

Hordaland Fylkeskommune
Kulturelt utviklingsprogram

Bymuseet i Bergen
V/Marianne L. Nielsen

Bergen 1.Juli 2016

Tilgjengeliggjøring av museer gjennom produktutvikling

1. Målsetting

Norske kulturinstitusjoner med offentlig støtte har som et felles kulturpolitisk mål å nå et størst mulig publikum, men brukerundersøkelser viser at de bare når en begrenset del av befolkningen. Bymuseet i Bergen har igangsatt et publikumsutviklings-prosjekt for å tilgjengeliggjøre museer og formidle historie gjennom produktutvikling. Hovedmålsettingen er å nå nye brukergrupper gjennom innovasjon og design.

Bymuseet i Bergen er et konsolidert museum og den viktigste forvalteren og formidleren av Bergens kulturarv og med det en sentral aktør i det norske museumslandskapet. Bymuseet har 53 faste ansatte og drifter 9 museer i Bergen. Museet har i tillegg regionale og nasjonale oppgaver, samtidig som vi jobber med flere større internasjonale prosjekter. Vi forvalter over hundre antikvariske bygg og ca. 170 000 gjenstander og foto. En av våre primærfunksjoner er å tilgjengeliggjøre historiens betydning og formidle den til et bredt publikum, noe vi nå også ønsker å gjøre gjennom innovasjon og design. Prosjektet tar utgangspunkt i Bymuseets gjenstandssamlinger og bruker disse som inspirasjon i kvalitetsprodukter for salg, som samtidig skal formidle kulturhistoriske emner og historier. Det er ikke snakk om suvenirer eller replika, men designede bruksgjenstander hvor også den gjenbruksvennlige emballasjen inneholder informasjon om den kulturhistoriske gjenstanden inspirasjonen er kommet fra og bakgrunnen for det aktuelle museet.

Formidling av gjenstandenes historie/opprinnelse er bærebjelken i konseptet og produktene skal selges gjennom våre egne museumsbutikker og gjennom Viken-gruppen som eier butikker over hele landet (inklusive Gardemoen og snart også Flesland), og som har distribusjon til andre butikker og agenturavtaler med ulike agenter utenfor Norges grenser. Viken-gruppen er bare en av flere kompetente, lokale samarbeidspartnere i dette prosjektet. Prosjektet anses å ha stor overføringsverdi til andre museer og kulturinstitusjoner i form av inspirasjon, metode, kompetanseheving og fokus på egeninntjening. Bymuseet søkte midler fra KUP til dette prosjektet i 2015, men fikk avslag. Vi søker nå igjen fordi vi ser at forutsetningen for å få tilslag ligger innenfor rammevilkårene til KUP, og at vi i forrige søknad ikke var tydelig nok på at det kulturhistoriske formidlingsaspektet er selve fundamentet i prosjektet. Siden forrige søknad har vi også klart å igangsette deler av forprosjektet og en delvis realisering av prosjektet med egne midler, men i en svært liten målestokk i forhold til prosjektets potensiale.

Bymuseet ønsker å være foregangsmuseum for tilgjengeliggjøring av kulturhistorien gjennom innovasjon og design og søker nå KUP om 1 million kroner til dette kulturformidlingsprosjektet vi har initiert.

1.1 Bakgrunn og synlighet

Bymuseet har en målsetning om å nå fram til større mangfold av publikumsgrupper og å vise at vi er relevant i regional utvikling. I en hektisk hverdag med mange gjøremål med begrensede budsjetter og ressurser er det vanskelig å få prioritert å jobbe målrettet med å øke publikumsoppslutningen både blant eksisterende publikum (gjenbesøk) og helt nye grupper. Prosjektet skal synliggjøre museenes potensiale og relevans som samarbeidspart også for aktører som ikke tilhører kultursektoren. I dette landskapet finnes det mange mulige løsninger og Bymuseet har allerede mange samarbeidspartnere som vi har ulike prosjekter med i mindre skala. Men vi har valgt å satse på butikkutviklingsprosjektet fordi vi ser at det er det som vil gi oss størst synlighet.

Alle produktene vil ha merkede etiketter som forteller fra hvilket museum gjenstanden/historien kommer fra og det vektlegges at produktene blir laget i bærekraftige og sporbare materiale. Produktene skal holde høy kvalitet slik at det gjenspeiler museets og formidlingens kvaliteter.

1.2 Forholdet til KUP og Regional kulturplan for Hordaland

Prosjekt faller inn under programområdene A og B i KUP for perioden 2016-2018, samt fokusområder og satsning i Regional kulturplan for Hordaland 2015-2025:

A: Formidling og deltaking

Museene har en formidlingsrolle og et samfunnsansvar og en plikt til å utvikle publikum i alle deler av det samfunnet eller den gruppen museet skal tjene (ICOM 2002). Bymuseet har som hovedformål å nå nye brukergrupper gjennom å gjøre vår kunnskap tilgjengelig gjennom produkter som også selges andre steder enn i Bymuseet. Ulike voksne grupper, som i utgangspunktet ikke er brukere, kan da få inspirasjon til et museumsbesøk.

B: Samordning og samhandling

Bymuseet har inngått samarbeid med fagmiljø med kompetanse på innovasjon, produktutvikling, butikkdrift og merkevarebygging. Gjennom denne samhandlingen får vi økt kompetanse og større nettverk på et felt som til nå har vært helt ukjent for oss. Vi får også bygget opp en bedre infrastruktur som kan håndtere en videre drifting av prosjektet. Dette er et viktig ledd i en ytterligere profesjonalisering i museet.

Gjennom prosjektet vil vi bygge opp en kompetanse på nye kontaktflater i forhold til kulturformidling som vil være inspirerende og som vil stimulere til nytenkning og nyskaping innenfor vårt fagfelt. Bymuseets prosjekt vil ha stor overføringsverdi til andre museer og kulturinstitusjoner i fylket i form av inspirasjon, metode, kompetanseheving og egeninntjening. Vi er allerede i dialog med Arven (tidligere kjent som Theodor Olsen Sølvsvervverksted) om samarbeid, og ser for oss at det kan resultere i et samarbeid som er spennende innenfor rammene vår prosjekt her beskriver. Vi vil også påpeke potensialet som

ligger her i forhold til at Bergen er en Kulturbymed store arrangement og kongresser som har behov for denne typen produkter i ulike sammenhenger. På denne måten kan vi sammen med Hordaland Fylkeskommune være med å profilere vår region. For noen av produktene knyttet til Bryggens Museum vil vi undersøke om vi kan bruke UNESCO logoene for å gjøre verdensarvstedet Bryggen salgbart på en annen måte enn i dag.

Regional kulturplan for Hordaland 2015-2025:

Vi ser også at prosjektet faller inn under flere av programområdene for kulturminnevern og museum i regional kulturplan for Hordaland. Her står det at det er et mål å bruke kulturminner som ressurs til kunnskap, opplevelse og bruk, samt at kulturminne og design kan utgjøre en viktig basis for både stedsidentitet og turisme. Dette mener vi å oppnå gjennom dette prosjektet.

2 Samarbeidspartnere

UND (Unik Norwegian Design) AS er et selskap som består av:

- Viken gruppen med butikk-kjedene:
- Audhild Viken / suvenir- og gave butikk
- Ting / design- og gavebutikk + nettbutikk
- Røst / design- og livsstil butikk + nettbutikk
- Småting / leker, utstyr og interiørartikler til barn + nettbutikk

og engros firmaet: Folk Engros AS

Anna Øren

Daglig leder i Nokoannadesign AS

Kompetanse: Prisvinnende produktdesigner. Har fokus på form, funksjon, estetikk og materialkunnskap.

Elise Sæle Dahle

Daglig leder i Haltenbanken designbyrå.

Kompetanse: Merkevarerstrategi, konseptutvikling, strategisk design, interiør og omgivelsesdesign.

Truls Indreane

Partner i Haltenbanken designbyrå.

Kompetanse: Merkevarerstrategi, konseptutvikling, strategisk design, interiør og omgivelsesdesign.

Charlotte Larsen

Designer og produktutvikler. Kompetanse: Designer med særlig kompetanse på bekledning for barn, dame og herre og tekstiler generelt. Konsept- og kolleksjon oppbygging, og produksjonsoppfølging.

3 Prosjektgjennomføring

Prosjektet vil etter hvert bli selvfinansierende gjennom salg av produkter. Det er kun i oppstartsfasen Bymuseet trenger ekstra midler. Midlene behøves for å sikre at produktene har en høy kvalitet og er godt forankret i museets samlinger og historier. I tillegg ønsker vi å basere produkt- og merkestrategi på innsikt, ikke bare intuisjon. Prosjektperioden med KUP-støtte vil vare i et år. Pilotprosjektene vi har startet vil gi oss verdifulle tilbakemeldinger fra markedet, men vi er avhengige av støtte for å komme videre og å kunne utnytte det fulle potensialet i prosjektet

Prosjektet har følgende hovedelementer:

1 Forprosjekt – Innsikt og strategisk arbeid (gjennomføres 2017)

- Forankring av kommersialiseringsprosjektet i hele organisasjonen. Vise muligheter som ligger i det å ta historiene ut på kommersielle flater. Metode: workshop med nøkkelpersoner fra Bymuseet.
- Kartlegge ideer og muligheter med utgangspunkt i Bymuseets samlinger og bygningsmasse, samt belyse problemstillingene.
- Etablere og forankre felles forståelse for ambisjoner og målsetninger for prosjektet
- Utarbeide merkestrategi, produktstrategi og strategi for butikkkonseptet. Hvor alle deler tar utgangspunkt i og bygger opp under Bymuseets visjon, verdier og målsetninger.
- Innhente nødvendig innsikt og kunnskap for å kunne gjennomføre prosjektet. Dette omhandler både kunnskap om samlingene og historiene som eksisterer, samt markedsmessige forhold og utfordringer.
- Kartlegge kjøpsatferd og identifisering av brukerbehov hos publikum (emosjonelle behov, formulerte behov, ønsker og ideer. Hva er det Bymuseets butikkbesøkende kjøper og etterspør?)
- Kartlegge "best-practice", besøke utvalgte museumsbutikker.
- Utarbeide merkestrategi, produktstrategi og designbrief for delprosjektene.

2 Delprosjekt – Merkevarer, konsept og visuell identitet (gjennomføres 2017)

- Utvikle en merkevare, konsept og visuell identitet for Bymuseets butikker og produktkolleksjon. Den visuelle identiteten vil omfatte både det visuelle formuttrykket og språklig stemme. Den vil implementeres på produktmerking, hangtags og emballasje, i annonser, brosjyrer og annet kommunikasjonsmateriale, i butikk, skilting, hyllemerking og kommunikasjon i butikk.

3 Delprosjekt – pilotprosjekt Bryggen Museum (gjennomføres i 2016 uavhengig av KUP)

- Utvikle en mini-profil basert på Bryggen Museums eksisterende profil, til merking av produkter, hang-tag og emballasje
- Produktutvikling – formidling av to nøkkelhistorier fra museets samlinger gjennom produkter og emballasje
- Prototyping og produksjonsoppfølging
- Innkjøp av ferdige produkter for salg i butikk (gjennomføres i 2016 og 2017)

4 Delprosjekt – pilotprosjekt Gamle Bergen (gjennomføres i 2016 uavhengig av KUP)

- Utvikling av en mini-profil basert på Gamle Bergens eksisterende profil, til merking av produkter, hang-tag og emballasje
- Produktutvikling – formidling av to nøkkelhistorier fra museets samlinger gjennom produkter og emballasje
- Prototyping og produksjonsoppfølging
- Innkjøp av ferdige produkter for salg i butikk (gjennomføres i 2016 og 2017)

5 Delprosjekt – produktdesign

- Utvikle første produktkolleksjon for Bymuseet
- En signaturkolleksjon fra Bymuseet vil være en kolleksjon av gave og bruksgjenstander som enten er kopier fra produkter i samlingene (en vase, en klokke, en lysestake, en leke, en julepynt osv), eller det tas utgangspunkt i et dekorelement (fra en tapet, en pute, en duk, en lampe osv.) som brukes på det som dekor på forskjellige produkter, eller produktene utvikles med utgangspunkt i inspirasjon fra samlingene, historier fra samlingene, aktiviteter i samlingene eller konkrete bygg.
Produktene vil være godt merket med informasjon om produktet, dekorelementet eller inspirasjonen, slik at produktet i seg selv formidler en del av Bymuseets historie.
- Utvikle idégrunnlag for de neste produktene, produktlinjene og produktkolleksjonene som skal settes ut i livet. Produktstrategien vil ta hensyn til både merkevaren, produksjonsmessige forhold og gjennomføring, samt kommersielt potensiale.

6 Delprosjekt – realisering produktkolleksjon

- Produsere første produktkolleksjon
Utarbeidelse av produksjon spesifikasjoner, oppfølging av produsent, prototyping og gjennomføring av første serieproduksjon.
- Produktene distribueres for salg både i Bymuseets butikker og i et utvalg av Audhild Vikens butikker.

Fortsettelse – videreutvikling produktdesign

- Utvikle flere produktkolleksjoner
 - Realisere flere produktkolleksjoner
 - Utvikle emballasje og kommunikasjonsmateriell for produktkolleksjonene.
 - Videreutvikling av produktkolleksjonen vil fortsette i år 2 og utover prosjektperioden.
- Etter hvert vil prosjektet finansiere seg selv gjennom salg av produkter. Dette vil da legge rammene for hvordan produktutviklingen tas videre. Prosjektet vil følge samme plan som delprosjekt 3 – produktdesign.

Håper Hordaland Fylkeskommune ser verdien og potensialet i prosjektet, og vi bidrar selvsagt til ytterlige informasjon om det skulle være nødvendig.

Med vennlig hilsen



Marianne L Nielsen

Direktør // Bymuseet i Bergen