

Sak 5/19 - «Vikingtidsmuseet på Bygdøy» - Prosess for utvikling av strategier for markedsføring og kommunikasjon

Til KHMs styre 8. februar 2019

Fra KHMs administrasjon

Proessen med utvikling av strategier for markedsføring og kommunikasjon for VTM-prosjektet er todelt. Første del omhandler planleggings- og byggeperioden frem til åpning. Den andre delen vil omhandle KHMs kommende strategier for markedsføring og kommunikasjon i ordinær drift.

I perioden frem mot åpning av det nye museet gjennomføres en rekke markedsførings- og kommunikasjonstiltak. Utviklingen av disse tiltakene skjer i tett samarbeid mellom VTM-prosjektets delprosjekt kommunikasjon, branding og kommersiell profil (DBK) og gruppe for kommunikasjon (del av UPS, Utstillings- og publikumsseksjonen).

Ny kommunikasjonsstrategi for KHM ferdigstilles i mai 2019. Denne strategi vil omhandle KHM som organisatorisk del av Universitetet i Oslo og kommunikasjon knyttet til dagens to museum – Historisk Museum og Vikingskipshuset. En del av denne kommunikasjonsstrategi vil også omhandle planleggings- og byggeperioden for Nytt vikingtidsmuseum.

Med utgangspunkt i denne kommunikasjonsstrategien vil VTM-prosjektet med bistand fra UPS utvikle en plan for kommunikasjons- og markedsføringstiltak som gjennomføres i perioden opp mot åpning av nytt museum.

VTM-prosjektet og UPS vil i planleggingsfasen utrede hvordan arbeid med kommunikasjon og markedsføring skal organiseres, og vil utvikle prinsipper for organisering, ansvarlinjer, tidsbruk, ambisjonsnivå, finansiering og bruk av ressurser. Dette blir hensyntatt i utviklingen av planer for markedsføring og kommunikasjon gjennom hele prosjektperioden, og planleggingen av et åpningsarrangement.

Basert på KHM sin kommunikasjonsstrategi og VTM-prosjektets beskrivelser av profil og brand vil KHM senere i prosjektet utvikle strategier for markedsføring og kommunikasjon i ordinær drift av det nye museet.

