

Til KHMs styre  
Fra UPS

---

**Sakstype:** S Bf Orienteringssak  
**Møtedato:** 30.09.2022  
**Notatdato:** 20.09.2022  
**Saksbehandler:** Toril Røkseth

---

## Arbeide systematisk med formidling på nett og gjennom sosiale medier (Status for årsplan, tiltak 10.5)

### Bakgrunn

Museumsledelsen ønsker å presentere status for museets årsplan, tiltak 10.5: «Arbeide systematisk med formidling på nett og gjennom sosiale medier.»

Da KHMs kommunikasjonsstrategi ble utarbeidet i 2019, var et av hovedfunnene at KHM og museene fremsto utydelig for målgruppene, blant annet på grunn av manglende prioriteringer og navneforvirring. Et kommunikasjonsmål er at det skal være tydelig hvem KHM/museene er, hvorfor vi er til og hva vi gjør.

En tydelig avsender er avgjørende i arbeidet med å nå museets publikumsmål. I konkurranse med andre kulturtilbud er gjenkjennelse og forutsigbarhet en forutsetning for å bli likt og etterspurt.

I museets årsplantiltak 10.5 er det satt opp leveranser som samlet og hver for seg skal bidra å styrke en tydelig avsenderprofil for Kulturhistorisk museum, Historisk museum og Vikingtidsmuseet. Videre følger status for leveransene.

### Lansering av nye nettsider

1. juni ble nye nettsider for Historisk museum og Vikingskipsmuseet lansert med egne domener. I samme prosess ble nettsiden til Kulturhistorisk museum redesignet med fokus på å løfte frem museets forskning, samlinger og kulturminneforvaltning.

De nye nettsidene til HM og VTMs nettsider er utstyrt med egne visuelle profiler, mens KHMs nettsider er oppgradert etter UiOs maler for fakultetsnivå. I juni 2022 ble KHMs nettsider oppdatert med informasjon om museets forskning og samlinger. Innholdet har fått ny struktur og er løftet frem til forsiden. Det er utviklet en rutine der nettredaktør hvert semester kontakter seksjonsleder i alle fagseksjoner for å sørge for at informasjon er oppdatert.

De oppdaterte nettsidene ligger her:

<https://www.khm.uio.no/forskning/>

<https://www.khm.uio.no/samlinger/>



## **VTM og HMs visuelle profiler**

Etter lansering av ny nettside brukes HMs visuelle profil i alle utadrettet virksomhet, inkludert sosiale medier, annonsering og annen markedsføring. Dette er et viktig strategisk grep for å øke museets synlighet og popularitet.

Det er i 2021/2022 utviklet visuell profil for VTM. Profilen brukes i VTMs utadrettede kanaler, og vil være retningsgivende for videre arbeid innen butikk, produktutvikling, restaurant og andre publikumsrettede tilbud etter hvert som disse skal planlegges og realiseres.

Våren 2022 ble det ferdigstilt design for VTMs nettsider, som skal dekke behovene gjennom byggeprosessen frem til museets åpning. Det nye designet vil i sin helhet bli implementert av Usit i 2023. I mellomtiden har VTMs midlertidige løsninger for å ivareta de nåværende behovene.

Her er manualene til visuelle profiler til Vikingtidsmuseet og Historisk museum.

## **VTMs kunnskapsunivers**

I 2020 gjennomførte VTM prosjektet «Brukerinnsikt og Kundereiser». Rapporten anbefalte å utvikle et nettbasert kunnskapsunivers på nettsidene for å posisjonere VTM som verdens fremste formidler og kunnskapskilde for vikingtid.

Høsten 2022/våren 2023 utvikler VTM en strategi med rammer for et kunnskapsunivers på VTMs nettsider, samt en fremdriftsplan for å ferdigstille innholdet frem mot åpning i 2026.

Kunnskapsuniverset planlegges som et samspill av artikkeltekster, bruk av bildedatabaser, 3D-dokumentasjon og film/video. Kunnskapsuniverset vil være et viktig element i markedsføring og posisjonering av VTM som verdens fremste formidler av vikingtid. Innholdet skal være relevant og attraktivt for alle VTMs målgrupper.

## **VTM kommunikasjonsplan og markedsføringsplan**

Høst 2022/vår 2023 vil VTM utvikle en kommunikasjonsplan og markedsføringsplan for hele byggeperioden samt åpning av det nye museet. Disse planene skal blant annet sikre en helhetlig og langsiktig plan for museets sosiale medier, pressekontakt og markedsføring mot B2B og B2C-markedene.