er overraskende anderledes i vores formidling
- Vi samarbejder vi med aktører der er meget forskellige fra os, private og kulturinstitutioner
- Er fagligt troværdige

## Målgrupper

Museet skal kender sine målgrupper og vide, hvad forventer sig af besøget. En differentieret formidling sikrer, at besøgende med forskellige forudsætninger alle får noget ud af besøget.

**Museets primære målgrupper er:**

- Borgere på tværs af tre generationer
  - Familier med børn
  - Voksne
  - Seniorer

Desuden vil vi vise følgende publikumsgrupper en særlig interesse:

- Ikke natur-interesserede borgere
- Unge – alderen 13-27.
- Udenlandske gæster
- Virksomheder
- Politikere
- Grundskoler og ungdomsuddannelser

**Der skal i formidlingsafdelingen være et særligt fokus på at:**

1. Forøge besøgstallet, så det stiger år for år
2. Forøge indtægtsgrundlaget, så det stiger år for år
3. Forøge museets kendskabsgrad og gæstetilfredsheden, så den stiger år for år
4. Gøre os selv interessante og relevante som samarbejdspartnere.
5. Producere udstillinger af høj kvalitet.
6. Flere og hyppigere udstillinger, som sikrer aktualitet og genbesøg.
7. Tage udgangspunkt i brugerens oplevelse.
8. Designe underholdende oplevelser, som ofte involverer brugers sanser ved brug af lyd, lys, video og andre effekter som del af oplevelserne