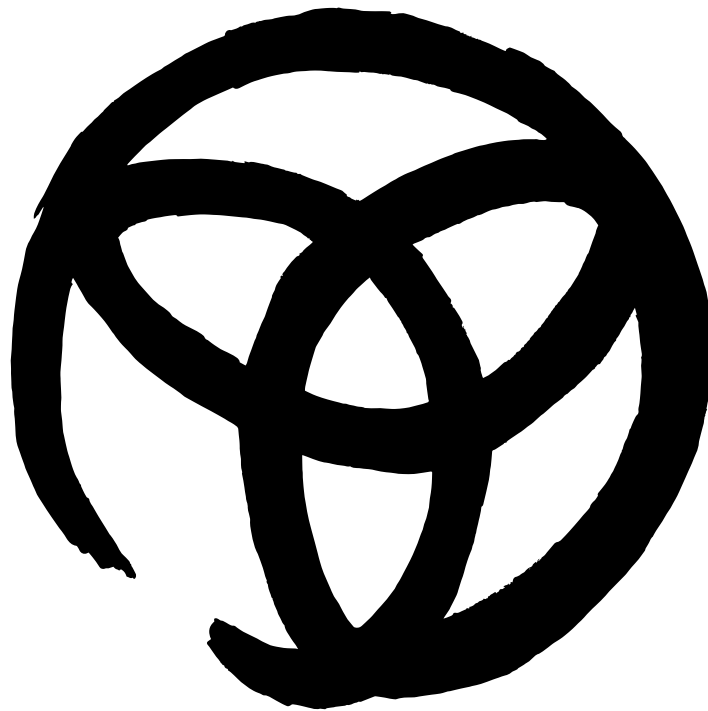


Historien er din



Museet er vi fælles om



“ ROMU er et museum, der drives på et solidt fagligt fundament - og på en stor del lyst. Lyst til at udforske kulturarven, lyst til at sætte museets faglighed i spil på nye måder, lyst til at engagere flere og lyst til at give alle borgere mulighed for at få del i historien.”

HISTORIEN ER DIN

MUSEET ER VI FÆLLES OM

ROMU STRATEGI 2019-2023





Et museum drevet af faglighed og lyst til involvering

- ROMU er et museum, der drives på et solidt fagligt fundament – og på en stor del lyst: Lysten til at udforske kulturarven, lysten til at sætte museets faglighed i spil på nye måder, lysten til at engagere flere, lysten til at give alle borgere mulighed for at få del i historien og ikke mindst lysten til at bidrage til at styrke borgernes samfundsengagement. Det er denne optik, vi har anvendt i udviklingen af vores strategi for perioden 2019-23.
- ”Historien er din” sammenfatter vores tilgang til strategien, og skal understrege vores ambition om at aktualisere viden om kulturarv og gøre denne relevant og vedkommende i museumslovens ånd. Det er det, vi vil fortælle om i denne strategibog.



Det skal vi nå

Inden udløbet af december 2023 er det vores ambition, at museet skal:

- øge sin samfundsmæssige relevans, målt på bl.a. kendskab og tilfredshed blandt borgere og hovedinteressenter.
- markant øge antallet af gange, vi møder borgerne. Der skal nyudvikles et vægtet indeks bestående af besøgstal, brugersammensætning, billetsalg, frivillige, digitale formidlinger, pressedækning, museumsmøder i det offentlige rum m.v.
- øge museets råderum ved at få den samlede egenomsætning, eksl. bygherreakæologi, til at vokse med mindst 10 procent om året.
- sikre at den samlede vidensproduktion vokser, og at nyere tids andel øges markant.
- producere mindst én særudstilling i ROMU-regi og pop-up udstillinger på alle fire hoveddestinationer hvert år.
- overholde den vedtagne bevaringsplan.
- udvise solide forbedringer i de målinger, der i trivselsundersøgelser m.v. indikerer stærkt samarbejds-klima.
- demonstrere, at vi i driften af ROMU og i vores projekter tilstræber at arbejde for FN's verdensmål.



Den økonomiske virkelighed

ROMU skal strategisk vægte evnen til selv at rejse penge, da intet tyder på, at staten vil øge sit økonomiske engagement i de statsanerkendte museer. Det er heller ikke sandsynligt, at kommunerne alene kan løfte de voksende krav, hverken indenfor museumsloven eller med de forventninger borgerne i øvrigt har til "deres" museum. Det fordrer, at vi arbejder med:

- udstillingsinitiativer, events o.l. der er økonomisk bæredygtige.
- at sikre at alle besøgsgrupper, der er betalingsduelige, også bidrager til museets økonomi.
- nye samarbejdsrelationer, der kan dække dele af eksisterende omkostninger eller bidrage med adgang til puljer, der også bidrager til museets grundomkostninger.
- opprioritering af samarbejdet med fonde og andre eksterne finansieringskilder.
- egentlige kommercielle initiativer i forhold til ikke-museale aktiviteter: cafe, butik, erhvervsrelationer, eventvenue etc.
- et øget fokus på indtjening stiller særlige krav, hvis museets sociale profil fortsat skal harmonere med museets overordnede formål. Det stiller krav om, at vi også prioriterer aktiviteter for borgere med ingen eller ringe betalingsevne.



Vi er en del af samfundet

- ROMU er nok selvejende, men er ingen isoleret ø, der kan operere og udvikle sig uafhængigt af bevægelser og tendenser i det omkringliggende samfund.
- Vi er optaget af at bidrage til samfundet gennem vidensproduktion og formidling, der kan styrke borgernes muligheder for at navigere i egne liv. Det skal ske ved at kombinere vores kulturhistoriske udgangspunkt, vores samlinger og vores ansvarsområdes øvrige righoldige kulturarv med de emner og dagsordner, borgerne selv oplever har relevans i deres liv.
- Det skal ske gennem fornyelse af vores koncept for frivillige, gennem et tættere engagement med nye og gamle foreninger, interessefællesskaber og et vågent øje for de dagsordner, også udenfor det egentlige kulturområde, der optager vores kommuner og samfundet generelt.



Rigere på muligheder

- ROMU er et af Danmarks store regionale museer. Vi arbejder i tæt samspil med vores tre kommuner Frederikssund, Lejre og Roskilde, og vi vedkender os rollen som områdets væsentligste kulturhistoriske videnscenter og -aktør.
- Vi vil øge vores råderum ved at skærpe fokus på samarbejder mellem museets besøgssteder, med vores kommunale baglande og med beslægtede institutioner.
- ROMU er åben for nye samarbejder, men vil i den kommende periode vægte de partnerskaber, der kan tilføre vores arbejde nye fagligheder, øge relevansen for borgerne, inddrage nye brugergrupper eller styrke økonomien.
- Gennem formaliserede alliancer med andre undersøgende institutioner og et øget fokus på ekstern finansiering af egne undersøgelsesprojekter, ønsker vi at øge museets samlede vidensproduktion.
- Vi vil videreudvikle såvel museumsbegrebet som museumspraksis og forny vores egen forståelse af mødet mellem museum og borger, både analogt og digitalt.



Kompetente borgere

- ROMU gør op med forestillingen om, at museer har monopol på definitioner af kulturarv. Vi møder vores brugere fra et stærkt fagligt udgangspunkt, men vi tror på, at de er indsigtfulde, og at vi har brug for såvel deres indsigter som kritiske røster. Derfor er det vigtigt, at museet er noget, vi er fælles om.
- Det skal ske gennem opsøgende dialog med såvel eksisterende som helt nye målgrupper, hvor vi søger at udvikle og debattere fælles forståelsesrammer, og vi vil inddrage brugernes synspunkter som en relevant faktor i vores indsamlings- og formidlingsstrategi. I alle undersøgelsesprojekter vil vi fordrø, at formidlingspotentiale og borgerrelevans indgår som faktorer i udviklings- og definitionsfasen.
- Vi vil styrke oplevelsen af fællesskaber omkring museet ved at øge dialogen med vores mange interessentgrupper. Indenfor museumsfagligt forankrede rammer vil vi øge oplevelsen af nærhed og relevans.



Det er sjovt at være dygtig

- Faglighed er et andet ord for at vide, hvad man taler om, men det kræver både mod og vilje at skabe plads til at blive og til at være dygtige. Vi skal understøtte institutionens og medarbejdernes faglighed og udvikling. Vi skal fokusere ressourcerne der, hvor vores ansvarsområde gør os stærkest. Vi skal bruge vores uddannelsesressourcer der, hvor vi bedst skaber sammenhæng til museets opgaver og vi skal i vores arbejdstilrettelæggelse skabe rum til tværgående samarbejder, eksperimenter og risikobetonede indsatser.
- Vi skal aktivt arbejde for en virksomhedskultur, der nok lærer af sine fejl, men som aldrig handlingslammes af bekymringen for at begå nye. Der skal være plads til eksperimenter med både form og indhold, og der skal udvikles en evalueringskultur, som har fokus på at ting lykkes fremadrettet.
- Vi skal sammen skabe en virksomhedsånd, der respektfuldt anerkender menneskelige og faglige forskelligheder som et gode, og som understøtter kollegial sparring på tværs af afdelinger, besøgssteder og fagligheder.



Ingen af os er lige så gode som os alle sammen

- ROMU er fyldt med kompetencer: Museale erfaringer, ledelseserfaringer, kommercielle færdigheder, anerkendte forskere, innovative formidlere, solide praktikere, dygtige håndværkere, livserfarne, frivillige, administratorer eller engagerede unge med gå-på-mod og energi. Ingen af os kan det hele, og ingen kan i længden fungere og løse opgaver uden andre.
- Derfor skal museets speciale være evnen til at samarbejde både internt og eksternt. På tværs af funktioner, fagligheder og geografier skal vi udvikle evnen til at løse opgaverne i respektfulde men også flydende og uformelle samarbejder, og vi skal kunne rykke hurtigt. Vi skal nysgerrigt søge hinandens viden og kompetencer – og vi skal kunne konstatere udviklingen gennem årlige vurderinger af vores evne til at løfte opgaverne sammen.



Historien er din - ROMU er vi fælles om

- Strategien er blevet til efter input fra kulturudvalgene i vores tre kommuner, efter en lang række drøftelser med ROMUs medarbejdere, samtaler med Slots- og Kulturstyrelsen under seneste kvalitetsvurdering og i skarp dialog med, og godkendt af ROMUs bestyrelse.
- Nu skal strategien udmøntes i praksis. Det sker i arbejdsplaner, i delstrategier og i daglige prioriteringer, og vi vil gerne give alle interesserede mulighed for at give deres besyv med - derfor vil mailadressen direktion@romu.dk i hele strategiperioden være et godt sted at placere ideer, kritik eller synspunkter om ROMUs strategi. Indlæggene vil blive taget op løbende og vil indgå i de årlige evalueringer af strategien.
- I strategiperiodens første år fylder Roskilde Museum 90 år og minder os om, at vi er et foreningsskabt museum og om civilsamfundets engagement gennem årtierne. Tilsvarende har vi i Frederikssund og Lejre mange af eksempler på, at brugernes engagement i besøgsstederne har skabt os, og fortsat præger os. Det er oplevelsen af et museum, der til stædighed søger at være i pagt med sine omgivelser, vi gerne vil forny med "Historien er din".



ROMU ER

ROSKILDE MUSEUM

FREDERIKSSUND MUSEUM

LEJRE MUSEUM

RAGNAROCK

SANKT LAURENTIUS

TADRE MØLLE

LÜTZHØFT KØBMANDSGÅRD

HÅNDVÆRKSMUSEET

DOMKIRKEMUSEET

GL. KONGSGÅRD

