

Strategi 2016-2018

ROMU (RM)

Status og målsætning.....	2
Struktur og ledelse	3
Rekvirerede og lovfledte opgaver	5
Udviklingsfaktorer	6
Strategi	9
Strategiske partnere.....	11
Konsolidering.....	12
Satsningsområder	13
Handlingsplan / Roskilde.....	22
Handlingsplan / Frederikssund.....	25
Handlingsplan / Lejre	27

Status og målsætning

Status:

RM er et statsanerkendt kulturhistorisk museum for Roskilde, Frederikssund og Lejre kommuner og med national forpligtelse gennem Danmarks Rockmuseum (arbejdstitel) og samarbejdet med Roskilde Domsogns Menighedsråd om driften af domkirkemuseet.

ROMU er koncernnavnet.

Koncernen omfatter:

- Roskilde Museum
- Frederikssund Museum
- Lejre Museum
- Danmarks Rockmuseum (under opførelse)
- Domkirkemuseet
- Lützhøfts Købmandsgård
- Håndværksmuseet
- Slagterbutikken
- Gl. Kongsgård
- Tadre Mølle, Museum, Naturcenter
- Sankt Laurentii kirkeruin

Roskilde Museum er den institution, der oppebærer den samlede statsanerkendelse for koncernen idet dog også Frederikssund Museum før fusionen har oppebåret egen statsanerkendelse.

RM er en selvejende institution.

Roskilde Kommune er museets tilsynsmyndighed.

Formål:

Formålet er afledt af museumsloven og beskrevet i museets vedtægter.

Det anføres her, at museets formål er, "... gennem sin virksomhed (at) befordre forståelsen af historien og kulturarvens betydning for menneskets placering i tid og rum. Museet vil arbejde for at integrere sin viden i samfundets daglige liv og virke, for at denne viden nyttiggøres i samfundets daglige forvaltning ..."

Formålet danner grundlag for museets vision og realiseres gennem museets strategiplan og årlige arbejdsplaner.

Museets vision og målsætning:

- Museet skaber attraktive, vedkommende, konkurrencedygtige og højt kvalificerede kulturtilbud, der på basis af kvalificeret vidensindsamling inddrager og aktiverer publikum. Museet vil være normsættende for brugen af museumsrummet og i udforskningen af museumsbegrebets rummelighed og sætte nye standarder for museets synlighed og virke i samfundet.
- RM vil fastholde og udvikle sin position som et af landets førende kulturhistoriske museer.
- RM vil fastholde og udvikle sin rolle i lokalsamfundene, herunder deltagelse i samfundslivet i bred betydning og i kulturlivet i særdeleshed. Museet vil forholde sig aktivt til de tre kommuners strategier.
- RM vil fastholde og udvikle sin indsats for videtilvejebringelse gennem undersøgelse, forskning og samarbejde med andre vidensinstitutioner nationalt og internationalt.
- RM vil fastholde og udvikle sin position som et museum, der tildeles og administrerer nationale opgaver for centrale myndigheder.
- RM vil indgå i formelle og strategiske samarbejder med almennyttige eller kommercielle partnere, og afsøge muligheder for samarbejder udenfor det traditionelle felt. Museet vil bl.a. fortsætte udviklingen af samarbejdet med bibliotekerne, benævnt BIMUS.

Struktur og ledelse

Enhedsstruktur:

RM er en enhed med en ledelse, en bestyrelse, et regnskab og en samlet museumsfaglig virksomhed.

Museets afdelinger:

- Afdeling for Drift og Forvaltning (ADF)
- Afdeling for Forskning og Formidling (AFF)
- Afdeling for Samling og Bevaring (ASB)
- Afdeling for Teknik (AT)

Afdelingerne betjener alle museets besøgssteder.

Museets ledelsesstruktur:

Museets øverste myndighed er bestyrelsen.

Museets daglige ledelse består af:

Direktør
Vicedirektør
Udviklingschef
Afdelingsledere

Personfordeling:

Alle medarbejdere er tilknyttet en afdeling og referer til en afdelingsleder.

Medarbejderne arbejder således med opgaver på alle museets besøgssteder.

Medarbejdernes lokalisering kan være afhængig af opgaveløsningen.

Besøgssteder / Hovedbesøgssteder:

Museets bygninger med formidlingsfunktioner benævnes: besøgssteder.

Følgende benævnes hovedbesøgssteder:

- Roskilde Museum
- Danmarks Rockmuseum (arbejdstitel)
- Frederikssund Museum
- Lejre Museum

På hovedbesøgsstederne vil der sædvanligvis være følgende kompetencer lokaliseret:

- Daglig ansvarlig (overfor afdelingsledelsen)
- Museumsfaglig kompetence (historiker, etnolog, arkæolog)
- Museumsvært, -assistent

Personer kan varetage flere kompetencer.

Museumsråd:

Museet styrker brugerinddragelsen gennem frivillige museumsråd for:

- Rockmuseet
- Roskilde Kommune
- Frederikssund Kommune
- Lejre Kommune

Museumsrådene arbejder efter et kommissorium og sammensættes af museets støtteforeninger. Museumsrådene udtaler sig til museets daglige ledelse.

Rekvirerede og lovfledte opgaver

Museet har det antikvariske ansvar og varetager det arkæologiske arbejde i Roskilde, Frederikssund og Lejre kommuner i h.t. museumslovens kap. 8.

Museet gennemgår lokalplaner, tilladelser om ændringer i det fysiske miljø og andre offentlige anlægsplaner i Roskilde, Frederikssund og Lejre kommuner og varetager arbejdet i h.t. kap. 8 i museumsloven.

Museet indstiller bevaringsværdige gravminder på kirkegårdene i dækningsområdet.

Museet varetager tilsynet med fredede fortidsminder i Køge, Ringsted, Sorø, Slagelse, Kalundborg, Odsherred, Holbæk, Lejre, Frederikssund og Roskilde kommuner.

Museet varetager for en række kommuner tilsynet med plejebehov på de fredede minder.

Museets bygninger:

- ROMU, Administration, Munkebro 2, Roskilde.
- Roskilde Museum, Sankt Ols Gade 18/Sankt Ols Stræde 1-3, Roskilde.
- Frederikssund Museum, Færgelundsvej 1, Jægerspris.
- Lejre Museum, Orehøjvej 4, Lejre.
- Rockmuseet, Rabalderstræde 16, Roskilde (under opførelse i 2015).
- Værksted, Munkebro 4, Roskilde.
- Lützhøfts Købmandsgård, Håndværksmuseet, Ringstedgade 6-8, Roskilde.
- Sankt Laurentii kirkeruin, Stændertorvet, Roskilde.
- Domkirkemuseet, Roskilde Domkirke.
- Rockmuseets sekretariat, Rabalderstræde 1, Roskilde (nedlægges når Rockmuseet åbner).
- Gl. Kongsgaard, Orehøjvej 12, Lejre.
- Tadre Mølle, Tadre Møllevej 23, Hvalsø.
- Magasinbygninger på ca. 4000 m² i Roskilde og Frederikssund.

Udviklingsfaktorer

Formidlingskonceptet / nyopstillinger:

RM vil i planperiodens begyndelse stadig være i begreb med at realisere en omfattende fornyelse af formidlingskonceptet, herunder nyopstilling af de tre hovedbesøgssteder. Bygningen af Rockmuseet vil forventeligt være afsluttet ved planperiodens begyndelse.

Museet vil fortsat være i proces med omlægningen af dele af den hidtidige særudstillingsvirksomhed til eventbaseret formidling (også afledt af udstillinger), indenfor og udenfor museets vægge, på alle relevante medier, med veldefinerede målgrupper, i dialog med et bredt spekter af samarbejdspartnere, med moderniseret, delvis mobil undervisningsformidling under konceptet Mindbook, med bidrag til efteruddannelse under konceptet Livslang Læring.

Mødested:

Museet vil i alle sine nyopstillinger i videst mulig omfang indrette dele af bygningerne til områder med fri adgang.

Det skal således være muligt at komme på museet uden at "gå på museum".

Museet vil således aktivt bidrage til, at bygningerne kan tjene en social funktion som samlingssted/mødested og vil i sin indretning af disse områder lægge vægt både på kulturformidlende indretninger og på kommercielle tiltag.

Vidensdeling:

Museet vil på grundlag af egen vidensindsamling og som led i samarbejdet med bl.a. biblioteker, Roskilde Universitet og naboinstitutioner i endnu højere grad engagere sig i at øge tilgængeligheden til museets viden.

Det vil ske bl.a. gennem fortsat udvikling af museets brug af de fremherskende medier til information og kommunikation.

I den proces vil museet indgå i initiativer med både almene og/eller kommercielle partnere.

Vidensdeling og brug af sociale medier vil således være væsentlige udviklingsfaktorer, og skal også vurderes i en kommerciel sammenhæng.

Samfundsforventning:

Museets virksomhed skal altid relatere sig til samfundets udvikling og de deraf affødte forventninger til museets funktion. Museet skal således forholde sig til dækningskommunernes overordnede strategier.

Museet vil tillige forholde sig til lokalsamfundenes behov for dokumentation af den stedfindende udvikling og til en national/international

positionering af stedets historiske profil.

Museet vil bidrage med sin viden til uddannelse og efteruddannelse og vil fortsat integrere sig i samfundslivet og bidrage til udviklingen af samme.

Samarbejde, andre institutioner

Rockmuseets placering på Musicon betyder, at museet vil være en arkitektonisk markør for området og et oplagt samlingssted.

Museet forventes bl.a. at få en musisk højskole som nabo, og samarbejdsrelationer kan bestå af såvel fælles bygningsgrænser som af sociale initiativer. Museet vil i hele stueplanet være tilgængeligt uden entréafgift og vil arbejde på at udfylde den bydelshusfunktion, som har været indtænkt fra begyndelsen.

Roskilde Museum vil blive nabo til et forventet besøgscenter for Roskilde Domkirke. Det er aftalt, at de to institutioners formidling koordineres.

Såfremt alle planer for Stændertorvet og Domkirken realiseres, vil der være etableret en "Museumsinsel" i Roskilde bymidte, hvor Roskilde Museum med sin centrale placering vil være en hovedaktør i et samarbejde omkring infrastruktur og vidensformidling. I den sammenhæng vil Sankt Laurentii kirkeruin være et vægtigt formidlingstilbud til forståelsen af byens topografi og middelalderhistorie.

I Frederikssund har museet indledt samarbejde med Vikingespillene om formidling af periodens autentiske kulturarv. Samarbejdet forventes udbygget i takt med en eventuel realisering af Vikingespillenes udbygningsplaner.

Museet samarbejder tillige med J.F. Willumsens Museum, bl.a. indenfor skoleformidling.

I Lejre har museet tilbudt faglig bistand i forbindelse med udviklingsplaner for Sagnlandet.

Museet vil tillige, i takt med at denne udvikling realiseres, indgå i drøftelser om koordinering af formidlingen i området.

Samarbejdspartnere, faglige institutioner, eksisterende

- Med støtte fra Kulturstyrelsen har museet udviklet tætte samarbejdsrelationer til bibliotekerne under navnet BIMUS. Samarbejdet er i princippet grænseløst og tager sigte på, at de to institutionstyper i relevant omfang kan pulje deres kompetencer (medarbejdere) og nyttiggøre den i fælles projekter eller i de enkelte institutioner.
- Samarbejdet forventes at blive en væsentlig udviklingsfaktor.

- RM vil fortsat udbygge samarbejdet i RUCMUS (samarbejde med Roskilde Universitet på initiativ fra RM og omfattende en række museer) bl.a. med henblik på at etablere centre til styrkelse for forskningen og uddannelse af ph.d.'ere.

RM samarbejder i øvrigt formelt med følgende institutioner:

- Rytmisk Musikkonservatorium
- Det Kgl. Bibliotek
- Københavns Universitet
- "Kulturen", Lund
- Museum Sydøstdanmark
- Nationale og internationale organisationer, bl.a. ODM og NEMO
- Lokale og regionale kulturformidlere.

Feltet vil blive udbygget i planperioden i relevant omfang.

Fusioner

Museumsfusionernes berettigelse ligger i en opgradering af den enkelte institutions kompetencer, etableringen af større faglige kollegier og muligheden for øget professionalisering.

En fusion skal ikke være en spareøvelse, men den skal være åben for de nødvendige kompetencekorrektioner. Hvis der ikke gennemføres korrektioner kan en ureflekteret akkumulering af traditionelle museumsfag stå i vejen for den modernisering og professionalisering, der som regel har været fusionens formål.

RM vil fortsat ønske at indgå i samarbejder, der resulterer i fusioner, såfremt de faglige, geografiske, emnemæssige og økonomiske forudsætninger er relevante for museets fortsatte udvikling.

Museets formålsbestemmelse kan rumme fusioner med alle museuskategorier og beslægtede institutioner.

Evt. fusionsovervejelser kan have en bred geografisk horisont.

Strategi

Overordnet:	Museets målsætning kan kun fastholdes gennem fortsat udvikling. En analyse af museets fremtidige samfundsposition har følgende konklusioner:
Kulturen som identitetsfaktor	<p>Betydningen af den historiske dimension som faktor i den fremtidige samfundsudvikling vil være voksende. Kommunerne vil i stadig stigende omfang bruge historien/kulturarven som profileringsredskab nationalt og internationalt, og kulturarven vil sammen med et generelt øget kulturudbud blive afgørende lokaliseringfaktorer.</p> <p>Kravene til museernes vidensindsamling som dokumentation i disse bestræbelser vil øges, og kravene til at denne viden deles optimalt på alle arter af medier vil være uomgængelig.</p>
Social rolle	Museets sociale rolle skal fortsat udvikles. Museet som mødested, som sted for meningsdannelse, for samtale og fordybelse, som dannelsesrum, som sted for kulturudveksling, som mål for familien, som generationsmøde, som daglig helle uden formelle krav, kan etableres i museets bygninger og uderum, både analogt og digitalt.
Nye indsatsområder	Forventningerne til museets placering i lokalsamfundet vil derfor øges, ikke mindst mht. karakter og indsatsområde. Museets viden skal således gøres endnu mere tilgængelig i nye konstellationer, som f.eks. indenfor sundhed og velfærd, ideologi og religion, uddannelse og efteruddannelse, erhvervsudvikling og andre lokaliseringfaktorer, national synlighed mv.
Kommercielle initiativer	<p>I processen vil museet øge samarbejdet med kommercielle partnere og drage nytte af deres erfaringer.</p> <p>Samarbejdet vil ske i respekt for disse partners forretningsområde og uden løftede faglige pegefingre, men i gensidig faglig påvirkning og inspiration. Indgår museet som aktiv partner skal det faglige niveau dog altid kunne forsvares.</p> <p>Museets egen virksomhed vil fortsat have fokus på at udvikle kommercielle forretningsområder til at understøtte de økonomiske behov i den fremtidige virksomhed. Nye forretningsområder kan både findes indenfor kiosk-, butik- og cafevirksomhed, men også indenfor rådgivning, vidensdeling og tilsyn.</p>

Nye kompetencer

Krav til andre kompetencer.

Museet har gennem sidste planperiode gennemført væsentlige ændringer i vægtningen af kompetencer.

Der er tillagt nye fokusområder, som naturligt har efterspurgt andre kompetencer end de museumstraditionelle. Finansieringen til disse ændringer må forventes at skulle skaffes gennem de eksisterende bevillinger.

Det fortsatte behov for ændringer vil derfor i fremtiden stille krav til finansieringen, som skal indfries gennem omposteringer og gennem øget fokus på kommercielle forretningsområder i museet.

Museet skal dog konstant afsøge mulighederne for et øget offentligt engagement i relation til et optag af nye opgaver.

Redskaber:

Strategien skal realiseres gennem fortsat udvikling.

Forudsætningen er en veluddannet, velfungerende, opgaveafstemt medarbejderstab.

I museets branding anføres bl.a. følgende personlige egenskaber: Vidende, passionerede, uformelle og imødekommende.

Blandt redskaberne til at realisere strategien kan nævnes:

- Åbenhed, tilpasning
- Efteruddannelse og videnskabelig opgradering
- Strukturtilpasning
- Personalepleje
- Inddragelse af nye medier
- Nye samarbejdsrelationer
- Økonomisk nytænkning
- Traditionsopgør
- Regeludfordring
- Kommunikation

Formelle krav

Museet vil i planperioden være genstand for Kulturstyrelsens kvalitetsvurdering, der i højere grad end i dag vil være en løbende proces.

Samtidig, og afledt af kvalitetsvurderingen, vil styrelsen forventelig øge mængden af anvisninger og retningslinjer, ligesom mængden af indberetninger forventes at være stigende. Der er således et forøget behov for administrative ressourcer og forvaltningsindsigt.

I en overordnet betragtning vil museet (museerne) i fremtiden skulle modsvare professionelle krav på flere områder end nu, og museets evne til at varetage forvaltningen af flere kulturarvs- og beslægtede opgaver vil i fremtiden have betydning for museets mulighed for udvikling.

Navn og logo

Efter den afsluttede brandingproces fremstår museet i et nyt grafisk design, idet der indgår citater fra museets tidligere logo og grafiske linje.

Nedenfor vises museets koncern navn og -logo samt grafisk fremtoning af museets besøgssteder (kommer senere):



Strategiske partnere

Dækningskommunerne

Museet vil forholde sig til kommunernes overordnede strategier.

Museet vil fastholde og udvikle sin funktion som videns- og læringsinstitution gennem et bredt samarbejde i lokalsamfundene.

Museet vil fastholde en åben tilgang til traditionelle og utraditionelle samarbejdspartnere, og vil med sin viden kunne tilbyde faglighed til bl.a. formidlingsprojekter.

Tværkommunalt

Museet vil arbejde for at udbygge det tværkommunale samarbejde indenfor relevante områder og bl.a. inddrage sine besøgssteder til formålet.

Nationalparken, Skjoldungelandet

Museet har været en af de vedvarende tovholdere i Nationalparkprojektet, der dækker alle tre kommuner.

Museet vil fortsætte samarbejdet, og bl.a. indarbejde besøgscenter-

funktioner i sine hovedbesøgssteder efter aftale med Nationalparken. Museet vil tillige indarbejde sin formidling i by- og landskab i Nationalparken efter aftale.

Turisme

Museet samarbejder med turistorganisationerne i de tre kommuner og i regional kontekst.

Med museets rolle i en kulturel historisk profilering af kommunerne vil samarbejdet intensiveres.

Museet har taget initiativ til etableringen af flere internationale (europæiske) netværk, senest et netværk for rock- og popmuseer og arkiver.

Internationale netværk og museer vil få stigende betydning som strategiske partnere.

Konsolidering

I den afsluttende strategiperiode har museet nybygget og/eller bygningsmæssigt opgraderet hovedbesøgsstederne.

Der er blevet etableret tidssvarende og på flere områder normsættende nye basisudstillinger, og der er skabt øget tilgængelighed til samlingerne.

Den kommende strategiperiode har som naturlig konsekvens at udvikle og udvide museets brugerflade gennem attraktive analoge og digitale tilbud i husene, i by- og landskab og på helt nye lokaliteter.

Den kommende periode vil derfor have en målsætning om at konsolidere de gennemførte faglige og bygningsmæssige investeringer gennem en øget tilgængelighed til museets viden og brug af samme.

Museets organisation

Det skal overvejes om museets faglige kompleksitet og øgede fokus på det kommercielle element bør afspejles i bestyrelsens sammensætning. Der kunne således peges på evt. fordele ved at få repræsentanter fra faglige samarbejdsrelationer og/eller repræsentanter med særligt indblik i erhvervsliv ind i bestyrelsen. På længere sigt må en opgradering af professionelle kompetencer, som supplement til de politiske, forventes at være en tendens blandt landets større museer.

Der forventes ingen ændringer i museets organisation af medarbejderne i planperioden.

Satsningsområder

Nedenfor oplistes en række satsningsområder, der vil være strategiperiodens prioriteringer:

Brugerfrekvens

Det er museets målsætning at øge den samlede brugerfrekvens (målt fysisk på alle besøgssteder ekskl. Rockmuseet) med 50 % over de næste tre år og den digitale brugerfrekvens med 100 %.

Åbningstider

Museet har hidtil tilstræbt en ensartet åbningstid på hovedbesøgsstederne.

De vil i planperioden blive tilpasset en individuel vurdering med særligt henblik på at gøre museet fysisk tilgængeligt på brugervenlige tidspunkter.

Det betyder også øget fokus på sæsonbestemte behov.

Generelt vil det betyde, at besøgsstederne skal være tilgængelige for undervisningsbesøg, for kernepublikum og turister i dagtimerne, og at der samtidig etableres øget aftenåbning, delvist i forbindelse med events, og evt. sæsonafstemt, på relevante besøgssteder for det publikum, der pga. arbejde o.l. er kulturbrugere udenfor almindelig arbejdstid.

Publikumskategorier

Museets målgruppedefinition vil være afledt af en overordnet kategorisering af publikum:

1. rollemodeller
2. kernepublikum
3. differentierede målgrupper

Rollemodeller

Rollemodeller er personer, som har en samfundsposition, der kan være adfærdspåvirkende for mange.

Rollemodellernes funktion er, ved deres udsagn/adfærd, at påvirke andre til at "opdage" og bruge museet.

Rollemodellerne bruges i markedsføringen.

Kernepublikum

Museet har, afhængig af de enkelte besøgssteders art, et kernepublikum, som skal nærmere defineres.

Kernepublikum er den gruppe, der af egen drift og interesse opsøger museet, uanset markedsføring og særlige tilbud.

Kernepublikummet skal fortrinsvis findes i gruppen af tidligere er-

hvervsaktive. Deres uddannelsesbaggrund varierer.

Kernepublikummet er ofte medlemmer af en støtteforening og er fortrinsvis brugere af de klassiske formidlingsmedier, men vil være en oplagt målgruppe for en introduktion til digitale medier og særlige arrangementer.

Differentierede målgrupper

Museerne har traditionelt opgjort deres brugere i besøgstal til de faste samlinger (særudstillinger eller andre arrangementer indenfor bygningsrammen). Men brugen af museerne er væsentlig mere kompleks og i dag fordelt over et bredt spekter af medier.

Museet har gennem de seneste år redefineret begrebet målgruppe og har introduceret en række mindre, veldefinerede målgrupper, bestemt af både sociale forhold, typen af medier og læringspotentialer.

Som eksempel på målgruppe og målrettede tilbud kan nævnes:

Førskolebørn	- "sansemuseum"
Tilflyttere	- introduktionsaften
Sosuassistenter	- Livslang Læring
Demente	- erindringskasser
Turister	- museet i by-/landskab
Småbørnsfamilier	- events
P-vagter	- Livslang Læring
Forskeren/amatør-professionel	- digital adgang til samlingerne
Kenderen	- temaaftener
Teenagere	- Rockmuseum
Erhvervsliv	- middag-historiepakker
Erhvervsaktive	- aftenåbent
Særligt interesserede	- laug, frivillige

Antallet af målgrupper er legio, og vil være under fortsat udvikling.

Det er museets største potentiale for at udvide brugerfladen både analogt og digitalt og har til formål, at introducere historie og kulturarv socialt interessant og personligt inddragende.

Frivillige og foreninger

Museet har en nedskrevet frivilligpolitik, der tager sigte på at opfylde formelle krav og sikre en gensidighed i forholdet mellem museum og frivillig.

Museet støtter de frivillige gennem arrangementer og tilbud om uddannelse. Museet vil fortsat indgå i samarbejde med frivillige om deres bidrag til museets virksomhed.

I takt med samfundsudviklingen og de demografiske ændringer skal museets frivilligpolitik nydefineres.

En stadig stigende andel af arbejdsduelige ældre vil øge efterspørgslen på opgaver, der kan beskæftige aldersgruppen.

Museet vil derfor arbejde for, at flytte fokus fra støtteforeningernes delvist passive forhold til museet, til de frivilliges aktive involvering i museets opgaveløsning. Det betyder tilbud om formidlingsopgaver og f.eks. opgaver der tjener til beskyttelse af kulturarven til frivillige. Der skal udvikles nye tilbud sammen med de frivillige, som skal udføres i en gensidig forpligtende struktur.

Museet har i dag et antal støtteforeninger, der i deres formålsparagraf har nedfældet, at de støtter ROMU' virksomhed.

Museets servicetilbud til de tre hovedmuseumsforeninger skal ensliggøres. De skal i fremtiden bestå af tilbud om sekretærfunktion (samlet årlig arbejdstid anslået til 25 timer for hver forening), tilbud om særpris på årbog og andre publikationer, foredrag, særlige tilbud i forbindelse med åbninger og events, men altså især også tilbud om opgaveløsning i museets arbejde.

Det skal således overvejes at tilbyde støtteforeningerne at indgå i klubordning.

Museumsrådene

Museumsrådene i de tre tilskudskommuner samt ved Rockmuseet vil i planperioden blive afløst af rådgivende organer med en bredere sammensætning. Ændringen sker som en logisk fortsættelse af en udvikling frem mod styrkede samarbejdsrelationer med offentlige og private institutioner indenfor undervisning, kulturformidling, forvaltning og erhvervsudvikling.

De bredere samarbejdsrelationer skal afspejle sig i de rådgivende organer sammen med foreningens folkelige medlemskab.

Et råd vil kunne bestå af op til 10 medlemmer og vil få sekretærbistand fra museets personale.

Der oprettes et råd i hver tilskudskommune.

Digitale medier

Museet udvikler til stadighed sin brugerflade på de sociale medier og vil i planperioden væsentligt udbygge den digitale formidling.

Tilgængeligheden til museets samlinger og viden skal være optimal i forhold til ressourcerne.

Tilgængeligheden skal være attraktiv for både forsker og lægmand og skal udvikles i samarbejde med museets samarbejdspartnere i bl.a. BIMUS og RUCMUS.

Digitaliseringen skal både være et selvstændigt medie og understøtte den analoge, autentiske formidling, bl.a. gennem visualiseringer af forsvundne bygninger, land- og byskaber og sociale miljøer.

Af konkrete digitale platforme er følgende under udvikling:

ROMU. Ny hjemmeside. Hjemmesiden er under konstant udvikling og vil være den digitale hovedadgang til alle museets besøgssteder, museets digitaliserede samlinger og øvrige viden og til andre digitale platforme.

Mindbook: Museets digitale undervisningstilbud, hvor bl.a. den personlige kontakt til vidensøgende skoleelever kan etableres.

Museet i lommen: En digital platform for museets viden, geografisk og emnemæssigt opdelt, tilgængelig også på smartphone, og under stadig udbygning.

Museets målsætning i øvrigt på det digitale felt er afhængig af udviklingen af medier, og vil blive opdateret løbende.

Social funktion

I museets bestræbelser på at sikre en fortsat udvikling af integrationen i lokalsamfundene indgår et socialt ansvar.

Aktiv deltagelse i kulturlivet er både en social - og en sundhedsfaktor, og museet skal medvirke til at skabe mødesteder og tilbud, der er relevante for en bred social profil.

Museet har følgende initiativer i planperioden:

I de fire hovedbesøgssteder indrettes der så vidt muligt entréfrie områder, der kan fungere som mødesteder med både en ren social funktion (café, dialog o.l.) og som et læringsrum med adgang til kulturhistorisk viden.

Museet vil tillige i tilbud indenfor "Livslang Læring" tilbyde indsigt i f.eks. ældre tiders samfundsliv (sosuassistenter), erindringsrum og -kasser (demente), formidling af glemte færdigheder (ældre), debatrum for kontroversielle emner (unge).

Området vil blive udbygget.

Gennem museets frivilligpolitik udøves der tillige en social funktion.

Integration

Kulturformidling og kulturforståelse er et integrationsredskab i forhold til personer med anden kulturel baggrund.

Museet skal derfor tage initiativer til, at formidlingen af kulturarven gøres tilgængelig for indvandrere og at deres kulturelle baggrund formidles, ligesom museet i sine livslang læringsprogrammer skal inkludere emnet.

Kulturpåvirkning

Gennem de seneste fem til seks årtier er befolknings sammensætningen blevet ændret gennem indvandring.

Det betyder, at en kulturel opfattelse og et kulturelt tilhørsforhold, som etniske danskere traditionelt er blevet opdraget og uddannet i og har et flergenerations langt slægtsforhold til, nu bliver påvirket af etniske danskere (og indvandrere), der vokser op uden denne generationshistorie.

Det betyder igen såvel ændringer af den traditionelle kulturarvsopfattelse som påvirkninger af den fremtidige kulturs udvikling, når danske statsborgere med oprindelig anden etnisk baggrund bliver kulturaktive samfundsborgere.

Det skal afspejle sig i museets formidling.

Globalisering/digitalisering

Museet vil i sin formidling forholde sig til globaliseringens betydning, herunder en stadig voksende strøm af informationer, bl.a. på digitale medier.

Netop på museerne kan globaliseringen sættes ind i en historisk kontekst, som dermed også kan være med til at definere betydningen af et lokalt tilhørsforhold.

Uddannelsesformidling

Gennem Mindbook skal kontakten med skoler, gymnasier og andre uddannelser personliggøres og intensiveres.

Men det fysiske møde med kulturarven skal opretholdes og udbygges.

I en kombination af medierne vil museet udvikle tilbud til heldagsskolen i samarbejde med lærerne. Museet vil undersøge muligheden for, at der etableres et advisory board med udvalgte lærere og elever, som kan bistå med udviklingen af uddannelsestilbud. Et sådan advisory board skal have repræsentanter fra de tre dækningskommuner og skal relateres til den samlede museums virksomhed.

Museets mobile skoleformidling (bus) skal indgå i en rutine, der aftales med skoleforvaltningerne i alle tre kommuner.

Udover yderligere undervisningsmateriale skal der udarbejdes en køreplan for de tre kommuners skolebesøg på museets besøgssteder.

Målsætningen er, at alle skoler i dækningsområdet har årlige besøg på museet.

Videntilvejebringelse

Museets faglige berettigelse ligger i pligten til at indsamle, undersøge og forske i områdets historie og kulturarv og således dokumentere den stedfundne og stedfindende udvikling.

Denne videntilvejebringelse er forudsætningen for formidlingen.

En formidling af historien og kulturarven uden indsigt i kildegrundlaget og uden forståelse for sammenhænge er meningsløs.

Museet har de nødvendige faglige kompetencer, men optimerer til stadighed de faglige ressourcer gennem samarbejde med andre forskningsinstitutioner. Museet vil i planperioden udbygge dette samarbejde og afsætte ressourcer til en generel opgradering af medarbejdernes forskningsstatus. Det vil ske gennem frikøb, fondsmidler og undersøgelser.

Museet har indgået samarbejde med Museum Sydøstdanmark om udgivelsen af fagfællebedømt tidsskrift (Gefion), der også vil være åbent for andre museer.

Museet skal i planperioden øge antallet af phd'ere eller tilsvarende kvalifikation.

Undersøgelse og forskning

Museets undersøgelses- og forskningsvirksomhed er underlagt krav og regler formuleret i museumsloven, aftaler med myndigheder (bl.a. Kulturstyrelsen) og krav til ansøgere af forskningsmidler.

Museet har i staben ansat forskningsuddannede medarbejdere, der opfylder alle formelle krav.

Museet vil i perioden som nævnt arbejde for at få opgraderet medarbejdere til ph.d.-niveau i h.t. regler og procedurer, udarbejdet af Kulturstyrelsen.

Museets samarbejde med Roskilde Universitet fortsætter, også med henblik på etableringen af ph.d.-forløb med relevans for museets virkeområde og som videreuddannelsesfaktor for allerede ansatte.

Museets forskningsplan vil blive revideret i planperioden med henblik på at inddrage de konklusioner, der har været resultatet af den igangværende forskning.

Kommerciel strategi

En del af museets finansiering af den fremtidige udvikling må forventes at være egenfinansiering. Museet har allerede i den afsluttende planperiode indført kommercielle regnskaber, der udarbejdes for de områder, hvor der må antages at kunne skabes en omsætning.

Kommercielle budgetter

Målet er, gennem en øget fokus på det kommercielle potentiale, at skabe en omsætning af en sådan størrelse, at den kan afløfte funktioner, der ellers er blevet tilskudsfinansieret. Det vil betyde et større økonomisk råderum.

Der er udarbejdet kommercielle budgetter for alle diskfunktioner, for

butikkerne, for cafevirksomhed og for forlag.

Der vil i strategiperioden blive udarbejdet kommercielle budgetter for de områder, hvor museet udfører opgaver for stat og kommune (undersøgelser, tilsyn og pleje).

Kommerciel brug af museets viden

Museets videnbank er tilgængelig for brugerne, men der deles også viden med rent kommercielle rekvirenter.

I begrænset omfang har den kommercielle brug af museets viden været afgiftsbelagt. Men feltet skal kraftigt udvikles, bl.a. gennem tilbud på digitale medier.

Varesalg

Museets butik/kioskudbud og cafevirksomhed skal analyseres og revideres.

Der skal overvejes forretningsmodeller for butikkerne, og der vil antageligt være basis for flere modeller, afhængig af besøgsstedet.

Cafevirksomheden skal bortforpagtes på vilkår, der vil være afhængig af besøgsstedet.

Ubetjent cafefunktion skal overvejes til nogle besøgssteder.

Vareudbuddet generelt skal analyseres.

Den nuværende model med "varer med fortælling" skal udbygges.

Vareudbuddet skal have relevans for besøgsstedets art, men der skal tages et bredt kommercielt hensyn.

Vareudbuddet skal også tilbydes gennem netsalgsmønstre, både en detail og en gros.

Konferencevirksomhed

Museet skal fortsat udvikle tilbud vedr. møder, konferencer, seminarer og erhvervspakker.

Både Rockmuseet og Roskilde Museum vil råde over egnede faciliteter, men også Frederikssund og Lejre museer vil kunne indgå i udbuddet.

Samlingerne

Museets samlinger skal soignereres. En samlingsgennemgang med henblik på udskillelse af stærkt beskadigede genstande, genstande uden proveniens eller genstande der opbevares i et uhensigtsmæssigt antal, skal afsluttes.

Samlingerne skal så vidt muligt opbevares koncentreret.

Samlingerne skal være tilgængelige digitalt i et system, anvist af Kulturstyrelsen.

Det skal overvejes, hvordan den fysiske adgang til samlingerne kan

øges.

Registreringen af recente samling skal afsluttes i planperioden på et niveau, der sikrer den fremtidige brug af samlingernes udsagn.

Samlingsplan

Der skal efter afsluttet samlingsgennemgang udarbejdes en samlet plan for samlingernes bevaring, lokalisering og tilgængelighed.

Magasiner. Eksisterende

Museets magasin i Frederikssund er stærkt problematisk pga. udbredte svampeangreb.

Museet samarbejder med Kulturstyrelsen om problemets løsning, som vil være yderst ressourcekrævende. En løsningsmodel vil blive en del af den forestående samlingsgennemgang.

Museet har fået gennemgået bevaringsforholdene i magasinet i Roskilde. Der er over en periode sket en forringelse af bygningens tilstand, som medfører risiko for samlingerne.

Magasinproblemerne skal finde en løsning.

Magasiner. Fremtidige

Der findes to løsningsmodeller:

Model 1:

Museet tilknytter sig et allerede eksisterende fællesmagasin eller indgår i projekt om etablering af nyt fællesmagasin.

Positive:

- Museet skal ikke selv forestå projektering og bygning.
- Museet skal ikke selv forestå driften.

Negative:

- Placeringen vil blive bestemt af andre.
- Muligheden for at påvirke driften mindre.
- Kvadratmeterprisen.

Museets undersøgelser har resulteret i en gennemsnitlig kvadratmeterpris på kr. xx (afsøges) på eksisterende eller planlagte byggerier.

Model 2:

Museet opfører et nyt højisoleret, bygningstæt og driftsoptimalt halbyggeri på kommunalt grundstykke.

Museets størrelse og samarbejde med andre museer om magasinarea-

ler kan berettige til eget byggeri.

Positive:

- Museet kan selv (delvist) bestemme placering.
- Museet kan selv vælge projektmodel.
- Museet kan selv tilrettelægge driften, adgang mv.
- Kvadratmeterprisen

Negative:

- Museet skal selv forestå projektering mv.

Et byggeprojekt på 3000 m² (med udvidelsesmuligheder) kan bygges for kr. xx (afsøges).

Det giver den billigste kvadratmeterpris og drift.

Projektet forudsætter adgang til et kommunalt grundstykke.

Et byggeri vil kunne finansieres gennem den nuværende driftsudgift til museets to magasiner.

Begge magasiner er belagt med opsigelsesklausuler.

Der forventes en opsigelse med fraflytning i 2017, alternativt 2019.

Der vil være en større engangsudgift forbundet med flytningen. Den skal forventeligt tilvejebringes gennem offentlig (kommunal) finansiering.

Handlingsplan / Roskilde

Forhold til kommunal planlægning

Strategiplanen forholder sig aktivt til Roskilde Kommunes planlægning ligesom kommunens strategiplan har elementer inspireret af museet.

Kommunens strategi om Uddannelse, Forskning og Erhverv understøttes gennem museets egen forskning, ved museets aktive samarbejde med Roskilde Universitet (RUCMUS), samarbejdet med biblioteket (BIMUS), ved museets engagement i livslang læring, og herunder museets uddannelses tilbud til kommunalt ansatte og mangeartede undervisningstilbud gennem Mindbook (skoleundervisning). Den understøttes tillige gennem etableringen af museets nye forplads ("Liv i byen") og dens umiddelbare sammenhæng med museets nye publikumsarealer (sociale rum) og mulighederne for vidensdeling.

Endelig understøttes den gennem museets tilbud til erhvervslivet og tilbud om introduktion til tilflyttere til kommunen.

Kommunens musiske strategi har som et hovedelement Rockmuseet. Den bygger tillige på en dynamisering af bymidten og etableringen af Kulturstrøget i Roskilde. Begge disse visioner enten understøttes eller har som et centralt element museets planer for at aktivere gårdrum og nye udstillingsarealer og etablering af den nye facade med hovedindgang ud mod Kulturstrøget.

Det er vigtigt at holde sig for øje, at en enhver vedvarende aktivitet på Kulturstrøget må have et institutionelt udgangspunkt. Brugerstyring og frivillighed alene kan ikke sikre en stabil og vedvarende drift.

Kommunens sundhedsstrategi er koncentreret om den fysiske udfoldelse. Men et rigt kulturliv er også, gennem tilvejebringelse af positiv selvforståelse, identitetsfølelse og socialt engagement, en sundheds-skabende faktor.

BIMUS

For at opfylde og udvikle målsætningen om integration i lokalområdet og museet som identitetsskabende faktor vil museet fortsat udvikle samarbejdet med Roskilde Bibliotek.

Det er målsætningen, at de to institutioner i princippet kan inddrage hinandens ressourcer og sammen udvikle initiativer, både indenfor denne strategiplan og afledt af den fortsatte samarbejdsproces.

BIMUS varetager bl.a. sekretariatsfunktionen for Kulturstrøget, men vil også kunne påtage sig andre udviklingsopgaver.

Kulturstrøget

Kulturstrøget er en prioritet, der fortsat skal udvikles i samarbejdet mellem de involverede institutioner, samtidig med at andre institutioner inddrages. Museet vil arbejde for, at en nord-sydakse, fra Rockmuseet (Musicon) over Stændertorvet til Havnen, etableres.

Kulturstrøget kan blive bymidtens væsentligste scene for kulturaktiviteter. Museet bidrager bl.a. med ny front og forplads og vil øge tilgængeligheden, og dermed kulturaktiviteten i bymidten, med aftenåbninger og et udbygget eventprogram.

"Museumsinsel"

Kulturstrøget er også den infrastrukturelle samling af en række kulturinstitutioner, koncentreret om Stændertorvet: Domkirken, Domkirkens formidlingscenter, Sankt Laurentii kirkeruin og -tårn, Det Kgl. Palæ, Muset for Samtidskunst, Roskilde Museum.

Denne "Museumsinsel" rummer i sig en enestående formidlingskapacitet, som kan medvirke til at profilere Roskilde som kulturfaktor, lokalt, nationalt og ikke mindst internationalt. Udover den kulturformidlende faktor rummer området arkitektur af verdensklasse og tilbyder et bymiljø af europæisk klasse.

Museet vil arbejde for at aktivere områdets muligheder.

Sankt Laurentius

Sankt Laurentii kirke og -tårn skal udvikles i planperioden. Det enestående middelalderanlæg, der også indeholder senere vægter- og arrestfunktioner, skal bl.a. formidle byens kirkemiddelalder, middelalderens livsvilkår (m. udgangspunkt i kirkegården) og byens topografi (set fra kirketårnet) i alle perioder.

Der er en målsætning om at fordoble besøgstallet i planperioden.

Roskilde Museum

Museet forventer at være nyopstillet i det første kvartal af planperioden.

Der vil således være ændrede udstillinger, nyt indgangsparti med café, butik og informationsrum (sociale rum), samt stærkt øget digital og analog tilgængelighed.

Museet vil være rammen om de formidlingsinitiativer, der omtales andet steds i strategiplanen.

Museets udstilling vil "fortsætte" ud i by- og landskab med formidling "on location".

Der er en målsætning om øget kommerciel virksomhed og et øget årligt antal betalende besøgende. I 2018 er målsætningen 15.000 betalende gæster årligt.

Rockmuseet

Rockmuseet skal fra periodens begyndelse definere sin position: i Musicen, i Roskilde, nationalt, internationalt, fagligt, socialt, uddannelsesmæssigt og kommercielt.

Rockmuseet skal blive et centralt museum i Danmark.

Rockmuseet skal efter de to første åbningsår definere sit normalniveau for besøgstal, anden formidling, bydelshus, kommerciel brug og driftsbudget.

Museet har et måltal på 50.000 gæster årligt.

Museet har et måltal for en egenfinansiering på mindst 35 % af det samlede udgiftsbudget (indenfor planperioden).

Lützhøfts Købmandsgård

Købmandsgården skal fortsat udvikles i sit vareindhold, også med henblik på engrossalg.

Brugen af gårdrummet skal intensiveres, både med faste årlige indslag (julemarked, teater, efterårsarrangement m.fl.) og med aktuelle arrangementer, afledt af bl.a. museets udstillingsvirksomhed og øvrige events.

Håndværkermuseet skal i højere grad indarbejdes i museets skoletilbud.

Slagterbutikkens formelle tilhør skal afklares.

Der er en målsætning om et øget besøgstal på 10.000 årligt.

Formidlingssatellitter

Museet vil i planperioden indrette formidlingstilbud på 2-3 steder i kommunen i samarbejde med biblioteksfilialer eller kommercielle partnere (butikcentre o.l.)

Formidlingen vil være lokalt funderet. Dens karakter vil være afhængig af stedets sikkerhedsniveau.

Formidling til børn

Museet vil arbejde for at beholde og udvikle sit museumstilbud til førskolebørn (0-7 år), Muserum.

Det skal undersøges, om Muserum kan indgå i det ordinære driftstilskud fra Roskilde Kommune.

I det hele taget er formidling til børn og børnefamilier et prioriteret område.

Handlingsplan / Frederikssund

Frederikssunds strategiske værdier beskrives med ordene: *Udvikling. Landskab. Bæredygtighed*. De relateres til fem strategiske emner: By & Bolig. Erhverv. Landskab. Klima & Energi. Oplevelse & Fritid.

I skæringspunktet mellem de tre værdier og emnet Oplevelse & Fritid ligger museets virksomhed, men der er også linjer til Landskab og By & Bolig.

Museets virksomhed understøtter visionen om at gøre landskabet tilgængelig som oplevelseselement og bidrager bl.a. ved samarbejdet med Willumsen og biblioteket, men også Vikingspillene, til at aktivere kommunens oplevelsespotentialer og dermed skabe attraktion for både borger og turister.

Ligeledes bidrager museets virksomhed til at definere landskabets sårbarhed i forhold til den fysiske udvikling.

Gennem satellitformidling kan museet også bidrage til kulturel sammenhængskraft og til at formidle områdernes kulturarv og historie og dermed bidrage til den lokale selvforståelse.

Der henvises i øvrigt til de generelle målsætninger for museet.

Samarbejde Museum, bibliotek

I hele museets dækningsområde er samarbejdet mellem bibliotek og museum prioriteret.

I Frederikssund skal samarbejdets karakter og omfang beskrives og fællesprojekter identificeres ved periodens begyndelse.

Samarbejde Vikingspillene

Museet vil udbygge sit samarbejde med Vikingspillene og bl.a. tilbyde erfaringsudveksling vedr. struktur, historiske data mv.

Samarbejde J.F. Willumsens Museum

Museet vil udbygge sit samarbejde med Willumsens Museum og i begyndelsen af perioden identificere yderligere samarbejdsflader.

Frederikssund Museum

Ved planperiodens begyndelse vil museet være nyopstillet og bygningsændringer vil være gennemført. Gennem ændret arealdisponering er formidlingsarealet blevet forøget.

Museet vil være et regionalt besøgscenter for fjordliv og Frederikssund.

Museets kommercielle virksomhed skal styrkes gennem udbygget ki-

oskfunktion.

Museets formidling vil fortsætte med nedslag i landskabet, bl.a. ved Skuldelevskibenes fundsted.

Der er en målsætning om at forøge antallet af betalende gæster med 7.000 årligt.

Museet i byen

Museet vil undersøge muligheden for at udstrække formidlingsfladen til Frederikssunds bymidte. Målsætningen omfatter såvel samarbejde med andre institutioner (f.eks. biblioteket), events og midlertidige lokalemuligheder.

Formidlingssatellitter

Der skal etableres formidlingssatellitter i kommunen, bl.a. i Slangerup, hvor lokale historiske emner behandles.

Der kan også samarbejdes med bl.a. Selsø Slot om formidlingsplatform.

Formidling til børn

Formidlingen til børn og børnefamilier er prioriteret.

Der skal arbejdes for, at tilbuddet til førskolebørn (0-7 årige), Museum, bliver en del af det ordinære driftstilskud.

Der vil i museet blive taget særlig hensyn til det faktum, at børnefamilier opholder sig længere tid på museet. Der skal således etableres opholdsarealer og muligheder for at indtage medbragte fødevarer.

Handlingsplan / Lejre

”Et sundt samfund - et berigende fællesskab” er et hovedpunkt i Lejres strategiske vision.

De øvrige visioner er ”Et sundt miljø” og ”En sund økonomi”.

Kommunens strategi for et berigende fællesskab rummer en vision for bedre tilbud til de mindste. Museet vil derfor fortsat arbejde for, at tilbuddet til førskolebørn (0-7 årige), Muserum også etableres i Lejre.

Mere generelt satses der i kommunens plan på en aktiv fritid for store og små, med bibliotekerne som kulturelle samlingspunkter og ”historie på den moderne måde”.

Museets BIMUS-samarbejde tager sigte på at pulje de to store vidensinstitutioners samlede viden og gøre den tilgængelig, ligesom museets Mindbook og Museet i Lommen vil være historieformidling gennem de medier, som appellerer til yngre.

Museet kan med sin viden styrke andre formidlingsinitiativer fagligt og vil gennem det nyopstillede Lejre Museum kunne formidle kommunens historiske profil i en tidssvarende udstilling, både som den kommer til udtryk i sagnene og i den egentlige kildebelagte historiefortælling.

Der henvises i øvrigt til de generelle målsætninger for museet.

Samarbejde Museum, bibliotek

I hele museets dækningsområde er samarbejdet mellem bibliotek og museum prioriteret.

Samarbejdets karakter og omfang skal beskrives ved periodens begyndelse.

Samarbejde Sagnlandet, Ledreborg. Turisme

Museet vil fortsat samarbejde med Ledreborg og Sagnlandet og bl.a. tilbyde udveksling af historisk/arkæologisk viden, samt samarbejde om events og turistformidling og fortsat indgå i samarbejdet med projektet Da Danmark Blev Til (såfremt det vil være aktivt i planperioden), om vidensudveksling, events og struktur.

Lejre Museum

Museet vil være nyopstillet og bygningsrenoveret ved periodens begyndelse og fremstå som et nationalt besøgscenter.

Museet har en målsætning om at forøge antallet af betalende gæster med 5.000 årligt (museet forventer inden periodens begyndelse at

have opnået tilladelse fra Miljøministeriet til at opkræve entré).

Museets formidling vil i høj grad være udstrakt til landskabet (Lejrehallerne, Skibssætning, gravhøje, Herthadalen, åløbene).

Tadre Mølle

Tadre Mølles anlægs- og driftsfinansiering drøftes i Lejre Kommunalbestyrelse med henblik på driften fra første planår (2016).

Vandenergianlægget skal forsøges genstartet og indgå i møllens formidlingstilbud.

Formidlingen til børn

Museet vil fortsat arbejde for, at tilbud til børn og børnefamilier udvikles. I den strategi indgår Muserum fortsat.