

Hordaland Fylkeskommune  
Kulturelt utviklingsprogram (KUP)

**Bymuseet i Bergen**  
Postboks 4052 Sandviken  
NO-5835 Bergen  
Tlf. 55 30 80 30  
post@bymuseet.no  
Org.nr. 988 212 024 MVA  
[www.bymuseet.no](http://www.bymuseet.no)

Bergen, 1. juni 2017

## Utfyllende informasjon om bakgrunn for KUP-søknad

Bymuseet ønsker å øke publikums deltagelse og bruk av våre kulturtilbud ved å utvikle og ta i bruk virkemidler og verktøy som er felles for hele organisasjonen. For å tilpasse tilbudet vårt til ulike typer publikum, må vi kjenne vårt publikum. Og samtidig kjenne barrierene til målgruppene våre som ennå ikke er publikum: Hvorfor besøker man/besøker man ikke Bymuseet? Hva skal til for å skape et relevant tilbud? For å komme videre med disse spørsmålene har Bymuseet deltatt i Norsk publikumsutvikling (NPU) sin segmenteringsundersøkelse om hvordan befolkningen i Hordaland ser på Kulturtilbudet. Undersøkelsen er finansiert av Hordaland Fylkeskommune, Bergen Kommune og 17 av regionens institusjoner. Bymuseet ser at det er av stor verdi og jobbe tettere med NPU for å få mer detaljert innsikt i bergenserens bruk av Bymuseet og hvilke målgrupper vi bør satse på.

På bakgrunn av denne innsikten vil vi styrke publikumsutviklingsarbeid gjennom å styrke organisasjonens omdømme og merkevare. Både Bymuseet som helhet og hver enkelt museumsarena behøver et image og identitet som fører til økt synlighet og positive assosiasjoner. Vi ønsker derfor hjelp av designbyrået Haltenbanken for å lage en omdømme- og merkevarestrategi for Bymuseet og de individuelle museene slik at vi kan ta en tydelig og strategisk posisjon i det norske museumslandskapet. Bymuseets enkelte arenaer må få sin unike posisjon og rolle i publikums bevissthet. De henvender seg til ulike deler av publikum, og potensialet for publikumsutviklingen er stort. Vi vil gjøre det enklere og mer effektivt for Bymuseets å formidle aktiviteter, arrangement og eventer til et segmentert publikum. I tillegg må hvert enkeltmuseums visuelle uttrykk styrkes, slik at museenes egenart kommer frem innenfor rammen av Bymuseet. Gamle Bergen tilbyr andre opplevelser enn Hordamuseet, Brannmuseet andre enn Bryggens Museum. For at formidlingen skal oppleves relevant for målgruppene må den kommuniseres ulikt alt etter hvem vi henvender oss til. Målgruppen må oppleve at budskapet som formidles er relevant for dem. Vårt innhold må skape resonans hos vårt publikum.

Bymuseet ønsker å utnytte utradisjonelle kanaler for å nå vårt publikum. Vi har etablert et samarbeid med Viken-konsernet og gjennomført et pilotprosjekt for å formidle historier fra Bryggens Museum i butikker. Produktene er nå distribuert i Viken-konsernets butikker i Bergen, Oslo, Stavanger, Geiranger, Skei i Jølster og på Gardermoen. Dette samarbeidet gir oss et nytt nedslagsfelt og en mulighet til å nå et annet publikum. Men det fordrer at Bymuseets museet har sterke og tydelige identiteter og merkevarer, slik at de unike historiene kan formidles enkelt og effektivt. Målsettingen med prosjektet er å befeste Bymuseets rolle som en sentral aktør i det norske museumslandskapet og formidler av Bergens Kulturarv. Gjennom publikumsutvikling, målrettet kommunikasjon og strategisk formidling vil vi øke kunnskapen om hvert enkelt museum i den konsoliderte enheten, øke bruken av museene, og ikke minst øke antall besøkende publikummere.