

Til: KHMs styre
Fra: Ass. museumsdirektøren

Dato: 28.11.18

Sak: S 41/18

Forretningsstrategi – rammeverk til diskusjon

Det er en sterk forventning fra regjeringen at museer skal øke egeninntjeningen. Samtidig gjennomføres omfattende kutt i grunnbevilgningen til offentlige institusjoner. De politiske føringene stimulerer til økt kommersialisering av kulturinstitusjoner. Potensialet for økt kommersialisering ved KHM er særlig knyttet til museets forretningsdrift.

På denne bakgrunn har styret bedt museumsledelsen utarbeide en strategisk plan for museets forretningsdrift. Formålet med plandokumentet er at styret skal fatte en beslutning om de strategiske premissene for forretningsdriften ved KHM. Ansvar for operasjonalisering av forretningsdriften gjennom en forretningsplan, ligger hos museumsdirektøren. Forretningsplanen skal legges frem for styret til orientering.

Denne bestillingen er nedfelt som tiltak 10e i Årsplan 2019-2021. Museumsledelsen legger til grunn at forretningsstrategi vedtas av styret i februar 2019 og at forretningsplan forelegges styret i mai 2019.

Vedlagt dette dokument fremlegges forslag til disposisjon med enkelte stikkord for en Forretningsstrategi. Museumsledelsen ber om styrets kommentarer til disposisjon og videre arbeid med plandokumentet.

Vedtaksforslag:

Styret gir sin tilslutning til fremlagte forslag til disposisjon med de kommentarer som fremkom i møtet og ber museumsledelsen legge frem forslag til forretningsstrategi til endelig behandling i februar 2019.

Styret slutter seg til forslaget om at en forretningsplan legges frem til orientering i mai 2019.



Vedlegg

Forretningsstrategi

Utkast / disposisjon

28.11.2018

(logo i tråd med KHM's designprofil)

(----- sideskift-----)

Formål med dokumentet

Dette dokumentet skal legge premissene for forretningsdriften ved KHM på et strategisk nivå. Dokumentet er utarbeidet av administrasjonen og fremlagt for styret for godkjenning. Ansvar for operasjonalisering av driften gjennom en egen forretningsplan ligger hos museumsdirektøren. Forretningsplanen legges frem for styret til orientering.

Forretningsdriften ved KHM

Forretningsdriften ved KHM omfatter billettsalg, museumsbutikker og kioskvirksomhet. Eventuell fremtidig kafé- eller restaurantdrift skal også omfattes av strategien.

Formål med forretningsdriften

Forretningsdriften har både et kommersielt og et opplevelsesmessig formål. Det kommersielle er å bidra til finansiering av deler av museumsvirksomheten. I tillegg er det et selvstendig mål å forsterke en minnerik besøksopplevelse og å bidra til den kulturhistoriske kunnskapsformidling. Museumsbutikkene skal være et lærerikt og inspirerende sted å handle.

Situasjonen

Vikingskipshuset er verdens fremste museum med tema vikingtid og Norges mest besøkte museum med ca. 550 000 besøkende pr. år. Nåværende bygningskapasitet er tilnærmet sprengt i høysesongen. Det foreligger planer om en utvidelse av VSH, men det er uavklart når ferdigstilling vil skje.

Historisk museum formidler kulturhistorie gjennom et bredt spekter av samlinger og fagområder. Museet er i en fase preget av en omfattende renovering av bygningen og fornying av samtlige utstillinger.

Det legges stor vekt på besøk av skoleklasser ved begge museer.

Det arbeides med nye utstillingskonsepter og arrangementer for å øke publikumsbesøket ikke minst i lavsesongen.

Siden 2011 er antall handlende økt fra ca. 40 000 til 100 000 pr år og omsetningen økt fra MNOK 5 til MNOK 23 pr år.

Det er et mål at museets utstillinger i ennå større grad skal speiles i museumsbutikkens vareutvalg. Samtidig skal museet ha et vareutvalg som treffer alle kategorier av besøkende. En økning i museets omsetning skal realiseres både gjennom å tiltrekke seg flere kunder og ved større salg pr besøkende.

Merkevare

KHM har et bredt spekter av samlinger og en rekke profilerte gjenstander. Vikingtid og ikke minst skip og funn fra Oseberggraven er utvilsomt museets fremste ikoner og har en sterk posisjon i folks bevissthet. Osebergskipet blir utnyttet kommersielt til å profilere museet. Potensialet for merkevarebygging er sterkt underutviklet.

Suksesskriterier for forretningsdriften

Besøksopplevelsen forsterkes og forlenges gjennom et butikktilbud som skaper minner og genererer gjenbesøk med familie og venner.

Hva kreves for at et besøk i museumsbutikkene oppleves som en suksess?

- Interessante tema og historier
- At vareutvalget oppleves som relevant
- At kjøp oppleves som en forlengelse av museumsopplevelsen
- Den totale opplevelsen og atmosfæren
- Tilgjengelighet og infrastruktur
- Rett prisnivå

Rammebetingelser

Kulturminneloven samt *ICOMs museumsetiske regelverk* og *Etiske retningslinjer for norske universitetsmuseer*.

Lov om offentlige anskaffelser og UiOs reglementer.

Overordnede krav

Butikken skal

- ha en kvalitetsprofil som samsvarer med museets profil for øvrig
- drives etter sunne kommersielle kriterier

Strategiske aspekter

Forretningsdriften bør ha et tett samvirke med Utstillings- og publikumsseksjonen, særlig Gruppe for kommunikasjon og arrangementer.

Det bør vurderes om driften kan ha nytte av et butikkråd oppnevnt med det formål å være en kommersiell støtte for avdelingsleder.

Følgende dokumenter legges frem for styret:

- Planer for en suksessiv opptrapping av butikkdriften, der begge visningssteder er fornyet og oppgradert.
- Forslag til prisstrategi for fastleggelse av de neste års prispolitikk. Dette gjelder i særlig grad billettpriser.
- Forslag til profilelementer.
- Retningslinjer for Produktdesign og -utvalg.

Rapportering til styret

Halvårsrapporter fra museumsdirektøren som redegjør for:

- I hvilken grad forretningsdriften utvikler seg i samsvar med vedtatte planer
- Nye tiltak som kreves for å sikre måloppnåelse
- Prognose for måloppnåelse.