



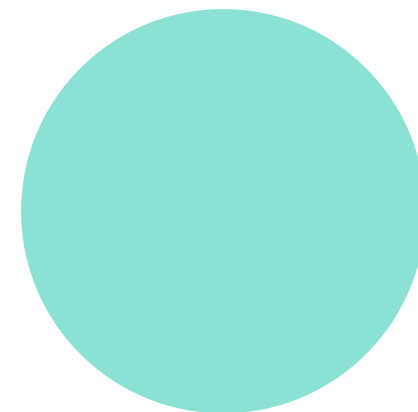
# VIBORG MUSEUM STRATEGI 2021-2025



VIBORG  
MUSEUM

# INDHOLD

1. Indledning	3
2. Vision & Mission	4
3. Sammenfatning af målsætninger 2021-2025	5
4. Om Viborg Museum	6
5. Organisering og økonomi	7
6. Ledelse og organisationsudvikling	9
7. Nyt Viborg Museum i Domkirkekvarteret	12
8. De Fem Halder	15
9. Hvolris Jernalderlandsby	16
10. Arkæologi	18
11. Samling	21
12. Forskning	23
13. Formidling	25
14. Kommunikation og markedsføring	29



# 1. INDLEDNING

Viborg Museum er i rivende udvikling. I den seneste strategiperiode er museet gået hen ad den vej, der blev banet i 2015 med strategien "Mere museum for flere".

Strategien havde som formål at begynde en forandring af Viborg Museum fra en klassisk museumsinstitution til en moderne museumsattraktion, hvor dyder som høj faglighed og kvalitet udvikles i kombination med orientering mod nye målgrupper og en mere forretningsorienteret museumsdrift. Nye tiltag med markante særudstillinger, nyskabende formidlingsaktiviteter og strategisk kommunikation har ændret museets brand og kendskabsgrad betydeligt, og Viborg Museum har positioneret sig som et foregangsmuseum i det danske museumslandskab.

I denne proces er flere af museets fagområder blevet styrket: En ny magasinbygning og flytningen af hele museets samling hertil har snart sikret samlingen meget bedre vilkår, museets forskningsaktivitet er blevet styrket inden for både arkæologi og nyere tids historie, og den arkæologiske virk-

somhed er resulteret i nye markante opdagelser, metodeudvikling og øget produktivitet samt nye spændende muligheder efter fusionen med Hvolris Jernalderlandsby.

Parallelt med denne udvikling har museet søsat det nok største projekt i museets historie: Udviklingen af et helt nyt og meget ambitiøst bymuseum i Domkirke kvarteret. En vision for dette blev lanceret i 2017, og siden er der blevet arbejdet intensivt på at rejse de nødvendige midler, forandre Vestre Landsrets tidligere domicil til en moderne museumsbygning, og udvikle udstillinger på internationalt niveau.

Her i 2020 kan vi konstatere, at strategien "Mere museum for flere" har bragt os langt og i den rigtige retning. Meget har forandret sig i løbet af de seneste fem år, og vi kan nu bedre se og forstå de rammer og den sammenhæng, som Viborg Museum åbner det nye bymuseum i. Ligeledes har det museumsfaglige arbejde på mange måder nået en fase, hvor der skal tages nye skridt fremad. Et meget stort potentiale skal realiseres i 2020'erne. Derfor giver

det mening nu at formulere en fornyet vision og strategi for Viborg Museum. Formålet er at fastlægge retning og målsætninger frem mod 2025. En strategi, hvis realisering skal positionere Viborg Museum som et af landets fremmeste museer.

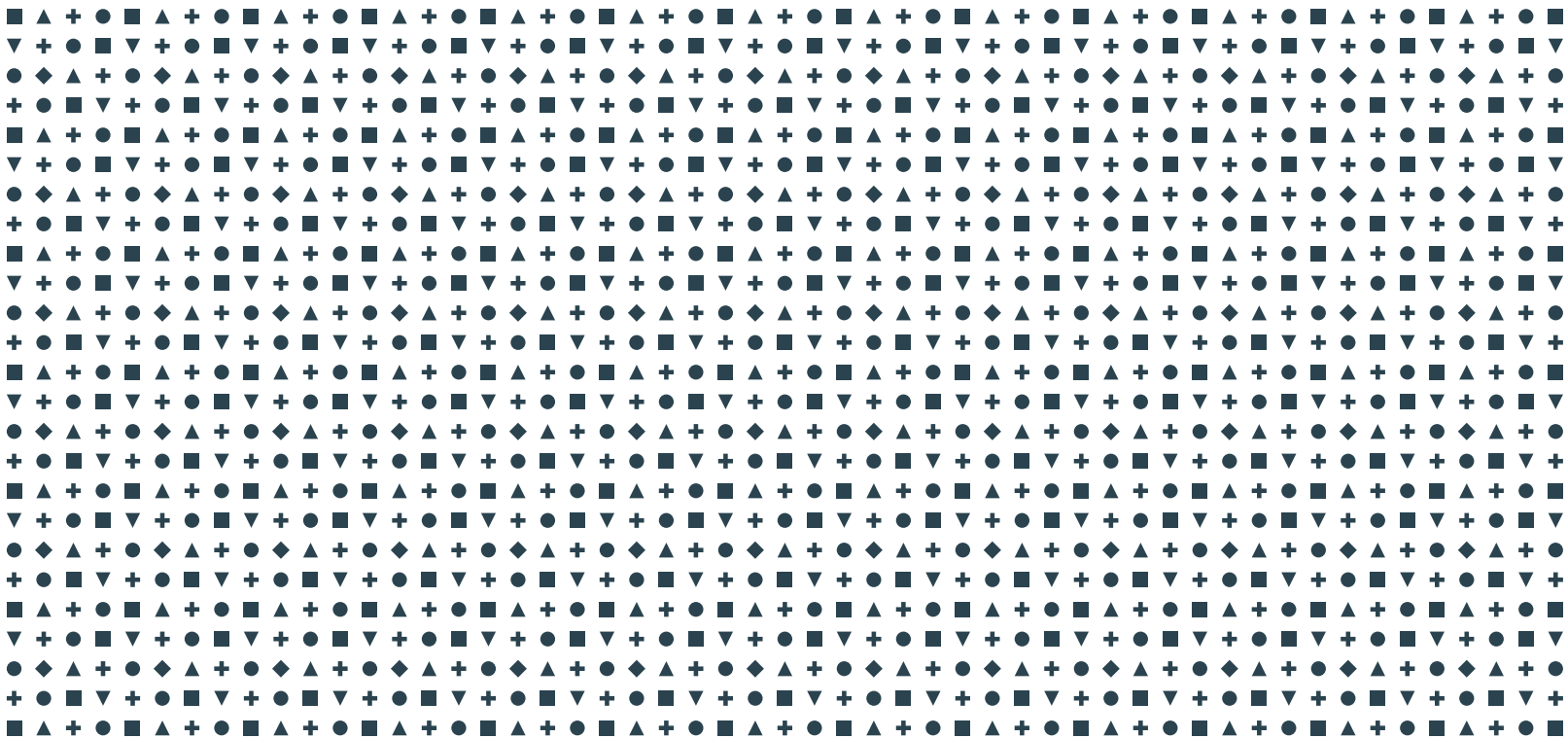
# 2. VISION & MISSION

## VISION

Viborg Museum vil være et kendt og anerkendt museum, der med passion og dygtighed skaber ny viden om samfundets udvikling og forandringer gennem tiderne, og som formidler viden gennem aktiviteter med høj kvalitet og relevans for et bredt spektrum af gæster fra Viborg og hele Nordeuropa.

## MISSION

Viborg Museum er et statsanerkendt museum, hvis arbejdsgrundlag er bestemt af museumsloven og museets vedtægter. Museet skal på grundlag heraf og arbejdet med de fem museumssøjler virke for at fremme lokal identitet, historisk bevidsthed og demokratisk dannelse i samfundet.



# 3. SAMMENFATNING AF MÅLSÆTNINGER 2021-2025



## 4. OM VIBORG MUSEUM

**Som museum stiller vi os neutralt til aktuelle politiske strømninger for at sikre uafhængighed, troværdighed og relevans for alle borgere. Vi arbejder for at øge den historiske bevidsthed i samfundet gennem oplysning og dannelse for derved at mobilisere aktivt, demokratisk medborgerskab i samfundet. Dette altid på baggrund af objektive, universelle værdier.**

Viborg Museum er et statsanerkendt kulturhistorisk museum med ansvar for arkæologi og nyere tids historie i Viborg Kommune. Viborg Museum blev grundlagt i 1861 og statsanerkendt i 1961. Museet skal i henhold til Museumsloven og vedtægterne indsamle, registrere, bevare, forske og formidle ansvarsområdet.

Viborg Museum ejes og drives af Viborg Kommune, hvorfor dets bestyrelse er Viborg Kommunes Kultur- og Fritidsudvalg. Museet har hovedadresse på Hjultorvet 4, hvor dele af administrationen, tekniske faciliteter og dele af magasinet er placeret. Ca. halvdelen af museets organisation er placeret i Sct. Mogens Gade 5,2 sammen med Viborg Lokalhistoriske Arkiv,

der også drives af Viborg Museum. Viborg Museum driver desuden afdelingerne Hvolris Jernalderlandsby og E' Bindstouw. Museets hovedmagasin findes på Tagtækkervej i udkanten af Viborg.

Udover at basere sit arbejde iht. museumslov og vedtægter knytter Viborg Museum også sit arbejde op på de museumsetiske bestemmelser i ICOM, som museet er medlem af. Museet er ligeledes medlem af de danske museers brancheorganisation, ODM, og det regionale museale fællesskab, MMU. Hertil kommer en række medlemskaber og netværk af museumsfaglig karakter.



Viborg Museum blev grundlagt i 1861 og har været placeret flere steder i byen. I perioden 1890-1981 lå museet i byens ældste rådhus. Om få år vender museet tilbage til Domkirkekvartret i den tidligere landsretsbygning.

# 5. ORGANISERING OG ØKONOMI

## BESØGSSTEDER

Viborg Museum skal i den kommende strategiperiode kulminere som museumsattraktion i Domkirke kvarteret og med 1-2 nye besøgssteder under ambitiøs udvikling. Museets ejerskab og vedtægter skal understøtte dette, og museumsattraktionen skal bygges op på grundlag af en bæredygtig økonomi.

Viborg Museum bestod indtil forrige visionsperiode begyndelse af hovedmuseet på Hjultorvet med E' Bindstouw i Lysgaard som øvrigt besøgssted i sommerperioden. I 2016 blev Hvolris Jernalderlandsby fusioneret med museet som tredje besøgssted. Udstillingsaktiviteterne på Hjultorvet blev lukket i 2017 for at gøre bygningen klar til et salg som led i planen om udviklingen af det nye bymuseum. Det resulterede samtidig i, at Viborg Lokalhistoriske Arkiv flyttede til ny adresse: Sct. Mogensgade 5,2.

Viborg Museums besøgssteder forandres således i disse år, og flere forandringer ventes i den kommende periode. Strukturen skal fokusere på det

nye bymuseum i Domkirke kvarteret som hovedmuseum og administrativt center for alle besøgssteder, som inkluderer Hvolris Jernalderlandsby og Hald-laden ved De Fem Halder som muligt fremtidigt besøgssted.

E' Bindstouws fremtidige status skal undersøges nærmere i den kommende periode. Udgangspunktet er, at E' Bindstouw skal styrke sit aktivitetsniveau, hvilket kan ske ved i højere grad at blive drevet af aktive frivillige. Denne proces blev påbegyndt i den forrige periode, og en endelig løsning på ejerskab og drift skal fastlægges i begyndelsen af den kommende periode i dialog med foreningen E' Bindstouws Venner og Viborg Kommune.

Viborg Museum skal i den kommende visionsperiode fokusere sin drift og udvikling på følgende tre besøgssteder med udstillinger samt Viborg Lokalhistoriske Arkiv:

**1.** Det nye bymuseum bliver hovedattraktionen blandt Viborg Museums besøgssteder og i Domkirke kvarteret med udstillinger og særudstillinger på

internationalt niveau og landsdækkende appel. Her skal gæsterne opleve 1000 års Danmarkshistorie, som den har udfoldet sig i Viborg.

**2.** Hvolris Jernalderlandsby skal være udgangspunktet for et nyt satsningsområde for formidlingen af forhistorie og middelalder. Hvolris' unikke styrker og potentiale skal udvikles og tilføres en ny permanent udstilling om forandringer og udvikling fra stenalder til middelalder på Viborgeggen - suppleret af stedsspecifik formidling af kulturarven i landskabet i hele Viborg Kommune.

**3.** Hald-laden ved De Fem Halder rummer et spændende potentiale som nyt besøgssted under Viborg Museum.

Her skal områdets 800-årige historie med relationer til både dansk og international historie formidles i udstilling, landskab og øvrige aktiviteter.

**4.** Viborg Lokalhistoriske Arkiv skal som dokumentationscenter for lokalhistorien i det 19. og 20. århundrede i den gamle Viborg Kommune arbejde for at styrke den lokale identitet i Viborg.

Museets besøgssteder skal brandes og markedsføres som unikke steder med eget navn og identitet, men skal drives og udvikles af en nydesignet, bagvedliggende og tværgående organisation med samlet base i Domkirke kvarteret.





## EJERSKAB OG ØKONOMI

Transitionen fra klassisk museumsinstitution til moderne museumsattraktion giver anledning til undersøge, om nuværende ejerform og vedtægter er de bedste til drive en museumsattraktion på.

I den kommende periode skal museets fremtidige ejerform derfor besluttes efter nærmere analyse. Det skal i den forbindelse undersøges, om museet bedre kan udvikle sig ved at overgå til at være en selvejende institution med en bestyrelse sammensat under hensyntagen til relevante kompetencer og netværk. Et ændret ejerskab kan potentielt skabe mulighed for en mere fleksibel og kommercielt orienteret økonomi, et friere strategisk handlerum og bedre gennemslagskraft ift. landsdækkende fonde, medier og politikere.

Mulighederne for et nærmere organisatorisk samarbejde med Skovgaard Museet skal desuden afklares i perioden, da et sådant potentielt kan fremme synergi og effektivitet inden for fælles arbejdsområder, f.eks. formidling, kommunikation og markedsføring, teknik og administration.

Viborg Museums økonomi er stærkt udfordret, og den seneste strategiperiode har vist, at museets driftstilskud fra kommune og stat samt egenindtjening fra formidling og salg er på et niveau, hvor museet kun knapt kan løfte sine lovpligtige opgaver som statsanerkendt museum med arkæologi, nyere tid, forskning, samling og formidling, og at der ikke er økonomi til nye tiltag og satsninger eller professionalisering af flere vigtige områder – herunder skoletjeneste og attraktionsudvikling.

For at indfri nærværende vision og strategi, er det en forudsætning, at Viborg Museum i den kommende periode både får løftet sit driftstilskud markant samt løfter sin evne til at øge egenindtjening markant. Det første skal ske ved at sikre politisk opbakning til at investere i Viborg Museums drift til forløsning af museets potentiale til gode for byens turisme og erhvervsliv. Det andet skal ske ved at skabe en mere forretningsorienteret museumsøkonomi, hvor museet skal udnytte de turismemæssige og kommercielle potentialer, der ligger i Domkirke kvarteret, De Fem Halder og Hvolris Jernalderlandsby gennem innovativ produktudvikling og oplevelsesbaserede aktiviteter.

Dette fordrer en organisk vækst i økonomi og organisation i den kommende strategiperiode, efterhånden som præmisserne for vækst opfyldes. Derfor skal præmisserne for museets fremtidige drift og realiseringen af den faseopdelte udviklingsplan for Domkirke kvarteret også være kendt, inden endelige mål for fremtidige besøgstal, aktivitetsniveau og dermed forventet egenindtjening præciseres.

### STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - ORGANISERING OG ØKONOMI

- Museets fremtidige besøgssteder skal fastlægges, herunder afklaring af De Fem Halder og E' Bindstouw.
- Det nye bymuseum og tilhørende aktiviteter i Domkirke kvarteret skal åbnes i kommende periode, og udviklingsplaner for øvrige besøgssteder skal etableres og iværksættes.
- Der skal i 2021 gennemføres en analyse, der leder frem til en anbefaling af Viborg Museums fremtidige ejerform og vedtægter samt organisatorisk relation til Domkirke kvarteret og Skovgaard Museet.
- Der skal i 2021 laves en bæredygtig forretningsplan for det nye Viborg Museum. Dette går forud for dialogbaseret aftale med Viborg Kommune, der indbefatter fælles strategiske mål for f.eks. besøgstal og aftale om det fremtidige driftstilskud.





## 6. LEDELSE OG ORGANISATIONSUDVIKLING

Viborg Museum skal være en attraktiv arbejdsplads med trivsel og virkelyst. Stærke og synlige værdier skal præge hele museets virke både indadtil og udadtil. Viborg Museums ledelsesgrundlag baserer sig i den kommende periode fortsat på værdiledelse. Det betyder følgende:

- Tydelig ledelse skal gennem vision og strategi sikre fælles retning.
- Tillidsbaseret delegering af ansvar skal forlene beslutningskompetencer og skabe en flad organisationsstruktur.
- Tydelighed i funktioner, roller og processer skal skabe effektivitet og tryghed i hverdagen.

Viborg Museum har i den forrige periode baseret adfærden i organisationen på fire værdier, som organisationen har defineret nærmere i fællesskab. Det betyder følgende:

- **Mangfoldighed:** Vi er en rummelig arbejdsplads med plads til og respekt for alle forskelligheder, vilkår og modsætninger.
- **Ordentlighed:** Alle vores relationer internt som eksternt skal præges af god moral i takt og tone, og hvor alle skal prioritere fællesskabet fremfor egne interesser.
- **Dygtighed:** Vi hylder kvalitet og effektivitet, høje faglige kvalifikationer og lysten til at lære nyt.
- **Mod:** Vi tør være originale og gå nye veje, og vi er ikke bange for at fejle. Vi har tillid til hinanden.

I seneste periode har ledelse og organisation indgået en aftale på baggrund af den store forandringsproces, som museet undergår i disse år. Denne aftale skal sikre gennemsigtighed i forandrings- og beslutningsprocesser og et højt og rettidigt informationsniveau fra ledelse til organisation. Trivsel, arbejdsmiljø og samarbejde

mellem ledelse og organisation håndteres formelt i museets Lokal-MED og i museets arbejdsmiljøudvalg.

### DEN PROJEKTORIENTEREDE ORGANISATION

Viborg Museum skal i den kommende periode efter nærmere analyse designe og implementere en organisationsstruktur, der for det første bedst muligt understøtter realiseringen af vision, strategi og målsætninger samt effektiv drift og udvikling af museets besøgssteder. For det andet skal organisationen designes med fokus på effektivitet, motivation og udvikling. Museets organisation skal for det tredje designes, så den tapper ind i udviklingen af Domkirkekvartret og i en nærmere defineret relation til Skovgaard Museet.

En ny organisationsstruktur skal udvikles under hensyntagen til, at Viborg Museum er en projektorienteret organisation.

Derfor skal organisationen i struktur og mind set være fleksibel ift. at mestre arbejdet med mange projekter ad gangen.

På den baggrund implementeredes en teambaseret struktur i 2015. Der blev i den foregående periode samtidig indført et nyt styringsredskab i form af projekt- og porteføljeledelse, hvor museets ledelse i fællesskab med teamledere udvælger, koordinerer, styrer og evaluerer museets omfattende projektportefølje og i øvrigt balancerer denne ift. strategi, ressourcer og øvrige driftsopgaver.

Implementeringen af projekt- og porteføljeledelse skal færdiggøres i den kommende periode, hvor programmer bestående af projekter med samme strategiske formål bliver et vigtigt tiltag. I den kommende periode skal projektporteføljen knyttes tæt til museets strategi, og de projekter, som museet selv definerer, skal udvælges ud fra en grundig vurdering, hvor projekter altid udvælges iht. strategien. Der skal for større projekter laves en grundig business case, ligesom museet skal implementere fælles værktøjer for projektledelse.

## ORGANISATIONSUDVIKLING

Museets organisation har i dag et omfang, der svarer til de krav, statsanerkendte museer med arkæologisk ansvar blev stillet to-tre årtier tilbage. For at realisere ambitionerne for et nyt bymuseum i Domkirke kvarteret og nærværende vision og strategi er der et stort behov for at udvide organisationen.

Der er behov for øget kapacitet og nye kompetencer:

- Øget kapacitet og kompetencer inden for attraktionsudvikling med fokus på strategisk kommunikation og branding, analog og digital markedsføring, kommercielle aktiviteter, produktudvikling, events og publikumsservice.
- Øget kapacitet og kompetencer inden for pædagogik og didaktik for styrkelse af museets tilbud til skole og ungdomsuddannelser.
- Øget kapacitet til administration af det arkæologiske kapitel 8 arbejde, formidling af det arkæologiske ansvarsområde, til løft af museets kravbaserede forskningsindsats og løft til samlingsarbejdet.

- Øget kapacitet og kompetencer til at håndtere publikumsservice, teknik og IT i Domkirke kvarteret.

## FRIVILLIGE

Viborg Museum har gennem to årtier haft en gruppe af frivillige tilknyttet flere funktioner, og disse har været en enorm hjælp for museet. Det gælder især ift. museets samlingsarbejde, hvor de har deltaget i registrerings- og flytteopgaver de seneste år, både hvad angår museets samling og lokalhistorisk arkiv. De frivillige har desuden bidraget med hjælp ifm. formidlingsaktiviteter, f.eks. julemarked og foredragsrækker, og de udgør samlet en højt skattet ressource på museet, og ikke mindst er de vigtige ambassadører for museet.

I den kommende strategiperiode ønsker vi, som et projekt i regi af Viborg Kommunes sammenhængsmodel, at udvikle frivillighedsområdet. Det betyder, at vi vil danne en tydeligere organisatorisk ramme omkring de frivilliges forskellige grupperinger for at styrke fællesskaberne, trivlsen og tilhørsforholdet til museet, og vi vil styrke kommunikationen til de frivillige samt deres kompetencer ift. de opgaver, de løser, f.eks. gennem interne kurser og lign.

## KOMPETENCEUDVIKLING OG POSITIONERING

I den kommende strategiperiode skal Viborg Museum ikke kun tilføres nye kompetencer, men også fokusere på kompetenceudvikling i den eksisterende organisation samt positionering af museet og museets medarbejdere i relevante sammenhænge. Det er vigtigt, at museets organisation hele tiden kan udvikle sig i den rigtige retning, og at der er ressourcer til at give den enkelte medarbejder muligheden for efteruddannelse og styrkelse af netværk.

I den kommende strategiperiode skal der i den forbindelse fokuseres særligt på følgende kompetenceløft:

- Ledelse og projektledelse for at styrke museets evne til at bruge projektporteføljeledelse som et strategisk værktøj og til at skabe en mere effektiv og ensartet projektledelse.
- Et ph.d.-projekt inden for det arkæologiske fagområde skal styrke museets forskningsprofil og give adgang til nye og større forskningsprojekter og -netværk i fremtiden.

Det er samtidig vigtigt, at museum og medarbejdere prioriterer ressourcer og opmærksomhed til offensivt at positionere sig strategisk vigtige steder med relevant viden og holdninger. Det gælder i alt lige fra de bredeste medier til faglige netværk i ind- og udland. Positionering skal i den kommende strategiperiode ske ved:

- For relevante medarbejdere skal der laves planer for, hvilke hverv og netværk man offensivt skal søge indflydelse og deltagelse i. Det kan være bestyrelser, styregrupper, netværk, medier osv., - regionalt som nationalt.
- Museet skal afsøge mulighederne for selv at skabe og arrangere netværksmøder- og seminarer, ligesom eksisterende af disse skal søges afviklet i Viborg.

## BYGNINGSMÆSSIGE RAMMER FOR ORGANISATIONEN

Viborg Museum vil være en attraktiv arbejdsplads præget af effektivitet, motivation og udvikling. For at få arbejdsprocesserne til at fungere effektivt i tværgående teams og sikre motivation, trivsel og udvikling, skal

hele organisationen samles under ét tag og i tidssvarende rammer.

Organisationen har i årtier været placeret i forskellige bygninger og i utidssvarende omgivelser, hvilket har resulteret i et forringet arbejdsmiljø og slid på trivsel og motivation. I den kommende strategiperiode skal der sikres en varig løsning på disse forhold, hvor hele organisationen kan samles i den samme 'back office' bygning i Domkirke kvarteret.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - LEDELSE OG ORGANISATIONSUDVIKLING

- Viborg Museum skal gennem værdibaseret ledelse styres sikkert gennem den igangværende transition, hvilket skal give sig udslag i positive trivselsevalueringer i 2021 og 2024.
- Viborg Museum skal i perioden implementere en ny organisationsstruktur, der skal designes til at sikre realiseringen af museets vision og strategi.
- Viborg Museum skal gennemføre en organisk udvidelse af organisationen med attraktionskompetencer, stabsfunktioner og administration samt styrkelse af tekniske funktioner og museumsfaglige kompetencer.
- Viborg Museum skal sikre politisk opbakning og finansiering til at samle hele organisationen under samme tag og i tidssvarende rammer i Domkirke kvarteret.
- Viborg Museum skal fuldende implementeringen af projekt- og porteføljeledelse og tilpasse dette i en ny organisationsstruktur. I den forbindelse skal museets organisation have et kompetenceløft ift. projektledelse, og der skal implementeres fælles værktøjer til projektledelse.
- Viborg Museum skal søge at realisere et relevant ph.d.-projekt på det arkæologiske område.
- Viborg Museum skal positionere sig med viden og holdninger i relevante medier og netværk regionalt og nationalt, og tiltrække seminarer mv. til Viborg.
- Frivillighed skal styrkes gennem bedre organisering og kommunikation.

## 7. NYT VIBORG MUSEUM I DOMKIRKEKVARTERET

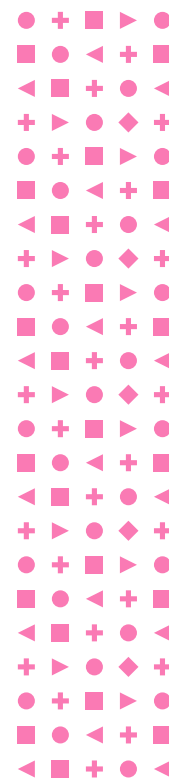
Et nyt Viborg Museum i Domkirke- kvarteret skal positionere museet blandt de bedste bymuseer i Danmark og nyskabende på internationalt niveau. Det skal ske ved at formidle byens vigtige placering i Danmarks magthistorie gennem udstillinger baseret på nyeste virkemidler og afsøgende ift. nye formidlingsreb. Det skal også ske gennem byrumsformidling, der bringer byens udendørs kvaliteter i spil på kreativ vis. Målgruppen herfor er børn og voksne i Viborg Kommune samt kulturturister i alle aldre fra Danmark og Nordeuropa.

I den forrige visionsperiode blev det fastlagt, at Viborg Museum skulle etablere et nyt bymuseum i den tidligere landsretsbygning med en ny og skarp profil. Ved indgangen til en ny strategiperiode er projektet godt undervejs. Det mangler endelig

finansiering til bygning, udstillinger og byrumsformidling, men projektet er langt ift. bygningens indretning, udstillingernes indhold og planer for aktiviteter i byens rum.

Bygningsrenovering blev sat på pause medio 2020 og produktionen af udstillinger blev standset ultimo 2020. Arbejdet kan genoptages, når den fulde finansiering til renovering af ny museumsbygning foreligger, og arkitektens dispositionsforslag er godkendt af Viborg Kommune. Derefter venter en række allerede definerede projekter og delprojekter, som skal realiseres frem mod den endelige åbning. Åbningen forventes at kunne ske ca. 2½ år efter genstart

Følgende projekter og delprojekter forestår, inden bymuseet er endeligt færdigetableret i Domkirkekvartret:



I den næste strategiperiode skal Viborg Museum åbne et nyt bymuseum i Vestre Landsrets tidligere domicil i Domkirkekvartret.

# 1. DET NYE BYMUSEUM

## A. STUEETAGE OG 1. SAL: KONGE, KIRKE OG RET

Bymuseet skal formidle magthistorie i perioden 1000-1950 i den tidligere landsretsbygningens stueetage og 1. sal i nye udstillinger. Der etableres nyt indgangsparti og gæstemodtagelse i bygningens østlige del.

## B. 2. SAL: DET MODERNE VIBORG

2. sal i den nye museumsbygning er ikke inkluderet i den første etape af museumsprojektet. Her er mulighed for at skabe publikumsaktiviteter, og her projekteres en udstilling om det moderne Viborgs historie (1864-2000). Udstillingen skal være viborgenser-nes udstilling og have fokus på lokal identitet. Den kan derfor med fordel integreres med Viborg Lokalhistoriske Arkiv. Udstillingen skal have permanent karakter, men skal samtidig indeholde mulighed for dynamiske samarbejder med f.eks. Viborgs animationsmiljø og i relation til Viborgs status som UNESCO Creative City - Media Arts.

## C. BYRUMSFORDIDLING

Bymuseet skal være den drivende kraft i produktionen af kulturelle aktiviteter i Domkirke kvarteret. Turister og borgere skal tilbydes formidlingsaktiviteter i byens rum både gennem faste installationer samt event- og oplevelsesbaserede formidlingsaktiviteter.

## 2. SÆRUDSTILLINGER I AMBITIØSE RAMMER

Markante særudstillinger, der kan fungere som midlertidige, nyheds-skabende attraktioner i den store attraktion, vil være en nøgleaktivitet i en forretningsplan for det nye museum og hele Domkirke kvarteret. Der er derfor behov for at etablere et særudstillingsrum, der kan honorere krav til størrelse, teknik, sikkerhed og tilgængelighed, således museet og andre aktører kan producere udstillinger på højeste niveau samt indlåne markante kulturarvs-genstande og internationale produktioner.

## 3. ADMINISTRATIONS- BYGNING

For at sikre organisationen effektiv styring, tværgående opgaveløsning og udnyttelse af synergipotentialer skal hele organisationen samles under samme tag. Ejendommen Sct. Mogensgade 5 vil efter en nyindretning være ideel til formålet i kraft af størrelse, placering og tilgængelighed. Bygningen kan fungere som "back office" til hele Domkirke kvarteret og de øvrige besøgssteder og aktiviteter inklusive Skovgaard Museets administration.

## 4. DOMKIRKEKVARTERET

Domkirke kvarteret skal udvikles som en ny destination med national appel og således fungere som et øvre brand med bymuseet og Skovgaard Museet som subbrands. Viborg Museum skal som Domkirke kvarterets største institution påtage sig et bærende ansvar for denne udvikling og indgå aktivt i arbejdet med kommunikation og markedsføring samt sikring af fælles koordinering, monitorering og evaluering af denne indsats i forpligtende fællesskab med Domkirke kvarterets aktører.



## 5. VIBORG LOKAL- HISTORISKE ARKIV

Viborg Lokalhistoriske Arkiv er Viborgs kollektive hukommelse og en vigtig institution ift. at skabe lokal identitet, tilhørsforhold og lokal stolthed blandt byens borgere.

Viborg Lokalhistoriske Arkiv er en integreret del af Viborg Museums drift og organisation. I den forgangne periode har arkivet flyttet sin offentlige læsesal og dele af selve arkivet til adressen Sct. Mogensgade 5,2, mens størstedelen af arkivalierne blev flyttet til museets magasinbygning på Tagtækkervej. Derved er arkivets samling sikret bedste vilkår. Derudover har arkivet udfyldt sit formål med at stille arkivalier og viden til rådighed for brugere af arkivet, registeret nyindkomne arkivalier og digitaliseret og tilgængeliggjort tusindvis af fotos på internettet - og i øvrigt bidraget til mange formidlingsaktiviteter i regi af Viborg Museum.

Arkivet varetager opgaver i henhold til museumslovens kapitel 8 inden for nyere tids kulturhistorie i Viborg Kommune ift. rådgivning af plan- og fredningsmyndighederne samt arkivalisk kontrol, udpegning, undersøgelses- og dokumentationsopgaver for at sikre kulturmiljøer og bevaringsværdige bygninger.

I den kommende periode skal arkivets basisfunktioner fastholdes med et højt serviceniveau, og der skal i øvrigt fokuseres på følgende områder:

- Der skal laves en analyse og plan for, hvordan arkivets samling kan aktiveres bedre og komme en større andel af lokale borgere til gode.
- Samarbejdet med de øvrige lokalhistoriske arkiver i Viborg Kommuner skal søges styrket ift. fælles formidlingsaktiviteter og opkvalificering af arkivernes ledere og frivillige.
- Viborg Lokalhistoriske Arkivs placering skal undersøges nærmere i den kommende periode, hvor en mere synlig og tilgængelig placering skal fremmes, evt. i sammenhæng med en fremtidig udstilling om det moderne Viborg på udstillingsbygningens 2. sal.
- Der skal i den kommende periode udfærdiges en plan for, hvordan digital kulturarv fra ansvarsområdet kan blive bevaret og gjort tilgængelig for eftertiden, og der skal laves en prioriteret plan for aktiv indsamling.
- Lokalhistorisk Arkiv skal styrke sin rolle ift. sikring af kulturhistoriske bevaringsværdier i Viborg Kommune.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2015 – NYT VIBORG MUSEUM I DOMKIRKEKVARTERET

- Det nye bymuseum skal færdigfinansieres, produceres og åbnes.
- Viborg Museum skal indgå aktivt i branding, kommunikation og markedsføring af Domkirkekvartret i samarbejde med Domkirkekvarterets aktører.
- Der skal laves et prospekt til efterfølgende fundraising for udstillingsaktiviteter på museumsbygningens 2. sal.
- Hele museets organisation skal have løst sine fysiske arbejdsmiljøproblemer og samles under tidssvarende forhold og under samme tag i Domkirkekvartret.
- Placering af Viborg Lokalhistoriske Arkiv skal afklares, og arkivets identitetskabende rolle i Viborg skal styrkes.

## 8. DE FEM HALDER



De Fem Halder ligger som en enestående natur- og kulturhistorisk perle på Hærvejen gennem Jylland. Området rummer en spændende fortælling inden for gåafstand om flere borge og herregårde knyttet til magtfulde personer med markante roller gennem 800 års danmarkshistorie.

De Fem Halder forventes at åbne endeligt for offentligheden ultimo 2021 efter et gennemgribende formidlings- og tilgængelighedsprojekt. De seneste fem år har Viborg Museum været en vigtig del heraf. Museet har gennemført omfattende arkæologiske undersøgelser, der har resulteret i afgørende ny viden om området, som nu, med museets hjælp, bliver formidlet i en midlertidig udstilling i Hald-laden ved Hald Hovedgård samt på skilte i landskabet og i tårnet i det gamle Hald Slot.

Viborg Museum kan i den kommende strategiperiode med fordel involvere sig mere forpligtende på De Fem Halder. Museet har opbygget en stor viden om områdets historie, som kan bringes i spil på forskellig vis. En ny og mere ambitiøs formidling i udstil-

ling og landskabsformidling er under opsejling og kan danne udgangspunkt for at gøre Hald-laden til et officielt besøgssted under Viborg Museum.

Der er samtidig stigende interesse for guidede ture. Viborg Museum indgik derfor i 2020 en aftale med Naturstyrelsen om at påtage sig ansvaret for markedsføring, booking og afvikling af netop guidede ture for turistgrupper på De Fem Halder.

Ydermere er der grundlag for at udnytte museets viden om området til læringsaktiviteter for skoler og ungdomsuddannelser fra hele Midtjylland og i kombination med tilsvarende i Domkirke kvarteret og tilbyde disse koordineret med Naturskolen.

Det giver samtidig rigtig god mening at knytte tætte strategiske bånd mellem udviklingen af Domkirke kvarteret, det nye bymuseum og De Fem Halder, og at Viborg Museum indtager en naturlig og central position som ledende part i dette interessefelt.

### STRATEGISKE MÅL 2021-2025 – DE FEM HALDER

- Muligheden for at gøre Hald-laden til et besøgssted under Viborg Museum fra 2022 skal afsøges nærmere efter dialog med Naturstyrelsen og Viborg Kommune.
- Ny udstilling i Hald-laden og formidling i landskabet skal fundraises, projekteres og etableres sideløbende med øvrige formidlingsaktiviteter i perioden.
- De Fem Halder skal inkluderes i planerne for en ny skoletjeneste med nye læringsaktiviteter og nær sammenhæng med aktiviteter i Domkirke kvarteret.
- Der skal arbejdes for at skabe turismemæssige sammenhænge mellem Domkirke kvarteret og De Fem Halder.
- Bogværk om De Fem Halder realiseres





## 9. HVOLRIS JERNALDERLANDSBY

Hvolris Jernalderlandsby skaber med sine aktiviteter indsigt i sammenhænge mellem naturens ressourcer og menneskets evne til at udvikle og anvende dem set i et tidsperspektiv på mange hundrede år. Det giver en vigtig forståelse for de grundlæggende elementer, for innovation og udvikling, samt for hvordan dette har forandret skiftende samfund og helt almindelige menneskers livsvilkår.

Disse elementer bringes i spil i Hvolris Jernalderlandsby, hvor man de seneste to årtier har udviklet sig til en vigtig formidlingsinstitution blandt levende oldtidsmiljøer i Danmark. De vigtigste aktiviteter er et autentisk, levende jernaldermiljø, hands-on aktiviteter for især skoleklasser, samt events. Alt sammen baseret på dedikerede medarbejdere og en stor og aktiv gruppe af frivillige og skabt indenfor en meget smal økonomisk ramme.

I den kommende strategiperiode skal en udviklingsplan for Hvolris udformes og aktiveres. Planen skal skabe sammenhæng mellem det store perspektiv, som oldtidens historie giver, og de aktiviteter, der gennemføres på Hvolris.

En udviklingsplan skal bl.a. fokusere på følgende dele:

- En ny fast udstilling på Hvolris skal fokusere på menneskets evne til at forandre og udvikle og dermed de store teknologiske fremspring gennem tidsaldrene fra stenalder til middelalder. Udstillingen skal vise de ypperste eksempler herpå fra museets samling og med møderne, digital formidling bringe gæsten tæt på det levede liv i oldtiden, og de materialer og den viden mennesker havde som grundlag for innovation og udvikling. I udviklingsplanen for Hvolris skal visionen for en ny oldtidsudstilling udfoldes sammen med en behovsbeskrivelse for udstillingens fysiske ramme, og det skal beskrives, hvordan en visionær, ny bygning kan danne den ideelle ramme for en ny oldtidsudstilling.
- En ny udstilling skal skabes i nær sammenhæng med formidlingen og aktiviteterne i jernalderlandsbyen og oldtidslandskabet. Udviklingsplanen skal beskrive potentialet for den levende landsby, og hvordan den og området bedre kan for-



- midles for både skoleklasser og besøgende i fremtiden.
- Sammenhængen til udstilling og øvrige formidlingstiltag i Viborg Kommune skal være logisk og tydelig.
  - Skoletjenesten på Hvolris skal bygge videre på nuværende kvalitetsfyldte indhold. De eksisterende tilbud kan med fordel suppleres af nye aktiviteter, der bygger bro til den fremtidige udstillings fokus på innovation og udvikling. Og i øvrigt sammenhæng til folkeskolens målsætninger og til Viborg Museums øvrige skoletjenesteaktiviteter.
  - Oldtidens historie i hele Viborg Museums ansvarsområde skal formidles bedre og mere i den kommende strategiperiode. Dette arbejde sker med udgangspunkt i museets arkæologi-team, og dette arbejde skal kobles sammen med udviklingen af Hvolris som to gensidigt afhængige projekter.
  - Organisation og økonomi og udvikling heraf er en nøgle til at indfri potentialet på Hvolris. Som en del af en udviklingsplan skal det beskrives, hvad det kræver organisatorisk og økonomisk at udvikle de beskrevne aktiviteter og sikre

deres drift i en bæredygtig økonomi efterfølgende.

Udover udarbejdelse af en langsigtet udviklingsplan for Hvolris Jernalderlandsby skal der i den kommende strategiperiode også fokuseres på følgende initiativer.

- Relationen mellem Hvolris Jernalderlandsby og Viborg Museum skal styrkes fra begyndelsen af den kommende strategiperiode. Viborg Museum overtog i 2016 administrationen af Hvolris, men organisationer og økonomi skal integreres for mere effektivitet, videndeling og udveksling af medarbejdere.
- De knappe ressourcer gør, at Hvolris skal prioritere mellem sine aktiviteter og øge kvaliteten blandt prioriterede aktiviteter. I den kommende periode skal skoletjenesten have et niveaumæssigt løft.
- Skoletjenesten skal styrkes med flere varierede og skræddersyede tilbud til skoler og tiltrække dem fra et større geografisk område. Den arkæologiske og didaktiske faglighed skal styrkes gennem et øget samarbejde med Viborg Museums arkæologi- og formidlingsteam.

- Landsbyen skal have et mere autentisk udtryk, hvor gæsterne får et indtryk af, at beboerne kun lige har forladt stedet.
- Værkstedsfaciliteterne skal optimeres.
- PR og markedsføring skal styrkes i nært samarbejde med Viborg Museum.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - HVOLRIS JERNALDERLANDSBY

- En udviklingsplan for Hvolris Jernalderlandsby skal udfærdiges, have politisk opbakning og være delvist iværksat inden periodens afslutning.
- Hvolris Jernalderlandsby skal organisatorisk og økonomisk integreres med Viborg Museum, og der skal arbejdes for politisk opbakning til at sikre en mere bæredygtig økonomi og plads til udvikling.
- Hvolris skal prioritere sine ressourcer på at skabe flere tilbud i skoletjenesten og sikre højere arkæologisk faglighed i disse.

# 10. ARKÆOLOGI

## DET ARKÆOLOGISKE ANSVARSOMRÅDE

Det arkæologiske ansvarsområde på Viborg Museum tilfører vigtig viden om den ældste historie på Viborg-egnen og hele grundlaget for vores samfund. Det har været et centralt arbejdsområde for Viborg Museum siden grundlæggelsen i 1861, og museet står i dag på skuldrene af årtiers opbygning af samling, viden og kompetencer.

Viborg Museums store geografiske ansvarsområde dækker over forskellige landskabstyper fra Limfjorden i nord til morænelandskaberne mod syd, fra de store ådale i øst til hede-sletten mod vest. I dette alsidige landskab er der rig repræsentation af fortidsminder. Mens ældre stenalder er relativt svagt repræsenteret, står yngre stenalder frem med et stort antal gravhøje og mange spændende bebyggelser fra senneolitikum. Fra bronzealderen tegner der sig et spændende bebyggelsesbillede, særligt fra yngre bronzealder, men begravelse særligt med urnegravpladser i ældre høje spiller også en væsentlig rolle i fundbilledet.

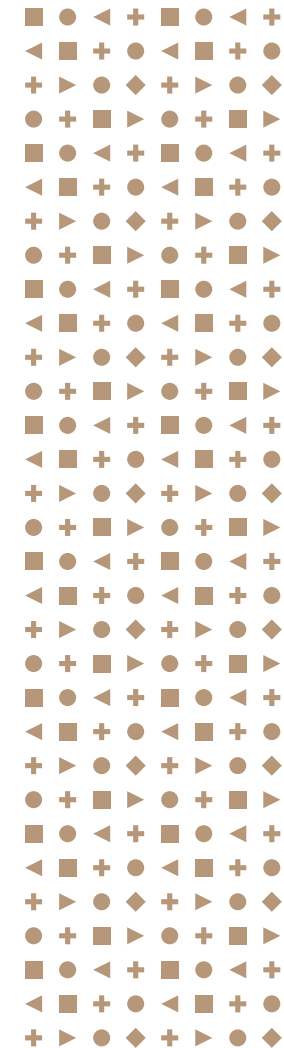
Desuden kendes en række unikke depotfund og religiøse samlingspladser med bronzestøbning som et ekstra element i perioden. Jernalderen dukker op med smålandsbyer og hulbælter i begyndelsen, men fra overgangen til yngre jernalder kendes der fra museets ansvarsområde et usædvanligt stort antal bebyggelser med tilknyttede gravpladser. Sammen med mange detektorlokaliteter er denne periode særligt nærværende i vores materiale. Vikingetiden er især repræsenteret ved en række bebyggelser samt mange unikke fund fra den øverste samfundsklasse. Viborg grundlægges i sen vikingetid som en af de tidlige danske byer, og den udviklede sig i tidlig middelalder til én af landets største og vigtigste byer kirkeligt, økonomisk som retsligt.

Museet har på baggrund af ovenstående særligt fokus på belysning af de store sammenhænge i kulturlandskabet samt udvikling og teknologi.

## DEN ARKÆOLOGISKE VIRKSOMHED

Den arkæologiske virksomhed omfatter en række opgaver:

- **Udgravninger:** Foretages med baggrund i museets arkæologiske grundfortælling med fokus på kvalitet og opnåelse af ny viden og inddragelse af nyeste teknikker.
- **Myndighed:** Som statsanerkendt arkæologisk museum er Viborg Museum myndighed på vegne af Slots- og Kulturstyrelsen og museumsloven Kapitel 8. Viborg Museum har en vigtig funktion som samarbejdspartner til Viborg Kommune og dennes planlægning forud for anlægs- og jordarbejde ifm. byggeri, udstykninger, råstofudvinding mv.
- **Dokumentation og bevaring:** I forbindelse med arkæologiske udgravninger bliver truet kulturarv dokumenteret, registreret og bevaret af museet.



- **Forskning:** Udgravninger og samlinger anvendes til forskningsprojekter, hvor brikker samles til større beskrivelser og synteser om samfundets udvikling og forandring gennem tiderne. Disse projekter samles og koordineres i museets forskningsteam.
- **Formidling:** Den arkæologiske virksomhed formidles på en række platforme: udstillinger, bøger, medier, hjemmeside mv. Disse opgaver varetages i samarbejde med museets formidlingsteam.

De seneste to årtier har det arkæologiske fagområde løftet sit niveau betragteligt i kraft af nye, kravstillende museumslove og en markant metodeudvikling baseret på ny teknologi og IT. Det har medført et stort løft i videns- og kompetenceniveau og medført nye krav til både kapacitet, ressourcer og rammer. Dette har sat sig positive spor i udviklingen af det arkæologiske fagområde på Viborg Museum også i den forgangne strategiperiode, hvor en lang række mindre og nogle store, markante projekter har præget virksomheden.

Teamets hovedopgave er og har i perioden været gennemførelsen af udgravninger fra alle perioder fordelt over

hele kommunen. Der har her været fokus på afprøvning af nye metoder ved udgravning og dokumentation. Særligt må arbejdet med fotogrammetri og 3D-modellering fremhæves. Af større udgravninger må projekter ifm. Apples byggeri øst for Viborg, udgravningerne ved Nytorv forud for torvets omlægning og de omfattende udgravninger ved Arnbjerg inden anlæggelsen af en ny bydel samt forskningsgravninger på Toftum Næs og De Fem Hald'er nævnes som særligt betydningsfulde.

Der har i perioden også været fokus på at indhente tidligere tiders beretningsefterslæb, og sideløbende er der påbegyndt en digitalisering af materiale fra ældre undersøgelser i form af planer og skriftligt dokumentation. I det omfang ressourcerne tillader det, deltager arkæologiteamets medlemmer også i andres teams opgaver. Det gælder både formidling, samling og forskning.

I den seneste strategiperiode har museet samtidig styrket sin organisation ved at prioritere at fastansætte så mange eksternt finansierede arkæologer som muligt for at fastholde viden og kompetencer i organisationen. Videndeling internt og eksternt prioriteres højt, og den sidste del af

en seminar- og skriftrække om yngre bronzealders kulturlandskab blev gennemført med gode resultater og et godt fagligt netværk til følge.

Et meget stort antal spændende detektorfund bliver indleveret hvert år og er steget markant de seneste 10 år. Et godt samarbejde med detektorbrugerne om en indleveringsmetode gør sagsbehandlingen lettere end tidligere, men kræver stadig mange ressourcer. Detektorfund medfører ny værdifuld viden om ansvarsområdet, vi ellers ikke ville få.

## STYRKELSE AF DET ARKÆOLOGISKE ANSVARSOMRÅDE INDEN FOR ADMINISTRATION, METODE, FORSKNING OG FORMIDLING

Viborg Museum varetager museumslovens kapitel 8 i relation til arkæologiske undersøgelser. Arbejdet gennemføres med udgangspunkt i museets grundfortælling samt efter museets nedskrevne strategier, politikker og retningslinjer. Museet vil være et foregangsmuseum i Danmark ift. varetagelsen af museumslovens kapitel 8. Vi vil, at alle samarbejdspartnere og bygherrer får topprofessionel behandling, og at museet hele tiden arbejder med og udvikler de bedste metoder. Bygherrer skal møde en effektiv og højt kvalificeret sagsbehandling, og god kommunikation skal sikre, at bygherre og andre interessenter bliver oplyst bedst muligt. Udgravninger og efterfølgende beretninger skal udføres professionelt, og de nyeste metoder og teknikker skal implementeres, når det giver mening.

For at kunne agere professionelt er der behov for, at arkæologiteamet fagligt dækker alle tidsperioder fra stenalder til middelalder, og der skal



være ressourcer til at fastholde et højt fagligt niveau med et bredt netværk. Samarbejdet med detektorbrugere skal fortsat udvikles, og de skal inddrages i vores undersøgelser. Nye projekter, der giver svar på relevante, arkæologiske problemstillinger, skal løbende udvikles og gennemføres. De gode historier om temaets arbejde og resultater skal aktivt kommunikeres til både fagfolk og den lokale interesserede.

I den kommende periode vil professionel sagsbehandling og gennemførelsen af udgravninger af høj professionel kvalitet fortsat været teamets kerneopgave, og nye metoder skal fortsat udvikles og inddrages. Personalegruppen skal udvikles fagligt via deltagelse i faglige seminarer, fagligt arbejde samt vidensdeling med fagfolk både på museet og i netværker. Ligeledes vil digitalisering af det gamle materiale fortsætte, når det er relevant i forhold til aktuelle undersøgelser. Digitaliseringen af tidligere udgravningsplaner, samt opdatering om resultaterne i Fund og Fortidsminder og SARA er væsentlig for tilgængeligheden af disse data, hvilket styrker kvaliteten af både sagsbehandling, forskning og formidling.

Der skal samtidig samarbejdes med forskningsteamet omkring nye udgravninger f.eks. det ældste Viborg ved Søndersø og ved Toftum Næs og i fællesskab med forskere fra både ind- og udland.

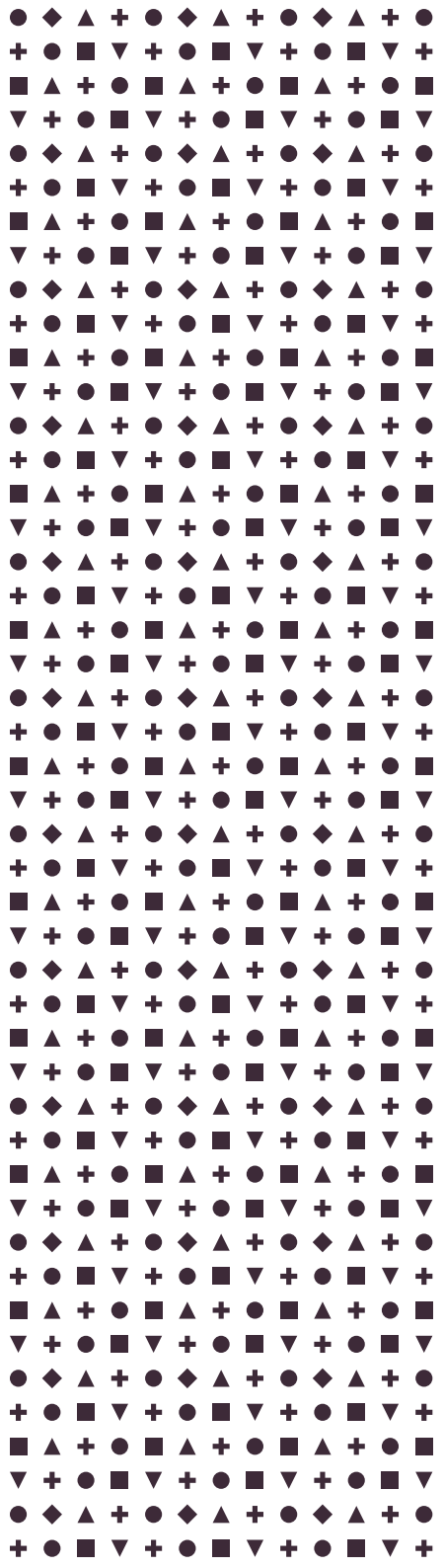
Resultater fra udgravninger skal præsenteres på hjemmeside og sociale medier, ved foredrag samt i store og små artikler. Desuden er udgivelsen af en jubilæumsbog i anledningen af 20 året for indførelsen af museumsloven indførelse i 2022 et vigtigt punkt. Et andet centralt formidlingsprojekt gælder arbejdet med den arkæologiske formidling i form af en fremtidig udstilling på Hvolris og formidling af kulturarven i landskabet.

Der er i den kommende strategiperiode samtidig et udtalt behov for at sikre det arkæologiske team nye og tidsvarende værkstedsfaciliteter, hvor aktuelle arbejdsmiljøproblemer bliver afløst af gode arbejdsvilkår, højere effektivitet og større arbejdsglæde.



## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - ARKÆOLOGI

- Viborg Museum skal være et foregangsmuseum inden for museumslovens kapitel 8 og på landsplan fremhæves som "best practice museum".
- Den arkæologiske fundbehandling skal flytte til nye, tidssvarende lokaler, der sikrer mere effektivitet og et godt arbejdsmiljø.
- Digitalisering af gamle sager, planer m.m. skal fortsætte.
- Museet skal være blandt de førende indenfor udnyttelse af digital registrering, herunder fotogrammetri og 3D-modellering og videreudvikle kompetencer heri. Kendskabet hertil skal udbredes på mindst ét lokalt afholdt seminar samt deltagelse i andre.
- Detektorfund skal behandles og videresendes til danefæmyndigheden Nationalmuseet inden for et år efter indlevering. Fundene skal inddrages i sagsbehandling og forskning, og mindst én artikel om detektorfund skal publiceres.
- Der skal udgives en bog til fejring af museumslovens 20-års jubilæum i 2022.
- En forskningsgravning ved Søndersø skal fundraises og gennemføres i perioden.
- Fortløbende forskningsgravninger ved Toftum Næs skal fundraises og gennemføres i perioden.



# 11. SAMLING

Viborg Museum har en samling på ca. 125.000 genstande, som er indkommet til museet gennem 160 år ved både passiv og aktiv indsamling. Samlingen repræsenterer dele af samfundets udvikling og forandringer i ansvarsområdet fra ældre stenalder til begyndelsen af det 21. århundrede. De mange genstande er fortidens vidner om det levede og foranderlige liv og rummer en enorm betydning for lokalsamfundets identitet og kultur på Viborg-egnen - og ikke mindst et stort potentiale for forskning og formidling på Viborg Museum.

For at kunne indfri samlingens potentiale er det afgørende, at en række forhold gør sig gældende:

- Samlingen skal være registreret og veldokumenteret såvel digitalt som analogt i museets arkiv.
- Samlingen skal være velordnet, så genstande kan findes, og alt skal være i god bevaringstilstand.
- Samlingen skal være tilgængelig digitalt og tilgængelig for både forskning og formidling.

- Samlingen skal udvikle sig efter en indsamlingspolitik, der sikrer repræsentativitet i samlingen.

## NYT MAGASIN OG FLYTNING AF SAMLING

Der er inden for de sidste fem år sket en gennemgribende, positiv udvikling af samlingens forhold og tilstand. Hvor samlingen ved indgangen til forrige strategiperiode led stærkt under utidsvarende opbevaringsforhold med alvorlig nedbrydning på store dele af samlingen som resultat, er situationen nu en helt anden. I 2017 blev en ny magasinbygning købt af Viborg Kommune til erstatning for tidligere magasinbygninger, -lofter og -kældre. Det nye magasin er indrettet i to klimasikrede haller, så der nu er plads til hele samlingen ét sted. Magasinbygningen, der ligger på Tagtækkervej i Viborg, blev inden ibrugtagning renoveret. Taget blev udskiftet, gulvet malet, tilkørslen overdækket, etablering af sluserum inklusiv et fryserum, der kan nedkøle til -40 grader, affugtningsanlæg samt klimaalarmer.

At hele samlingen nu placeres ét sted, har mange fordele. Ét sted at føre tilsyn, et sted at klimaregulere osv. Der er desuden indrettet arbejdspladser i et tilstødende lokale, så genstande ikke skal transporteres, når de skal bearbejdes eller studeres.

Samlet betyder dette, at Viborg Museums samling nu kan samles i så gode rammer, at vi opfylder de krav, et statsanerkendt museum skal opfylde for at hindre samlingens forgængelighed.

Parallelt med indretning af ny magasinbygning begyndte en gennemgang, registrering, fotografering og flytning af samlingen fra de tidligere mange magasinadresser. Heriblandt er ca. 75.000 genstande blevet afrenset for skimmelsvamp, ompakket og flyttet til nyt magasin. Den samlede flytning af 125.000 genstande forventes færdig i 2023, evt. før hvis salg af Hjultorvet fordrer det.

Museets genstandsregistrering er i perioden overgået til registreringsprogrammet SARA, der også giver mulighed for, at al samlingsadministration foregår i dette system.

## FOKUSOMRÅDER NÆSTE PERIODE

Den seneste periodes meget store opgave med flytning af samlingen betyder, at den kommende periodes samlingsarbejde får en anden karakter.

Den vigtigste opgave i den kommende strategiperiode bliver deltagelse i produktionen af nye udstillinger i Domkirkekvartret. Et stort antal genstande i museets samling og indlånte genstande fra andre museer og lign. skal klargøres til udstillingsbrug og monteres i udstillingerne i samarbejde med formidlingsteamet.

Derudover venter en række øvrige opgaver. Der er behov for at indhente et efterslæb af konserveringsopgaver efter flere års indleveringer af detek-

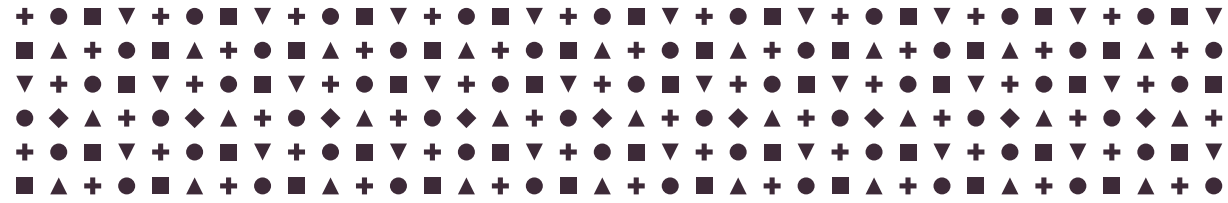
torfund samt restaurering af et antal enkeltgenstande. Flytningen til det nye magasin skal færdiggøres, og der skal arbejdes med aktiv bekæmpelse af skadedyr, indføres adgangskontrol og bedre renholdelse. Derudover skal planer for indsamling og bevaring revideres. De nye magasinforhold fordrer en ny bevarings- og redningsplan, og museets forsknings- og formidlingsstrategi medfører, at indsamlingspolitikken skal revideres og målrettes herefter.

Samlingsarbejdet skal i den kommende periode også søges bedre formidlet. Mulighederne for at åbne bedre op for denne del af museets vigtige arbejde skal undersøges nærmere i samarbejde med formidlingsteamet og lokalhistorisk arkiv.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - SAMLING

- Samlingsteamet skal i perioden løse opgaven med at klargøre og montere genstande i museets nye udstillinger.
- Efterslæbet med konservering af detektorfund skal indhentes.
- Flytning til nyt magasin færdiggøres inklusive udarbejdelse af fornyet indsamlingspolitik og bevaringsplan.
- Muligheder for at formidle samlings-teamets arbejde og den ikke-udstillede del af samlingen skal følges op i samarbejde med Lokalhistorisk Arkiv.
- Samarbejdet med frivillige skal fortsættes efter behov. De frivillige skal søges opkvalificeret.





## 12. FORSKNING

Viborg Museum har som ambition at markere sig med kompetent og relevant forskning, som skaber ny viden om museets geografiske ansvarsområde. Den skal danne et solidt og troværdigt fundament for museets formidling, indsamling, bevaring, registrering og kulturarvsforvaltning, og den skal styrke museets position som en videns- og kulturinstitution nationalt og internationalt.

Med udgangspunkt i det lokalt specifikke skal forskningen altid sætte viden ind i en større regional, national eller international sammenhæng. Det skal tilføre nye dimensioner til det lokale, der kan være øjenåbnende og perspektiverende.

I den forrige strategiperiode fik museets forskningsindsats et løft både organisatorisk og produktionsmæssigt. Forskningen fik sit eget team med teamleder, en række eksternt finansierede arkæologer blev fastansat, hvormed viden fastholdtes og udviklede forskningspotentialet, og i 2019 fastansattes en ph.d. i retshistorie til styrkelse af bl.a. forskningen i nyere tids historie og museets retshistoriske satsning.

Den forrige forskningsstrategi vedrørte syv tematiske satsningsområder for fagområderne arkæologi og historie. Udmøntningen af strategien resulterede i en række publikationer, hvor flere har fået betydelig forsknings-impact både lokalt, nationalt og internationalt, hvilket har bidraget til positioneringen af museet som en vidensinstitution og relevant samarbejdspartner.

### NYE LØFT TIL FORSKNINGEN

Forskningsstrategien 2021-25 skal sikre styrkelse og udvikling i museets forskning og fokusere indsatsen inden for få tematiske satsningsområder, og den skal sikre museets forskningsforpligtigelse i henhold til museumsloven og Slots- og Kulturstyrelsen specifikke krav til de arkæologiske museers forskning om at producere mindst 18 BFI-point i perioden 2021-25.

Viborg Museum har som mål at styrke opbygningen af et forskningsmiljø, der modsvarer museets ansvarsområde og ressourcemæssige størrelse. Organisatorisk varetages museets forskningsindsats i regi af forskningsteamet, der koordinerer, udvikler og evaluerer projekter.

Kompetenceløft og positionering er nøgleord for forskningsindsatsen i den kommende periode. Løbende kompetenceudvikling skal prioriteres, især gennem øget deltagelse i seminarer og konferencer samt relevante faglige netværk og forpligtende forsknings-samarbejder. For at fremme integration af forskningen i museets arbejde og fastholdelse af viden og kompetencer er det et mål, at en væsentlig del af forskningen udføres af faste akademiske medarbejdere. Kvalifikationer på ph.d.-niveau vurderes som nødvendige for deltagelse i større forskningsprojekter og ikke mindst for tiltrækning af flere og større fonds- og puljemidler, og derfor skal ph.d.-forløb så vidt muligt søges realiseret, især på det arkæologiske fagområde.

Finansiering af forskningsprojekter sker hovedsageligt gennem eksterne bevillinger fra statslige puljemidler samt almennyttige fonde. For at kunne varetage en passende kvalitet og volumen i forskningen skal indsatsen styrkes og fokuseres, og i samspil med relevante eksterne samarbejder vil det åbne mulighed for øgede eksterne bevillinger.

Museets løbende og differentierede forskningsafkast vil skabe en stadig strøm af videns-kapital, som formidlingen kan øse af og gøre tilgængelig og forståelig gennem udstillinger, foredrag, populære fremstillinger, sociale medier og mange andre kanaler. Det skal tilgængeliggøre og aktualisere kulturarven og bidrage til styrkelse af den historiske og stedbundne identitetsdannelse. Dele af forskningsindsatsen har som direkte mål også at kunne bidrage med ny viden til udstillingerne i henholdsvis det kommende bymuseum samt det kommende arkæologiske museum i Hvolris.

Strategisk arbejde med forskning er en langsigtet proces. Forskningsstrategien skal derfor opfattes som dynamisk og som en del af en løbende proces, og den vil være under udvikling i samspil med de projekter, der opstår i perioden.

## TEMATISKE FORSKNINGS-PROGRAMMER 2021-2025

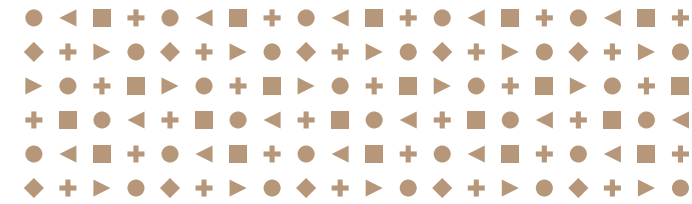
- Bronzealderens organisering af samfundet med udgangspunkt i Viborg-egnen. Forventet resultat: 1 ph.d. samt 2-3 fagfællebedømte artikler.
- Viborg-egnens udvikling 200-1200 e.Kr. Kontinuitet og brud. Forventet resultat: 4-5 fagfællebedømte artikler.
- Viborg som institutionsby: Viborg og retshistorien samt Sygehusbyen Viborg. Forventet resultat: 4 fagfællebedømte artikler.

## ENKELTSTÅENDE TEMATISKE SATSNINGER 2021-25

- Viborgs middelalderlige sognekirker og kirkegårde. Forventet resultat: 1-2 fagfællebedømte artikler.
- De Fem Halder. Forventet resultat: 1 fagfællebedømt antologi.
- Atmosfære og sansernes betydning for oplevelsen og forløbet af formidlingen. Forventet resultat: Projektmodning.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - FORSKNING

- Viborg Museum skal positionere og tydeliggøre sig som forskningsinstitution ved bl.a. kompetent og relevant forskning, værtskaber for relevante seminarer og konferencer samt tilgængeliggørelse og aktualisering af forskningen for den brede befolkning.
- Det arkæologiske fagområde skal som minimum fastholde niveauet indenfor forskningsproduktionen, faglige netværk og forpligtende forskningssamarbejder. Forskningen skal primært tage udgangspunkt i museets samling og undersøgelser herunder museets bygherrebetalte arkæologiske virksomhed.
- Det historiske fagområde skal øge niveauet for både forskningsproduktionen samt deltagelsen i faglige netværk og forpligtende forskningssamarbejder.
- Kvantitative publiceringsmål i den femårige periode 2021-2025 i BFI-point (Bibliometrisk Forskningsindikator): Fagområdet arkæologi: Forskningspublikationer svarende til minimum 18 BFI-point. Fagområdet historie: Forskningspublikationer svarende til minimum 4-5 BFI-point.
- Der skal kontinuerligt arbejdes med styrkelse og udvikling af det faglige og akademiske niveau, herunder især opkvalificering af medarbejder(e) til ph.d.-niveau på fagområdet arkæologi.



## 13. FORMIDLING

Viborg Museum rummer en stor samling og viden, der beskriver samfundets udvikling og forandringer fra ældre stenalder til det 21. århundrede. Denne ressource skal Viborg Museum aktivere gennem formidling, hvis formål er at skabe oplysning og dannelse. Museets store berøringsflade af borgere og turister i alle aldre skal gennem museets formidling have viden og perspektiver til at forstå sig selv og de fællesskaber, vi alle er en del af. De lokale borgere skal styrke sin lokale identitet, fællesskab og tilhørsforhold gennem museets formidling af den specifikke og nære historie, mens lokale borgere såvel som turister fra ind- og udland skal styrke sin indsigt i de af det moderne, demokratiske samfunds centrale grundsten, som Viborgs 1000-årige historie rummer, samt de dybe spor af udvikling og forandring, som Viborg-egnens oldtidshistorie rummer.

Formidlingen på Viborg Museum skal ske i former og på platforme, som samlet rækker ud til alle uanset baggrund, og formidlingen skal altid afspejle organisationens passion for museumsarbejdet og kulturhistorien.

Formidlingsteamet skal levere original, relevant formidling af høj kvalitet, som baserer sig på museets og andres troværdige forskning og undersøgelser og skal ofte tage afsæt i museets samling.

Historiebrug og historiebevidsthed er begreber, som hele tiden er i spil på Viborg Museum. I formidlingsteamet diskuteres løbende måden, hvorpå vi tolker og formidler f.eks. begrebet magt, der er centralt for det nye bymuseum, og vi forholder os altid aktivt og kritisk til, hvordan vi arbejder med historiebevidsthed og med historiebrug på Viborg Museum. Gennem eksperimenterende projekter reviderer vi løbende måden, hvorpå vi i vores formidling anvender samlingens genstande, animation, scenografi og musik for at oplyse borgerne, engagere dem i historien og gøre Viborgs historie relevant for byen i dag. Vores arbejde med at blive skarpere på den historiebevidsthed og den historiebrug museet repræsenterer, er bl.a. et middel til at nå det mål, vi kalder 'mere museum for flere'.

### FORANDRING MOD EN ATTRAKTION

I 2015 formulerede Viborg Museum en ny strategi, hvor formidlingen fik rollen som den primære forandringsagent. Strategien satte en bevægelse i gang, hvor differentierede målgrupper, øget besøgstal og større kendskabsgrad skulle prioriteres under parolen: Fra museumsinstitution til museumsattraktion. Dette medførte satsninger på markante særudstillinger med landsdækkende appel, som i flere omgange øgede museets besøgstal kraftigt og har givet genlyd både lokalt, regionalt og nationalt og ikke mindst i den danske museumsverden. En række byrumsformidlingsaktiviteter har haft eksperimenterende karakter og har øget synligheden og relevansen for mange lokale borgere.

I den forgangne strategiperiode har Viborg Museum samtidig søsat den største formidlingssatsning i museets historie. En vision om at skabe et nyt bymuseum, der skal formidle Viborgs vigtige placering af Danmarks magthistorie gennem konge, kirke og ret, blev formuleret, og er siden godt på

vej mod realisering i Viborgs tidligere landsretsbygning i Domkirkekarveret. Ambitionerne er tårnhøje og skal realiseres gennem originalitet og visionære formidlingsgreb samt samarbejde med veludvalgte og dygtige leverandører - ikke mindst fra aktører under paraplyen Viborg UNESCO Creative City.

I perioden har der også været plads til at gennemføre åbne udgravninger, fortidsmindedage, foredragsrækker, guidede ture, detektor-træf mv. og til at udvikle og eksperimentere med nye tilbud i partnerskaber med andre museer, teatre og privatpersoner.

I 2019 indgik Viborg Museum en samarbejdsaftale med foreningen Viborgguiderne, som varetager størstedelen af guidede ture for turistselskaber i Viborg. Museet har påtaget sig ansvaret for administration, booking og markedsføring af de guidede ture, som har tilført museet en helt ny og spændende formidlingsgren, f.eks. den populære aktivitet Bryg & Brosten.

Alt har dog ikke kunnet lade sig gøre. Dette store bymuseumsprojekt

har haft den konsekvens, at andet formidlingsarbejde har måttet ned-drosles. Mange potentielle formidlingsaktiviteter med andre af Viborgs kulturinstitutioner har måttet afslås, og museets skoletjeneste har måttet neddrose sine aktiviteter og løftes næsten alene af aktiviteter i Hvolris Jernalderlandsby.

De arbejdsområder og satsninger, der har præget formidlingsteamets arbejde de seneste fem år, strækker sig også ind i den kommende strategiperiode, hvor også nye satsningsområder skal prioriteres. Ambitionsniveauet for museets formidling skal fastholdes på sit sædvanligt høje niveau, ligesom ambitionen om både at maksimere berøringsflade og besøgstal og en højt differentieret målgruppe fortsat skal være i fokus.

## DOMKIRKEKVARTERET I VIBORG – UDSILLINGER, BYRUMSFORMIDLING OG EVENTS

Domkirkekvartret i Viborg skal i 2020'erne udvikles som en ny og samlet destination, der kan tiltrække en stor andel af kommunens borgere og turister fra hele Nordeuropa.

Domkirkekvartret skal som kultur-kvarter byde på et bredt spektrum af aktiviteter, men byens kulturhistorie bliver et bærende element i stedets ånd, brand og faste formidlingstilbud. Her skal Viborg Museum spille en afgørende rolle.

I det nye bymuseum, der åbner i den kommende strategiperiode, skal gæster opleve Viborgs centrale placering i Danmarks magthistorie. Vi skal formidle en række aspekter af kongemagten, kirkemagten og retsvæsenets historie i Viborg, mens de seneste 150 års historie skal formidles med et bredere blik på Viborg som instituti-ons-, erhvervs- og embedsmandsbyen. Udstillingerne skal have internationalt niveau og skal produceres i samarbejde med landets dygtigste leverandører af design, lyd, lys, animation mv.

I tilknytning til det nye bymuseum skal der i den kommende periode udvikles og implementeres en ambitiøs plan for byrumsformidling i Viborgs historiske bykerne. Byrumsformidlingen skal bringe byens arkitektoniske kvaliteter og sted-bundne historier i spil og være med til at skærpe opmærksomheden mod den helt særlige ånd, der hviler over området. Byrumsformidlingen blev sat i gang i sommeren 2020 med mord-

gådejagten "Det sidste kongemord" og fortsætter i sommeren 2021 med pilotprojektet "Hvis brosten kunne tale" der gælder mere klassisk byrumsformidling. Herefter skal en samlet plan for byrumsformidlingen udvikles, som bl.a. aktiverer den store mængde af viden om middelalderbyen, der kommer fra forskningsprojekter som "The City Dwellers".

Bymuseet og byrumsformidlingen har permanent karakter, men skal suppleres af et højt aktivitetsniveau af formidlingsaktiviteter skabt af museet selv og i samarbejde med andre kulturaktører og Viborg-guiderne. I den kommende strategiperiode skal formidlingsteamet udforme en særskilt strategi for events, der samlet set rækker bredt ud til mange målgrupper, og som udfolder byens historie på mangfoldige måder, men på et fagligt grundlag der understøtter fortællingen i bymuseets udstillinger. Disse kan indeholde en årligt tilbagevendende historiefestival, udvikling af nye "mordgådejagter", temature som Bryg & Brosten osv.

Særudstillinger vil stå helt centralt i denne event-strategi. Disse giver mulighed for at præsentere museumsgæster fra ind- og udland for nogle af de spændende historier og

temaer, som det nye museums faste udstillinger ikke kan rumme. Samtidig giver særudstillinger mulighed for at indlåne spektakulære genstande og udstillinger fra ind- og udland. Dette er også afgørende for Viborg Museums og Domkirkekvarterets fremtidige besøgstal, at museet kan præsentere særudstillinger af høj kvalitet og i rammer, der har optimale sikkerheds- og tekniske faciliteter. Særudstillingerne skal tematisk mestendels indlejre sig indenfor en ramme af bymuseets kernefortællinger og have landsdækkende appel, de kan tage udgangspunkt i afgrænsede nære fortællinger for at sikre en stærk lokal tilknytning og opbakning, eller de kan formidle de undersøgelser og viden, som museets forskningsteam løbende tilvejebringer. Særudstillingerne kan være egne produktioner, samproduktioner med andre museer eller lejede udstillinger, ligesom egne produktioner kan produceres med udlejning for øje.

## UDVIKLING AF FORMIDLING AF OLDTID OG MIDDELALDER

I den kommende strategiperiode bliver udviklingen af ny formidling af oldtidens historie et vigtigt satsningsområde for Viborg Museum. Dette skal fuldende museets formidlingsindsats,

hvor byhistorien dækkes af det nye bymuseum, mens hele oplandets lange historie fra ældre stenalder til middelalder skal formidles i tre dele:

- Hvolris Jernalderlandsby skal udvikles med ny formidling i oldtidslandskabet og en ny permanent udstilling, der skal omhandle hele museets ansvarsområde med fokus på udvikling og innovation på tværs af tidsaldrene og formidle den nyeste viden fra hele museets ansvarsområde.

- Den stedbundne historie ved centrale fortidsminder i landskabet i hele Viborg Kommune skal fornyes og styrkes og kædes sammen i f.eks. oldtidsruter og gådejagter.

- Viborg Kommunes mange voldsteder og borgruiner skal formidles i sammenhæng med ovenstående, mens De Fem Halder skal have særskilt opmærksomhed. Her skal en ny og ambitiøs udstilling etableres i Hald-laden sammen med formidling i landskabet på baggrund af de seneste års forskningsudgravninger, ligesom der skal udvikles sæsonprægede formidlingsaktiviteter, som understøtter museets mulige overtagelse af Hald-laden som besøgssted.

I løbet af næste strategiperiode skal der først udvikles planer for alle tre ovennævnte satsningsområder, som efterfølgende skal fundraises og implementeres.

Viborg Museum vil desuden fortsætte en lang tradition med løbende formidling af udgravninger i form annoncerede arrangementer, besøg af skoleklasser og formidling på hjemmeside og sociale medier.

## NY TVÆRGÅENDE HISTORIE-SKOLETJENESTE I VIBORG KOMMUNE

Viborg Museums skoletjeneste blev de facto nedlagt med udgangen af 2016, hvor det tidligere museum blev lukket ned. Medarbejderne, der var tilknyttet skoletjenesten, blev overflyttet til vigtige opgaver ifm. udviklingen af det nye bymuseum og til at løfte museets forskningsansvar i nyere tids historie. Denne overflytning bliver nødvendig af fastholde i hele næste strategiperiode.

Skoletjenesten-funktionen ønskes alligevel genoprettet og styrket i den kommende strategiperiode. Opgaven er meget vigtig for at styrke historiebevidstheden og det lokale

tilhørsforhold blandt børn og unge i Viborg Kommune, og formidlingen af magthistorie i Domkirkekvartret har relevans for børn og unge i hele Danmark.

Viborg Museum ønsker derfor at etablere en ny og tværgående historie-skoletjenestefunktion i Viborg Kommune. Den skal fungere som en læringshub, hvor Viborg Museum udvikler og gennemfører kvalitetsfyldte læringstilbud i hele kommunen med Viborg og Viborg-egnens 10.000-årige historie som omdrejningspunkt for børn og unge fra dagtilbud, folkeskoler og ungdomsuddannelser.

Skoletjenesten og dens aktiviteter er inspireret af ideerne bag Åben Skole med læring, trivsel og motivation for den enkelte elev og klassen som centrale nøgleord. Formålet er, at børn og unge skal kunne møde historien og en museumsformidler på et museum eller i et historisk byrum/landskab en række steder i kommunen. Mødet skal finde sted i et uformelt læringsmiljø, hvor eleverne kan gå på opdagelse i historien sammen med en formidler og lære om både den stedsspecifikke mikrohistorie samt de større danmarkshistoriske fortællinger og europæisk historie, som mange lokaliteter i Viborg Kommune har stærke

referencer til. Historie-skoletjenesten skal desuden give læreren nem mulighed for at variere sin traditionelle klasseundervisning ved at inddrage Viborg Museums ressourcer og tilbud. Læringstilbuddene skal derfor være skræddersyede ift. folkeskolens og ungdomsuddannelsernes formål og relevante fags mål, have høje faglige og didaktiske kvaliteter og være let tilgængelige og anvendelige for målgruppen.



## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - FORMIDLING

Flere af Viborg Museums vigtige strategiske mål for den kommende periode skal opnås gennem tre store programmer i formidlingsteamet, som realiseres i kraft af en række projekter og delprojekter frem mod 2025. Derudover kommer formidlingsteamet til at arbejde med en større underskov af mindre formidlingsaktiviteter med diversitet i indhold og målgrupper.

### Program: Nyt bymuseum

- Nye permanente udstillinger for tidsperioden 1000-1919.
- En permanent udstilling om retsopgøret efter 2. verdenskrig til placering i bygningens 1. sals østfløj skal konceptudvikles, fundraises og produceres til åbning ca. 1 år efter den officielle åbning af bymuseet.
- Udstilling om det moderne Viborg på 2. sal. Et prospekt for en ny permanent udstilling om det moderne Viborg i museumsbygningens 2. sal skal udvikles til efterfølgende fundraising og etablering i slutningen af perioden eller begyndelsen af næstfølgende strategiperiode.

### Program: Byrumsformidling

- En samlet plan for byrumsformidling skal udvikles efter pilotprojekt i 2021 til efterfølgende fundraising og faseopdelt udrulning.

### Program: Hvolris Jernalderlandsby, oldtid og middelalder i Viborg Kommune

- Et prospekt for udviklingen af formidlingen på Hvolris Jernalderlandsby med en ny udstilling og formidling i oldtidslandsbyen og -landskabet skal udformes i begyndelsen af næste strategiperiode til efterfølgende fundraising og realisering i etaper.
- En tilhørende plan for formidling af oldtidens og middelalderens historie i hele Viborg Kommune skal udformes, fundraises og implementeres.
- Et prospekt for en ny udstilling i Hald-laden og formidling i øvrigt på De Fem Halder skal udformes, fundraises og implementeres sammen med en plan for øvrige formidlingsaktiviteter i området.

### Øvrige målsætninger

- En todelt plan for events i det nye bymuseum og Domkirke kvarteret skal udvikles med særudstillinger og en historiefestival som større satsninger på lidt længere sigt og mindre aktiviteter som byvandring, foredrag og lign. gennemføres i halvårslige programmer i forlængelse af tidligere praksis og fra periodens begyndelse.
- Planen for en nye historie-skole-tjeneste i Viborg Kommune, der blev udformet i forrige strategiperiode, skal der søges politisk opbakning til at finansiere og iværksættes som et nyt undervisningsprogram med en lang række relevante læringsforløb med appel til både kommunens skoler og skoler og ungdomsuddannelser fra hele Midtjylland.



# 14. KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING

Viborg Museum har et stort behov for vedholdende at kommunikere centrale budskaber til mangfoldige målgrupper lokalt, regionalt og nationalt. Det sker for at vedligeholde og øge den politiske og offentlige opmærksomhed mod Viborg Museum og ikke mindst for at sikre den fortsatte folkelige opbakning til museet.

## STRATEGISK KOMMUNIKATION

Overordnet skal museet i offentligheden opfattes som et kendt og anerkendt museum, der med passion og dygtighed skaber ny viden om samfundets udvikling og forandringer gennem tiderne, og som formidler viden gennem aktiviteter med høj kvalitet og relevans for et bredt spektrum af gæster fra Viborg og hele Nordeuropa – altså museets overordnede vision.

Disse centrale budskaber bliver båret frem gennem positionering af museets medarbejdere i medier og politiske og kulturelle netværk, ved at kommu-

nikere de mange relevante historier, som museets organisation gennem sit arbejde vedvarende genererer, og ved at markedsføre museets aktiviteter.

I den forrige strategiperiode blev strategisk kommunikation og øget markedsføring et vigtigt satsningsområde. Det medførte hurtigt en kraftig forøgelse af museets tilstedeværelse i både lokale, regionale og landsdækkende medier, og museet udvidede og systematiserede samtidig sin kommunikation på sociale medier og nyhedsbreve. Dette blev fulgt op af udvikling af en ny visuel profil og en ny hjemmeside, som sammen løftede museets brand-værdi og attraktionskraft. Ydermere opgraderede museet sin kommunikation gennem borgerinddragelse ifm. udviklingen af det nye bymuseum.

## BRANDUDVIKLING OG MARKEDSFØRING

Markedsføring i den forgangne periode har været begrænset af, at museet i

sin almindelige drift kun kan afsætte meget få midler hertil. Derfor sker markedsføring i forbindelse med få enkelte større særudstillinger eller aktiviteter som mordgådejagten i 2020, hvor der kan tilvejebringes et budget til markedsføring gennem eksterne midler eller gennem forventet entréindtægt. Derfor er der ikke mulighed for at arbejde med langsigtet brandopbygning og generelt kendskab til Viborg Museum, heller ikke til at udbrede almindeligt kendskab til museets faglige arbejdsområder og museets mange løbende formidlingsaktiviteter.

I den kommende strategiperiode skal Viborg Museums kommunikation og markedsføring professionaliseres og tilføres et meget større budget. Dette er helt afgørende, hvis ambitionerne for det nye bymuseum og de øvrige udviklingsaktiviteter skal indfries.

Både indenfor kommunikation og markedsføring skal museet tilføres professionelle kompetencer, og de nye medarbejdere skal have et budget at arbejde med, der kan synliggøre



Viborg Museum som et regionalt fyrtårn og i nær sammenhæng med Domkirke kvarteret, der i andet regi skal løftes som et fyrtårn på nationalt niveau.

## NYT VIBORG MUSEUM OG #HISTORIENKOMMER

I årene frem mod åbningen af det nye bymuseum skal al kommunikation og udadrettede aktiviteter i den forbindelse fortsat samles under pseudonymet Nyt Viborg Museum. Dette signalerer, at museet er i forandring, og at et nyt museum er på vej. Særskilte aktiviteter og information om det nye bymuseum kædes sammen i hashtagget #Historienkommer, når de kommunikerer digitalt, idet det også sender det budskab, at noget nyt og spændende er undervejs.

Det nye bymuseum skal i begyndelsen af den kommende strategiperiode udvikles som brand med fornyet visuel identitet, der skal have sammenhæng med den oplevelse, gæsterne vil få i de nye udstillinger. Der skal desuden laves en undersøgelse af, om selve bymuseet i den tidligere landsretsbbygning skal have et nyt navn. Navnet Viborg Museum (el. lign.) skal fastholdes til den samlede, overordnede

organisation, men som en del af en brand-udvikling skal det undersøges, om bymuseet skal have sit eget, fængende navn, der kan kommunikeres og markedsføres som en selvstændig profil, og som kan fungere både lokalt, regionalt og nationalt.

Pseudonymet Nyt Viborg Museum fastholdes indtil ca. 1½ år før bymuseet åbner, mens #Historienkommer anvendes indtil lige før åbning.

## ORGANISATIONS- OG KOMPETENCEUDVIKLING

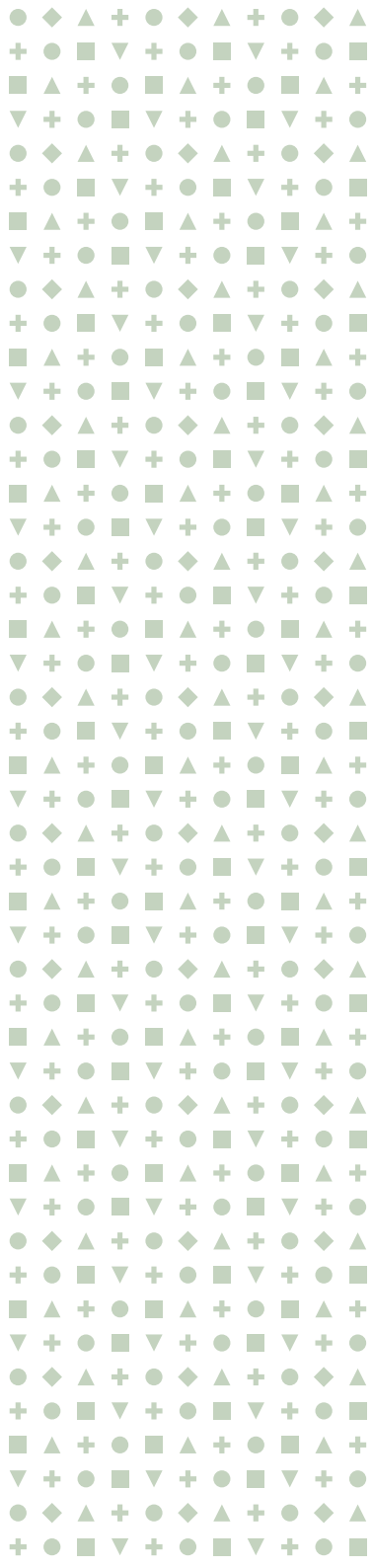
Når økonomien tillader det, og organisationen kan udvides med kompetencer inden for kommunikation og markedsføring, skal der udfærdiges særskilte strategier herfor, og dette skal søges realiseret i god tid, så det nye bymuseum kan få bygget sit brand op og skabt en positiv forventning om mindst 1 år før åbning. Efter åbning skal kommunikation og markedsføring køres ind i en driftscyklus, og der skal fokuseres på museets nye satsningsområder på Hvolris Jernalderlandsby og De Fem Halder.

Indtil en professionel kommunikation og markedsføring kan etableres skal opgaverne løses med aktiviteter i

form at facebook-opslag og fire årlige nyhedsbreve samt pressemeddelelser, når vigtige historier skal meldes ud.

## STRATEGISKE MÅL 2021-2025 - KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING

- Museets organisation skal tilføres professionelle kompetencer inden for både kommunikation og markedsføring med et passende budget til at positionere museet som et regionalt fyrtårn.
- Pseudonymet Nyt Viborg Museum fastholdes indtil ca. 1½ år før åbning af det nye bymuseum, og #Historienkommer bruges som hashtag helt til åbning.
- Hele Viborg Museum skal sammen med bymuseet gennemføre en brandudviklingsproces med efterfølgende fornyet visuel identitet, fornyet hjemmeside.
- Det skal i denne brandingproces undersøges, om det nye bymuseum med fordel kan skifte til et nyt navn. I så fald skal det være på plads i forbindelse med udløbet af Nyt Viborg Museum 1½ år før åbning.



**VIBORG  
MUSEUM**