



# *Formidlingsplan*

ARKEOLOGISK MUSEUM, UiS 2021–2026



ARKEOLOGISK  
MUSEUM

Universitetet i Stavanger

[arkeologiskmuseum.no](http://arkeologiskmuseum.no)

# Innhold

1. Innledning .....	3
2. Mål med formidlingsplanen .....	5
3. Visjon, overordnede mål og føringer for formidlingsarbeidet ved AM .....	7
4. Organisering av formidlingsarbeidet ved AM .....	9
5. Brukergrupper .....	11
5.1 Hvem henvender vi oss til?.....	11
5.2 Kulturturisme – AM som reisemål .....	12
6. Formidlingstilbudet .....	13
6.1 Utstillinger .....	15
6.2 Generelt publikumstilbud – ordinært og sesong .....	16
6.3 Pedagogiske tilbud til skoler og barnehager .....	17
6.4 Eksterne arenaer .....	18
6.5 Digital formidling.....	19
6.6 Resepsjon, informasjon og billettsalg .....	19
6.7 Museumskafé .....	20
6.8 Museumsbutikk .....	21
6.9 Kultursalg; arrangementer, opplevelser, salg og utleie av lokaler .....	22
7. Suksesskriterier .....	23
8. Tilgjengelighet .....	24
8.1 Åpningstider .....	24
8.2 Priser/prispolitikk .....	24
8.3 Språk .....	24
8.4 Universell utforming .....	24
8.5 Romforhold, planlegging nybygg, arealbegrensninger .....	25
9. Kompetanseutvikling og kvalitetssikring .....	26
10. Satsing på mersalg og egeninntjening .....	27

# 1

## Innledning

Formidling er et satsingsområde for Arkeologisk museum (AM) og skal baseres på forskningen ved museet og UiS ellers. Som et av landets seks universitetsmuseer, vil AM profilere seg som en tverrfaglig forsknings- og formidlingsinstitusjon med aktive satsinger på formidling av forskningsbasert kunnskap.

AM har forvaltnings- og formidlingsmessig Rogaland fylke som sitt primære geografiske virkeområde og har et særlig ansvar for at befolkningen i hele fylket får ta del i museets formidlingstilbud. Dette betyr ikke at vår forsknings- og formidlingsaktivitet skal være lokalt avgrenset. Vi vil være et museum med et globalt kulturhistorisk perspektiv.

Museet driver sitt formidlingsarbeid gjennom utstillinger, undervisningstilbud rettet mot skolebarn og studenter, populærvitenskapelige foredrag, aktiviteter og arrangementer både i og utenfor museet, digital/nettbasert formidling og gjennom publisering i egne og andres publikasjoner. Museumsbutikk og -kafé er en del av museets samlede formidlingstilbud og skal gjennom sin virksomhet bygge opp under museets virksomhet.

Denne planen gjelder for formidlingsvirksomheten i museet i Peder Klows gate, på Jernaldergården (JAG) og for formidlingsvirksomheten på eksterne arenaer.





# 2

## Mål med formidlingsplanen

Formidlingsplanen er en del av Universitetet i Stavangers (UiS) og museets planarbeid. Planen angir visjon, mål og rammer for formidlingsarbeidet i perioden for å sikre en samordnet og kvalitetssikret formidling.

Arbeidsmålene, milepæler, ansvar og frister fastsettes og konkretiseres i årsplanen for museet i samsvar med formidlingsplanens føringer.

Planen kan tas opp til revidering i planperioden om sentrale forutsetninger endres.





# 3

## Visjon, overordnede mål og føringer for formidlingsarbeidet ved AM

### Fra «Strategi AM 2021–2030»

- Det er museet si oppgave å skaffe til vege og formidle kunnskap om endringar i natur- og kulturtilhøve i eit langtidsperspektiv. Slik vil vi skape føresetnadar for dagens menneske for å forstå samanhengar og mangfald i dei natur- og menneskeskapte omgjevnadane.
- Museet er UiS i sentrum og skal vere ein aktuell arena for danning, kunnskapskommunikasjon og refleksjon der ulike stemmer og tema vert synleggjorde for samfunnet. Formidling skal vere eit særskilt satsingsområde der eksperiment, handboren og erfaringsbasert kunnskap vil brukast som formidlingsplattform.
- Vi skal delta aktivt i samfunnsdebatten og gripe fatt i samfunnsaktuelle og kontroversielle tema.
- Museet skal gjennom utstillingar og forskingskommunikasjon medverke til god folkehelse ved å gje rom for refleksjon omkring det å vere menneske.
- Vi skal implementere eit heilskapleg miljøperspektiv i forvaltning, forskning og forskingskommunikasjon.

### 3.1 Visjon

Arkeologisk museums visjon for formidling er å gjøre kulturarv til en positiv og integrert del av hele Rogalands befolknings bevissthet, hvor fortidens betydning for nåtiden gir grunnlag for dannelse og evne til å håndtere utfordringer i dagens samfunn. Vi ønsker å bygge bro fra fortid til nåtid.

### 3.2 Oppdrag

Det er museets oppgave å formidle kunnskap om endringer i natur- og kulturforhold i et langtidsperspektiv, og forskningsprosessene som leder fram til denne. Vår formidling skal inspirere, engasjere og utfordre ulike publikumsgrupper til å reflektere over, og ta stilling til, den kunnskapen vi deler og slik bidra til å gi dagens mennesker forutsetninger for å ta egne valg om framtida.





### 3.3 Mål

Vår formidling skal være forskningsbasert, tverrfaglig og på et internasjonalt nivå. Som universitetsmuseum skal vi sikre god integrasjon mellom forskning, forvaltning og formidling. Arkeologisk museum har som ambisjon å være et foregangsmuseum innen forskningsformidling der vi drar nytte av museets særegne tverrfaglige profil. Det er også vesentlig at formidlingen tar opp samfunnsaktuelle saker, er innovativ i sine metoder og har en form som involverer publikum og tilrettelegger for samskapende aktiviteter. AM skal være en arena for hele UiS og formidle vitenskap og skape interesse for forskning.

### 3.4 Verdier

Formidlingen skal være forankret i UiS og AMs verdier: Uavhengig, involverende og skapende. Vi ser på mangfold som en ressurs og er opptatt av å vise respekt for hverandres ulikheter og bakgrunn. Museet skal etterspørre og forbruke varer og tjenester som er produsert etter høye sosiale og etiske standarder jf. UiS handlingsplan for etisk handel 01.01.2021–2024. Som sertifisert Miljøfyrtårn-bedrift forplikter vi oss til å oppfylle de strenge kravene som dette innebærer innen helse, miljø og sikkerhet samt med arbeidsmiljø, avfallshåndtering, energibruk, innkjøp og transport.

### 3.5 Overordnede føringer

Formidlingsplanen bygger på universitetets og museets overordnede mål og strategier slik de kommer til uttrykk i vedtekter og strategi, disponeringsskriv samt Kunnskapsdepartementets overordnede føringer for universitetsmuseer, stortingsmeldinger og da spesielt st.meld. 15/2007–2008 Tingenes tale, 49/2008-2009 Framtidas museum, 23/2020-2021 Musea i samfunnet og ICOMs etiske regelverk.





# 4

## Organisering av formidlingsarbeidet ved AM

Hovedansvaret for formidling på Arkeologisk museum ligger til formidlingsavdelingen. Her skal ulike tilbud utvikles, produseres og gjennomføres. Avdelingen skal også bidra med formidling utenfor museet, både på eget initiativ og på oppdrag eller ved forespørsel knyttet til allmenheten, skoler, bedrifter, interesseforeninger mm.

Det tilligger alle museets faglig ansatte og avdelinger et ansvar om å formidle og bidra til aktiv kunnskapsdeling. Det tilstrebes samarbeid på tvers av de ulike avdelingene ved museet, med fagmiljøer på UiS og med andre kulturaktører og institusjoner, som f.eks. museer og frivillige foreninger, kommuner og fylkeskommune. Formidlingsavdelingen har et særskilt ansvar for prioriteringen av satsingsområder på formidlingsfeltet og for å koordinere og utføre formidlingsvirksomheten. Forslag og ideer til større formidlingstiltak skal alltid drøftes med leder for formidlingsavdelingen for kvalitetssikring av det formidlingsfaglige og avklaring av roller, ressurser og bistand.

### *Formidlingsavdelingen er delt i to seksjoner:*

#### **1. Produksjon og tjenesteutvikling**

#### **2. Publikumskontakt**

*Produksjon- og utviklingsarbeid i formidlingsavdelingen er organisert i team/prosjekt.*

Ved AM er det opprettet et formidlingsråd bestående av en medarbeider fra hver avdeling, samt forskningsleder og kommunikasjonsansvarlig. Formidlingsrådet er, som navnet sier, et rådgivende organ som ut fra sin samlede oversikt og kunnskap om museets engasjement og forskning, skal sette overordnet tematisk retning og fokus for museets formidling. Rådet skal vurdere hvordan ytre impulser relatert til museets virksomhet kan aktiveres av oss. Samlet skal rådets arbeid bidra til at formidlingen ved museet er omforent og oppdatert i forhold til forskningen og virksomheten ved museet, og knytte an til strømninger og fokus i samfunnet. Rådet kan foreslå konkrete formidlingstiltak og unntaksvis også utføre dem. Representantene i rådet forutsettes å ha god kommunikasjon med egen avdeling og kunnskap om virksomheten som foregår der, samt evnen til å tenke



overordnet omkring hva museet skal være og hva som er museets samfunnsoppdrag. Rådet møtes som et minimum hver annen måned, men kan i enkelte perioder møtes oftere.

Ledergruppa ved museet vil sette rammene for formidlingen gjennom arbeid med årsplan, budsjett og fordeling av midler til for eksempel strategiske satsinger. Også ledergruppa kan foreslå områder eller emner som det skal arbeides med. Ved større tverrgående satsinger som går ut over ordinært budsjett, er ledergruppa styringsgruppe.

Kommunikasjonsgruppa ved AM har ansvar for å kommunisere og markedsføre de produktene og tilbudene vi har ved museet til de aktuelle brukergruppene. Kommunikasjonsrådgiver er representert i formidlingsrådet og i ledergruppa.

Formidling i felt foregår som et samarbeid mellom formidlingsavdelingen og fornminneavdelingen/konserveringsavdelingen, som hver har ansvarspersoner som koordinerer og planlegger formidlingen sammen med formidlingsavdelingen. Det skal før hver sesong holdes et møte for å avklare ønsker og behov.

Det er ikke lenger nok å være tilgjengelige og fysisk tilrettelagt for alle. Publikums stemmer skal høres og gis reell påvirkningskraft på museenes virksomhet. I tråd med vårt mål om involvering og samskaping vil det foretas publikumsundersøkelser. Slike undersøkelser gjennomføres på oppdrag fra formidlingsavdelingen og kan utføres av kommunikasjonsgruppa eller ved kjøp av tjenesten.



# 5

## Brukergrupper

### 5.1 Hvem henvender vi oss til?

Museet skal være tilgjengelig for alle. Tilgjengelighet viser både til fysisk, kognitiv og formmessig tilgjengelighet. Fysisk tilgjengelighet vil behandles under pkt. 8.4.

Vi skal være en arena for livslang læring. Gjennom å øke forståelsen av levestandard og livsbetingelser for menneskene i fortiden, ønsker vi å bidra til større historiebevissthet og dannelse og gi et bedre grunnlag for å håndtere utfordringer i egen samtid. Ved å vise at menneskene i «vår egen» fortid var annerledes enn oss i dag, både når det gjelder levemåter og tankesett, kan vi bidra til større forståelse for andre måter å leve på og også skape flerkulturell toleranse. Vi vil bidra til å gjøre det unike akseptert og inkludert og la det spesielle få være en del av normalen.

Våre besøkende kan deles opp i flere brukergrupper ut fra alder, kjønn, interesser og tilhørighet. Museets basisutstillinger utvikles for å nå et bredt publikum. Denne bredden skal være grunnlaget for aktiviteter og formidlingstilbud som utvikles med ulike spesifikke/definerte brukergrupper for øyet. Det er et mål at vi til enhver tid har tilbud som henvender seg til flere brukergrupper, og at alle skal finne noe som er relevant og tilpasset egen bakgrunn.

Tilbudene gjennom året skal være relevante og speile lokalbefolkningens mangfold gjennom et variert og bredt program. Dette innebærer samfunnsaktuelle tilbud som retter seg mot bredden, og nisjearrangementer som er rettet mot smalere grupper. Stavanger er en internasjonal by med mange ulike minoritetsgrupper. Dette gir både muligheter og utfordringer når det gjelder formidlingsarbeidet.

I kampen om nye besøkende er det en fare for å ikke verdsette de som allerede benytter seg av våre tilbud. Et viktig utgangspunkt er at vi skal ta vare på dem som allerede bruker oss. Det betyr at vi skal opprettholde eksisterende populære tilbud som har et stabilt publikum, samtidig som vi skal fornye tilbudet for å tiltrekke oss nye besøkende og øke gjenbesøket. Museets kafé og butikk har samme brukergrupper som museet ellers, og kan i tillegg ha egne satsinger mot spesielle grupper som kan bidra til å øke samfunnets kjennskap til museet.



## 5.2 Kulturturisme – AM som reisemål

Kulturturister er en gruppe som benytter museet, og som også i fremtiden vil være en viktig brukergruppe. AM har gjenstander og utstillinger av både nasjonal og internasjonal standard og interesse som fortjener å bli delt med turister fra inn- og utland. Med museets ressurser, faglig kvalitet og publikumstilbud vil vi vekke nysgjerrighet og øke gjestens kunnskap om det forhistoriske Rogaland, noe som igjen kan føre til gjenbesøk. Særlig utenlandske turister kan også bidra til å holde besøkstallene oppe i sommersesongen.

Arkeologisk museum skal posisjonere seg som en attraktiv kulturdestinasjon for tilreisende til Rogaland. Lokale og nasjonale reiselivsoperatører er en viktig samarbeidspartner i arbeidet rettet mot tilreisende til regionen. Ressursene til AM er et aktivum for lokale reiselivsaktører som ønsker å skape turistaktiviteter med et kulturelt innhold. Aktørene oppnår tilbud og aktiviteter som holder et høyt faglig nivå, mens AM oppnår et høyere besøksantall. Slik blir AM en synlig del av regionens kollektive satsing på gjenreising og vekst i reiselivsnæringen.

Å henvende seg til et mangfold, deriblant utenlandske turister, har god effekt på kvaliteten av formidlingen. Både fordi vi utfordres på hvordan kunnskapen presenteres og settes i sammenheng, og fordi kommunikasjon med de besøkende bidrar til vår kunnskap og de sammenhenger vi forstår den i. De ulike brukergruppene vil også bidra til en jevnere tilstrømming, og til at potensialet for å motta gjester utnyttes på en bedre måte.

AMs lokaler, utstillinger og anlegg har gjennomgått en betydelig oppgradering de senere år, bl.a. for å kunne ta imot større og flere grupper. Både museet i Peder Klows gate og formidlingsanlegget på Ullandhaug framstår som moderne og attraktive besøksmål for flere brukergrupper. Vi har felles interesser av å få flere tilreisende, og vi vil søke et aktivt samarbeid med Region Stavanger og andre lokale reiselivsaktører, bl.a. når det gjelder markedsføring av våre tilbud nasjonalt og i utlandet.





## Formidlingstilbudet

### Fra «Strategi AM 2021–2030»

Formidling skal vere eit særskilt satsingsområde der eksperiment, handboren og erfaringsbasert kunnskap vil brukast som formidlingsplattform.

.....

Det er museet si oppgåve å skaffe til vege og formidle kunnskap om endringar i natur- og kulturtilhøve i eit langtidsperspektiv. Slik vil vi skape føresetnadar for dagens menneske for å forstå samanhengar og mangfald i dei natur- og menneskeskapte omgjevningane.

*Læring for livet* – museet skal vere ein attraktiv arena for forskingskommunikasjon.

- Formidlinga skal gje ei heilskapleg oppleving som utvidar og utfordrar publikum sine perspektiv.
- Vi skal involvere og engasjere publikum og tilsette i den tverrfaglege verksemda vår.
- Formidlinga er forskingsbasert, og vi skal kommunisere og synleggjere forskingsprosessen og engasjere til refleksjon kring kunnskapsproduksjon.

Formidlingen skal ha høy kvalitet både når det gjelder innhold, utforming og utførelse. Utstillinger, omvisninger, skoleopplegg og andre tiltak skal være forskningsbasert og kvalitetssikret.

Formidlingen skal i første rekke ha utgangspunkt i samlingene og forskningen ved Arkeologisk museum, men vi skal også bidra til formidling av forskning ved andre miljøer ved Universitetet i Stavanger. Vi kan se for oss både å være en arena for deres forskning, og bidra i formidling av forskning hvor vi tar del med kunnskap, eller som case for for eksempel Norsk hotellhøgskole, Institutt for grunnskolelærerutdanning, idrett og spesialpedagogikk eller Institutt for media og samfunnsfag. Nasjonal og internasjonal forskning kan også formidles gjennom temporære utstillinger. Slike interne og eksterne nettverk vil også kunne bidra til utvikling av våre ulike tilbud.





Undersøkelser viser at publikum bruker museene som en fritidsaktivitet, en sosial opplevelse sammen med familie og venner. Samtidig framholder de fleste museumsbesøkere at de også går på museum for å lære. Vår oppgave er å legge til rette for at dette kan skje.

Vi vil vektlegge å dele forskning og forskningsprosesser som til enhver tid foregår ved museet gjennom møter mellom publikum og forskere. Det er et mål å ikke bare presentere resultatene, men også hvordan en har tenkt og arbeidet for å komme fram til dem. Åpen dag i felt, tirsdagsforedrag, Museumsnatt, Barneuniversitetet, Forskningsdagene, verkstedsbesøk osv. er gode formidlingsarenaer for dette.

Hvordan ting ble laget og brukt er en viktig del av arkeologien og kulturarven. Akkurat som i dagens samfunn, påvirket teknologien i forhistorien folks dagligliv og tankesett. Kunnskap om framstilling, teknologi og ressursbruk vil bidra til bevisstgjøring omkring miljø og bærekraft. Jernaldergården har spesielt gode forutsetninger for denne typen formidlingstiltak som også kan knyttes til eksperimentell arkeologi. Vi vil samarbeide med ulike fagfolk og forskere som lar publikum få ta del i sine eksperimenter og teknologiske forsøk gjennom demonstrasjoner, workshops og kurs.

En større strategisk satsing er utvikling og oppbygging av en Arkeolab. En Arkeolab skal bestå av installasjoner hvor publikum kan lære om forskningsprosessen og prøve ut ulike analysemetoder som benyttes i arkeologien.

Museenes formidlingsarbeid er viktig både i et demokratiperspektiv og i et allment kulturperspektiv. Det kan oppleves som en utfordring å opprettholde museenes integritet



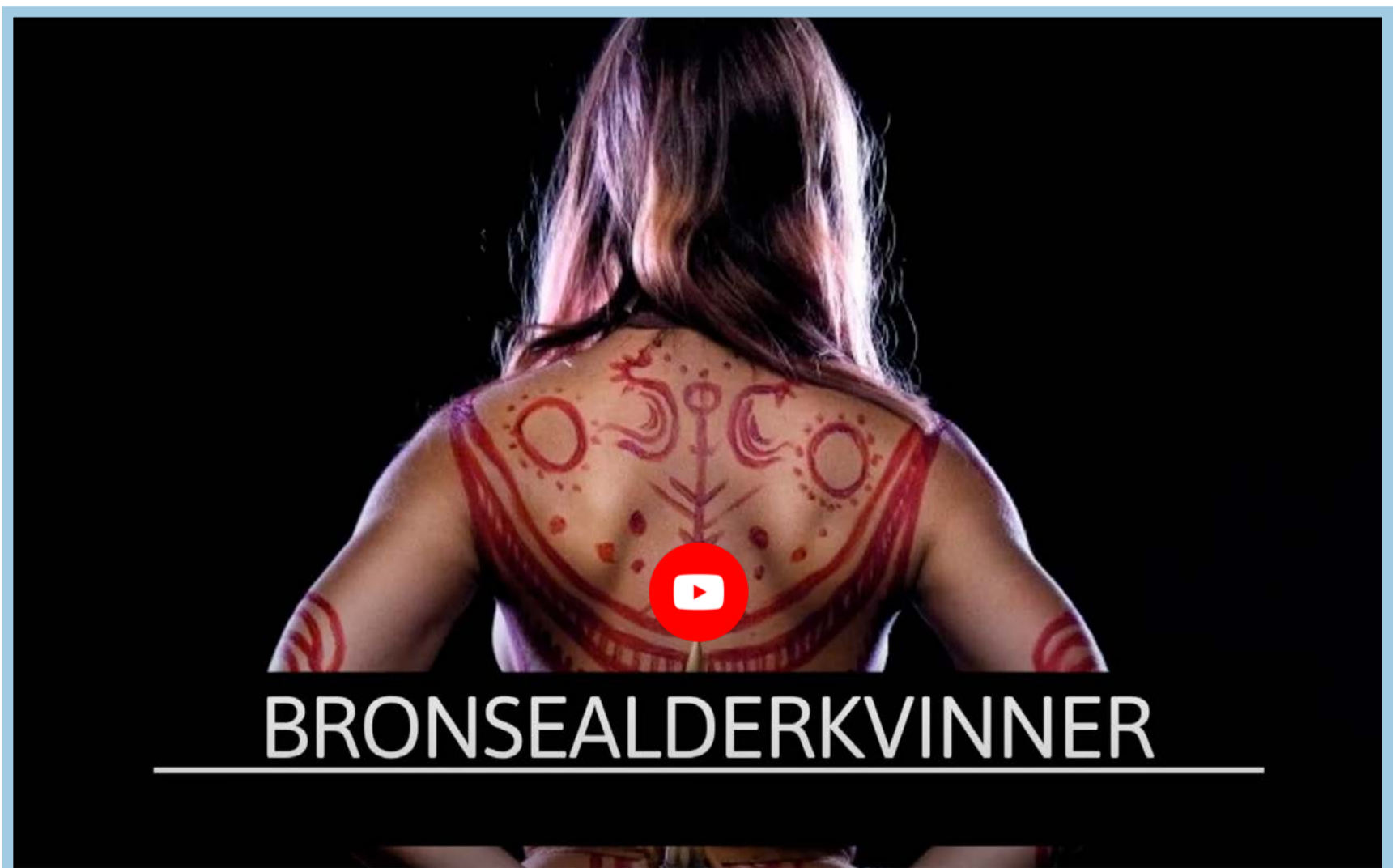
og troverdighet og samtidig etterkomme de stadig økende kravene om å appellere til et bredere utvalg av befolkningen og lytte til publikums ønsker og behov. Det er imidlertid ikke slik at vi skal gi slipp på vår egen stemme. Museet er en viktig læringsinstitusjon også i dagenes samfunn, og utstillingen er museets fremste medium for å bære fram et budskap til publikum – både faktisk kunnskap og holdninger. Vi skal komme med tydelige budskap, samtidig som vi inviterer publikum til kritisk tenkning og til å bruke egne minner og erfaringer for å lage sin egen forståelse av det budskapet utstillingen gir.

## 6.1 Utstillinger

Museet i Peder Klows gate skal ha stående basisutstillinger for alle perioder i forhistorien, samt middelalder. I planperioden vil disse modulene ferdigstilles: eldre jernalder (2021), steinalder (2023) og middelalder (2025). I perioden vil arbeidet med tidslinjen og introduksjonen også påbegynnes. Museet skal i den grad det er mulig også ha temporære utstillinger (egne og andres). Et eksempel er «Siste nytt fra fortiden». Denne utarbeides av fornminneavdelingen i samarbeid med samlingsavdelingen og fagkoordinator i formidling og skal fortløpende presentere nye innkomne funn og resultater fra feltundersøkelsene.

På Jernaldergården står to basisutstillinger – en om eldre jernalder og en om Jernaldergårdens arkeologiske historie.

Arkeologisk museum satser digitalt i form av digitale løsninger i formidlingen og i de fysiske utstillingene. Museet har ingen aktive digitale nettutstillinger, og dette er heller ikke et strategisk satsingsområde for museet i planperioden.





## 6.2 Generelt publikumstilbud – ordinært og sesong

Arkeologisk museum har en rekke arrangement og aktiviteter gjennom året – alt fra omvisninger i utstillingene til større arrangement som Museumsnatt. Tilbudene i ferier og helger er tilpasset en bred brukergruppe, og innhold utvikles med utgangspunkt i museets kjernevirksomhet, årshjulsplan og/eller samfunnsaktuelle temaer.

Det er museets varemerke å ha aktiviteter, omvisninger og verksteder i helgene og i feriene, både på museet i Peder Klows gate og på Jernaldergården. Dette har vært redusert som følge av covid-19-pandemien, men vil styrkes og videreutvikles i planperioden.

I planperioden vil AM delta i flere større jubileumsfeiringer. I 2022 skal det markeres med et rikssamlingsjubileum at det er 1150 år siden slaget i Hafrsfjord, og AM skal delta med utstillinger og arrangement både på museet og på eksterne arenaer. I 2022 har også Jernaldergården 50-års jubileum som vil bli markert.

I 2025 feirer byen og Stavanger domkirke sitt 900-årsjubileum. Også i dette jubileet skal Arkeologisk museum delta aktivt, deriblant med installasjoner på lokaliteter fra middelalderen i Stavanger sentrum (dersom forprosjektet ender i prosjekt). I 2022 er Randaberg kommune 100 år, og også i forbindelse med dette jubileet skal arkeologiske kulturminner i kommunen vises frem.

Arkeologisk museum skal som en del av den strategiske satsingen på samfunnsaktuell formidling arrangere dialogbaserte debattkvelder i kafeen i 2021/2022. En videreføring er avhengig av finansiering og mottakelsen av denne typen arrangement.







### 6.3 Pedagogiske tilbud til skoler og barnehager

Museumsbesøket skal bidra til at elevene når læreplanens kompetansemål, samtidig som våre samlinger og utstillinger skal gi opplevelser og kunnskap som ikke oppnås i et klasserom. AM skal tilby tilpassede undervisningsopplegg til førskolebarn, elever på alle trinn i grunn- og videregående skole, voksenopplæring, studenter, SFO og elevgrupper med særskilte behov.

Det skal lages nye pedagogiske opplegg til hver ny modul som åpnes, og oppleggene revideres fortløpende opp mot nyere forskning eller endringer i skolens lærerplaner. Utvikling av nye opplegg vil i tillegg til dette legge vekt på tverrfaglighet hvor man for eksempel kan kombinere historie og arkeologi med kjemi gjennom metallstøping, farging av klær eller lignende.

I tillegg til tilbudene på museet og på Jernaldergården skal vi også møte elevene ute på skolene i fylket – både som del av Den kulturelle skolesekken (DKS) og i egen regi med arkeologer eller museumspedagoger som formidler arkeologi der elevene bor. Det skal også lages egne undervisningstilbud for skoler i nærheten av steder der det gjennomføres arkeologiske utgravinger.

Når det er utfordringer knyttet til tilgjengelighet fysisk i utstillingene, eller kognitivt ved å forstå hvordan det vi finner kan ha sett ut da det var i bruk, er det behov for utvikling av hjelpemidler som kopier, replika osv.



Det arbeides med å sette sammen kofferter for de ulike forhistoriske periodene som kan benyttes ved formidling til klasser eller andre eksterne grupper som ikke har mulighet for å besøke museet. Skoletjenesten disponerer allerede en stor samling replika og kopier som kan benyttes, men det mangler imidlertid et godt undervisningsrom som kan brukes i tillegg til utstillingsarealene.

Ikke alle kan benytte seg av museets tilbud. Vi vil sammen med kommunikasjonsgruppa jobbe for sponsormidler til transport for skoler som ikke har økonomi til å besøke museet. Her kan et samarbeid med andre kulturinstitusjoner i Stavanger være aktuelt.

## 6.4 Eksterne arenaer

Arkeologisk museum driver også formidling på eksterne arenaer. Slik ekstern formidling kan omfatte alt fra enkeltstående foredrag som er bestilt av ulike grupper og foreninger, til DKS og deltagelse på spesielle jubileer og festivaler i fylket. Museet skal være en initiativtaker til formidling på eksterne arenaer i hele fylket, og bistå kommunene og andre aktører i deres formidlingsinnsatser på kulturminner. I avdeling for formidling finnes to stillinger som særlig jobber mot ekstern formidling. Det er også opparbeidet rekvisitter, plakater, replika etc. som disse kan ta med seg i sin formidling. Det vil også i planperioden satses på et utvalg kulturminner i fylket hvor det kan tilbys undervisningsopplegg for skoler i perioder av året.



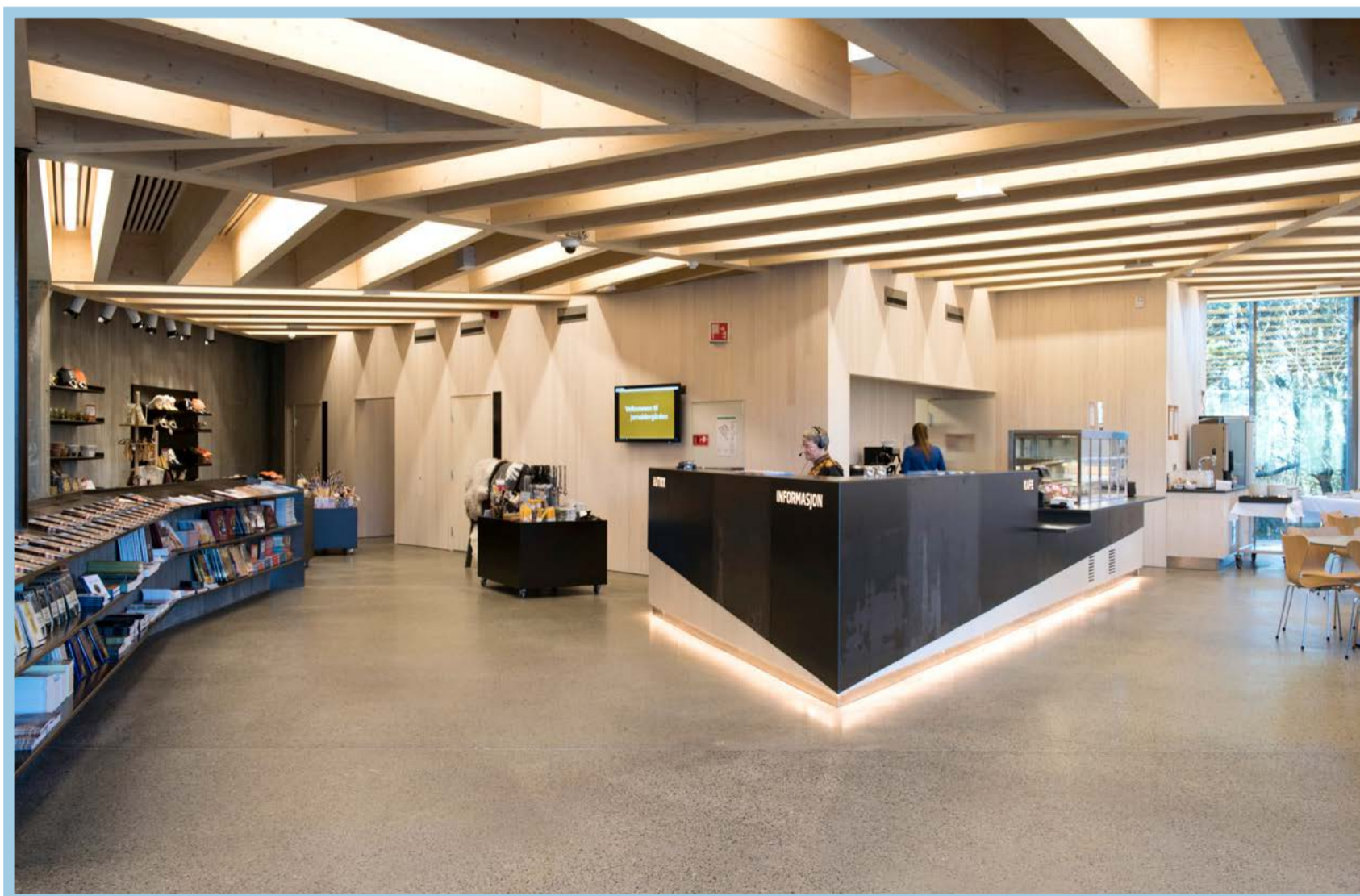
## 6.5 Digital formidling

Arkeologisk museums styrke er den autentiske gjenstanden. Digital formidling kan bidra som et supplement og som en styrking av museets egenart. Dette kan skje gjennom digitale installasjoner i utstillingene, men også gjennom egne digitale utstillinger, undervisningsopplegg, nettsider og applikasjonen OLO Arkeologisk museum, Universitetet i Stavanger i App Store/Google Play.

Primært er det dermed det fysiske oppmøtet og formidling på museet som er hovedmålet, men med digital tilrettelegging der det er behov for det. Et slikt eksempel er populærvitenskapelige foredrag som strømmes og tilgjengeliggjøres på nett. Et annet eksempel er museumsappen som kan utforskes hjemmefra. Arkeologisk museum skal ta del i delingssamfunnet og tilgjengeliggjøre kunnskapen og formidlingen på ulike plattformer. Under covid-19-pandemien har vi ved stengt museum sett muligheter for og fordeler med å kunne gi tilbud til skoler i form av for eksempel direkte strømmet undervisning hvor man kan ha en toveis dialog med elever og lærere. I en «normalsituasjon» vil likevel et fysisk besøk på museet prioriteres.

## 6.6 Resepsjon, informasjon og billettsalg

Museumsbesøket er en totalopplevelse der gjestene, gjerne flere generasjoner sammen, har som formål å ha en hyggelig dag sammen. Toalettforhold, butikk og ikke minst kafé/restaurant utgjør viktige elementer i helheten. Det viktige førsteinntrykket starter i





resepsjonen i møtet med oppmerksomme og engasjerte museumsverter som leverer beste service og kvalitet. Våre verter skal til enhver tid ha god kunnskap om museets tilbud slik at de kan videreformidle til gjestene hva de kan oppleve under besøket.

### 6.7 Museumskafé

For Kafé Ask og Embla er det utarbeidet et eget konsept der overordnede retningslinjer og formål er beskrevet. Kaféen skal være en møteplass som utfyller den gode museumsopplevelsen, som gir gjesten det lille ekstra og som oppmuntrer til å delta i aktiviteter. Mat og drikke er en sentral del av vår kulturarv. Vår nyopprettede vitenskapelige menygruppe skal kvalitetssikre formidlingen og råvarene i tidsriktige menyer. Vi skal formidle lokal matkultur og tilby våre besøkende kvalitetsprodukter fra lokale matprodusenter som er tilknyttet «Matfylket Rogaland».

I planperiodens første år vil vi utrede muligheten for å tilby salg av ta-med lunsjer som kan bestilles på nettet. Til sommersesongen 2022, når vi har mange tilreisende besøkende, skal vi ha salg av lokalmat i mindre kvanta. En arbeidsgruppe settes ned for å se på mulighetene for en videreutvikling av hagen/utearealet på AM og JAG slik at gjestene fristes til å sitte ute å spise.





## 6.8 Museumsbutikk

Museumsbutikken er utstillingens ‘forlengede arm’. Vareutvalget skal være knyttet opp mot museets utstillinger og/eller aktiviteter. Et kjøp i museumsbutikken kan være et supplement til en aktivitet, et kjøp av minner fra en god utstillingsopplevelse sammen med påfyll av kunnskap. Her kan gjesten få uttrykke sin begeistring over en opplevelse ved å kjøpe et produkt som kan tas med hjem eller deles med andre.

Produktutviklingen av egne merkevareprodukter skjer i museumsbutikkteamet som rådfører seg med fagekspertene. Replika som selges, skal være av gjenstander funnet i Rogaland eller andre steder i Norge og Europa. Replikaproduksjon skjer i tett samarbeid med museets fagekspertise. I tillegg vil vi selge leker, spill, kosedyr, byggesett, gaveartikler m.m. Alt skal være av god kvalitet og etisk produsert.

Butikken skal selge populærvitenskapelige tidsskrifter og hefter fra eget forlag som *Frá haug ok heiðni* og *AmS-Småtrykk*, og vitenskapelige tidsskrifter som *AmS-Skrifter*, *AmS-Varia* og *AM-profil*. I tillegg vil vi tilby andre fagrelevante bøker – også slike som utfordrer ‘vedtatte sannheter’.

For å få en enhetlig museumsbutikkprofil i tråd med AM sin profil, blir det utarbeidet en egen profilmanual som ferdigstilles og implementeres i planperioden. Profilen skal brukes på flater i butikken, vinduer og skilt/merking av produkter. I tillegg skal det utvikles en grunndesignprofil til egne produkter.

Vi vil vi søke nye samarbeidspartnere for å utvide tilbudet. Spesielt søkes samarbeid mot kunsthåndverkere som lager produkter inspirert av forhistorien. Vi skal utvikle egne merkevareprodukter som står for seg selv eller flere innenfor et tema. Vi vil også søke samarbeid med de andre universitetsmuseumsbutikkene om utvikling av produkter som kan være relevant for hele landet.

Nettbutikk er ikke et satsingsområde i planperioden.



## 6.9 Kultursalg; arrangementer, opplevelser, salg og utleie av lokaler

Kultursalg omfatter unike kulturopplevelser til private, næringsliv og offentlige institusjoner. AM skal ha et helhetlig opplevelsestilbud som retter seg mot grupper som ønsker å bruke museets rammer og tilbud til opplevelses- og aktivitetsturer, selskap, kurs og konferanser, foredrag og seminarer med mer.

Unik infrastruktur som museumsutstillinger, formidlingsanlegg, musealfaglig kompetanse, spennende arkeologiske historier og et tilpasset mattilbud skal gi tilbudene en original signatur som på sikt vil skille oss fra andre opplevelsesaktører i regionen.

Arkeologisk museum skal videreutvikle tilbud som settes sammen av flere elementer, etter forespørsel fra kunder og prinsippet 'one size doesn't fit all'. Etter hvert bygges det slik opp en katalog med flere konsepter som legger grunnlag når nye tilbud gis andre kunder. For å komplementere tjenestene som tilbys kunder, vil vi i planperioden bygge nettverk opp mot andre leverandører innenfor opplevelsessegmentet. Avtaler med returprovisjon-klausuler skal opprettes med busselskap, kulturoperatører og aktører innenfor ulike framføringer som knyttes til historie/forhistorie, hoteller, speidere og idrettslag. Vi vil bygge sterkere partnerskap med Region Stavanger sin konferanseavdeling for å synliggjøre oss som et attraktivt sted for dem å benytte seg av når det planlegges større konferanser i regionen.

Det er nødvendig med god og relevant markedsføring til rett tidspunkt i samarbeid med kommunikasjonsgruppa. AM-booking og kommunikasjonsgruppa skal i planperioden arrangere en salgsrepresentasjon årlig, både på museet på Våland og på Jernaldergården, hvor nye og gamle leietakere inviteres til en presentasjon av årets nyheter.

Viktige fortrinn i dette markedet er våre engasjerte formidlere, spennende og engasjerende utstillinger og opplevelser knyttet til lokal forhistorie og spennende menyer. Alt dette foregår i moderne lokaliteter med gode tekniske hjelpemidler i møterom og auditorium og faglig kompetanse til å betjene teknologien. Vi skal fortsette arbeidet med god planlegging av arrangementene, god opplæring, arbeidsbeskrivelser og oppfølging av arrangementsvertene. Vi vil fortsatt aktivt bruke avviksmeldingssystem, være opptatt av fleksibilitet, service og kostnader og kontinuerlig gjøre forbedringer.





## Suksesskriterier

Å måle suksess i kulturinstitusjoner er utfordrende. Det er en økende tendens til å måle kvantitativt med besøkstall, omsetning og inntjening osv. Dette er ikke alltid like hensiktsmessig ettersom museets samfunnsansvar er knyttet til bredde, variasjon og mangfold. Vi er likevel opptatt av å vurdere og evaluere egen måloppnåelse og suksess. Museet vil derfor måtte utarbeide gode rutiner for å foreta en kvalitativ vurdering av egen suksess. En kombinasjon av besøkstall, antall tilbud, inntjening, tilbakemeldinger, mediedekning, treff på sosiale media og kvalitative undersøkelser bør benyttes



# 8

## Tilgjengelighet

### 8.1 Åpningstider

I planperioden vil vi vurdere om åpningstidene på Arkeologisk museum skal utvides slik at de korresponderer bedre med de andre museene i Stavanger samt cruise-anløpene.

### 8.2 Priser/prispolitikk

AM har alltid hatt gratis adgang for skoler og barnehager, og dette skal fortsette. Vi skal også vurdere muligheten for å ha gratis inngang til alle barn under tolv år ved ordinært besøk. Fra 12–18 år foreslås ungdomsbillett.

Inngangsbillettene er på et nivå tilsvarende andre norske museer. Ved arrangement utover ordinær drift vil det kunne selges billetter/tas betalt. Arrangementer som strømmes på nett eller digitale arrangement vil i planperioden være gratis.

### 8.3 Språk

Stavanger har en av landets mest internasjonale befolkninger, samtidig som særlig cruisebesøket har vært økende de siste årene. Vi tilstreber at flest mulig av våre besøkende finner informasjon om museets tilbud på et språk de behersker. Alle utstillingstekster og museumsappen skal finnes på norsk og engelsk. Publikumsoppslag og brosjyrer skal minimum finnes på norsk og engelsk, men gjerne flere (for eksempel fransk, tysk, polsk, spansk, italiensk, russisk og kinesisk). Vi mangler systematiske data om hvilke språk som etterspørres. Informasjon om hvilke språk publikum etterspør skal registreres og oversettelser lages i henhold til behov.

### 8.4 Universell utforming

AM skal være tilgjengelig for flest mulig når det gjelder fysisk tilgjengelighet inne og ute i henhold til bestemmelsene i byggeforskriftene. Museets hjemmesider skal følge DIFIs retningslinjer for universell utforming. Utstillingstekster og skriftlig informasjon skal







utformes slik at teksten er enkel å lese og forstå for flest mulig, både med tanke på font/kontur, kontrast, størrelse, mengde og innhold. Det skal tilstrebes gode akustiske forhold og minst mulig bakgrunnsstøy. Det skal være lett å orientere seg fysisk i utstillingene, og det skal finnes muligheter for å sette seg ned. Lys skal også tilrettelegges så godt som mulig, og visningshøyden skal tilpasses et variert publikum.

### 8.5 Romforhold, planlegging nybygg, arealbegrensninger

Museet på Våland og Jernaldergården har utfordringer knyttet til begrensede arealressurser i forbindelse med gruppebesøk. Særlig gjelder dette i vår- og høstmånedene, når stor pågang fra skoleklasser sammenfaller med toppsesongen for cruiseanløp til Stavanger. Dette krever god logistikkplanlegging.

På JAG er det stor pågang på de to langhusene. Her er det ønskelig å sette opp/ benytte flere hus slik at de besøkende gruppene kan spres på området. I planperioden skal det minste huset, Litlestova, restaureres. Det er også i en uteplan for JAG prioritert å sette opp en smie, og et lekeareal for barn med elementer fra eldre jernalder.

På Våland er det utfordringer knyttet til manglende utstillingsareal til basisutstillinger, og mest prekært er manglende areal for temporære utstillinger. Dersom ikke et nybygg gis bevilgninger på statsbudsjettet 2022, vil det arbeides for å igangsette en prosess for å utrede alternative løsninger på plassproblematikken.

Resepsjonen blir ofte en flaskehals pga. diskens plassering. Dersom nybygg ikke blir innvilget til budsjettet 2022, vil resepsjons- og butikkområdet bli en del av nye planer som vil utvikles.





## Kompetanseutvikling og kvalitetssikring

I det daglige bemannes vårt museum med fast ansatte med høy kompetanse innen formidling. Museumsvertene bidrar også i utvikling av nye pedagogiske, digitale og publikumsrettede opplegg. I helgene bemannes museets publikumsarealer med faste helgeverter. Disse har liten kontakt med de faste vertene eller vitenskapelig ansatte. Behovet for opplæring, overlapping og kunnskapsoverføring er derfor stort. Dette sikres gjennom jevnlig oppdatering, vertskapsmøter med faglig påfyll, kurs osv., (faglig, sikring, førstehjelp, videreutdanning, konferanser og seminar). Det skal utarbeides rutiner for kvalitetssikring og evaluering.

For å sikre at museets frontpersonale møter besøkende med god serviceinnstilling og kunnskap om museets tilbud, vil vi hele tiden søke kompetanseheving og videreutvikling av vertskapsrollen. De faste vertene skal også gis muligheten til å øke sin kompetanse i bruk av digitale hjelpemidler og pedagogikk. Erfaringsutveksling nasjonalt og internasjonalt gjennom besøk, opphold og hospitering er også prioritert. Fra 2021 til 2024 har museet et prosjekt gjennom Erasmus+ Strategisk partnerskap, voksnes opplæring, hvor verter skal delta på kortere utveksling/hospitering hos tre andre arkeologiske museer i Danmark, England og Irland. I tillegg vil det holdes to seminarer med tema knyttet til formidling, et i Dublin og et i Stavanger. Det er et mål å etablere faglige nettverk lokalt/regionalt for skole, publikum og butikk.

Under pandemien har det blitt tydelig hvor viktig digital kompetanse er. Dette gjelder spesielt når pedagogiske opplegg for skoler skal overføres fra et fysisk oppmøte til et ferdiglaget opplegg på skjerm. Avdelingen har behov for kompetanse i å utvikle formidlingstilbud innen digitale media.

I dag har vi stor virksomhet også på eksterne arenaer. Denne virksomheten er også rettet mot skoler og innebærer derfor økt behov for museumspedagogisk personale som kan utvikle, planlegge og gjennomføre opplegg for skoler på ulike trinn og arenaer.

Flere og flere av våre oppgaver drives som prosjekter, og det er også en økende tendens til at finansieringen må skje gjennom eksterne søknader. Det er behov for økt kompetanse i søknadsskriving og i prosjektledelse, og dette er noe som museet må løse.



# 10

## Satsing på mersalg og egeninntjening

I likhet med andre museer, opplever også AM et stadig større krav om å være en kommersiell aktør med økt egeninntjening som mål. Balansen mellom å fylle samfunnsrollen som kulturformidler og samtidig skaffe egeninntekter er vanskelig. Det stilles krav til bærekraftig drift, og avdelingen har fokus på å finne gode måter å drive effektivt på og å utvikle inntektssiden. For å imøtekomme disse kravene har AM derfor de siste årene satset på videreutvikling av utleie og tilgjengeliggjøring av mat- og opplevelsespakker.





Det er også lagt ned ressurser for å gjøre museet mer tilgjengelig utenom åpningstid. I tillegg er det investert mange millioner i infrastruktur, herunder nybygg på Ullandhaug og storkjøkkenfasiliteter med god produksjonskapasitet.

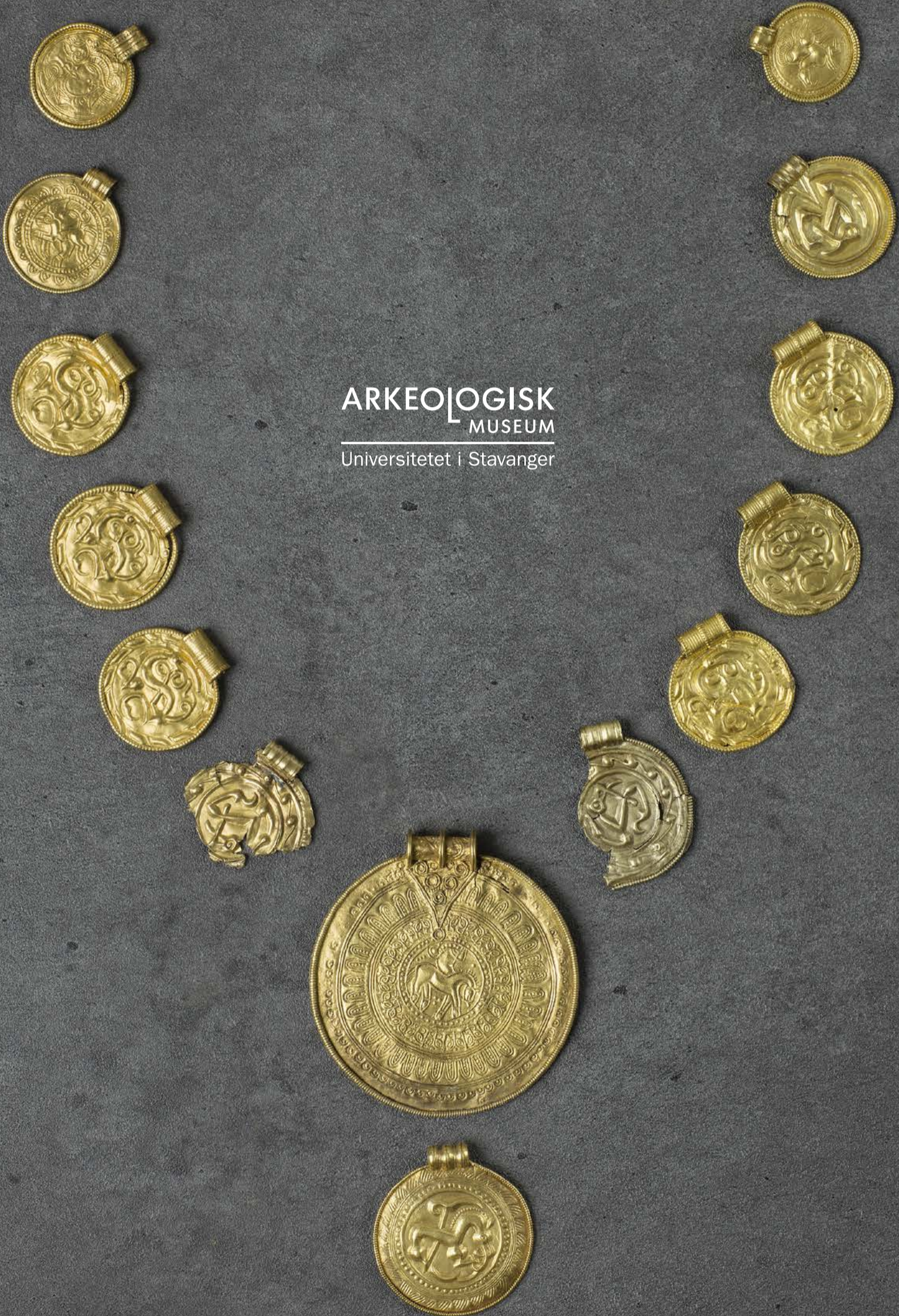
Vi skal videreutvikle attraktive arrangementer med bred appell, videreutvikle våre beste foredragsserier ( gjerne populære tirsdagsforedrag) kommersielt og arrangere debatter og diskusjoner for publikum med betalt inngang.

Som et ledd i arbeidet med å øke omsetningen i butikken, vil vi øke kunnskapen om produktplassering/oppbygging av butikken gjennom egen kompetanseheving eller innleid tjeneste. Vi har også krav om egeninntjening, og turistgruppene vil bidra til dette i form av billettinntekter og salg i kafé og butikk.

Formidlingsplanen er utarbeidet av seksjonsledere i formidlingsavdelingen Bodil Irene Svendsen (publikumskontakt) og Linn Eikje Ramberg (produksjon og tjenesteutvikling).

Prosjektleder: Anne Kari Skår. Grafisk design: Ingund Svendsen. 1. juni 2021





ARKEOLOGISK  
MUSEUM  
Universitetet i Stavanger