

Verksamhetsplan 2011-2012

Utgångspunkten för denna verksamhetsplan är förbundets verksamhetsidé och vision:

Verksamhetsidé:

Riksförbundet Sveriges museer tar tillvara och driver den svenska museisektorns gemensamma intressen.

Vision:

Vi är starka, samlande och synliga.

Verksamheten har två fokusområden, medlemsnytta och främjande. Denna plan konkretiserar aktiviteter och mål.

Fokusområde - Medlemsnytta

Strategiska mål: Riksförbundet är tydligt och efterfrågat av sina medlemmar.

Kritiska framgångsfaktorer utifrån vår vision:

Starka - ökade resurser

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Vara bra partner till kulturdepartementet	Kontinuerlig dialog
Vara bra partner till Riksdagen	Kontinuerlig dialog
Förbättrade förutsättningar för hotade samlingar	Klenod
Ökat antal medlemsinstitutioner	Marknadsföring av förbundet gentemot presumtiva medlemmar

Samlande – samordnande

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Samordning av internationell samverkan	Deltagande och bevakning av NEMO/WAMO. Samverkan med nordiska motsvarigheter. Samverkan med European Museum Forum angående European Museum of the Year Award (EMYA)
Fördjupad nordisk samverkan	Tillsammans med Norges museumsförbund och Organisationen Danske museer identifiera samverkansområden. Styrelseöverläggning i augusti 2011.
NCK-RSM	Samverkan med NCK stimulera museipedagogiska utvecklings- och forskningsintressen för museerna i Sverige samt sprida kunskap om FOU insatser i Sverige och utomlands till medlemsmuseerna.
Utbildning och kompetens	Kartläggning och behovsanalys. Klart 2011.
Medlemsdialog	Genföra en dialog med förbundets medlemmar på 4 platser Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå under 2011.
Regeringsuppdrag	Redovisa 2011-03-01. Uppföljning och samverkan med centralmuseerna avseende uppdrag lämnat till dessa.
Nodfunktion	Etablera förbundet som en naturlig nod för befintliga och tillkommande utvecklingsinsatser.

Verksamhetsplan 2011-2012**Synliga – effektiv kommunikation**

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Framgångsrikt årligt Vårmöte	Museiparken Stockholm mars 2011. Senast maj 2011 besluta om plats för Vårmöte 2012.
Uppskattade utmärkelser inom museiområdet	Genomföra och utveckla utmärkelser i anslutning till Vårmötet
Medlemmarna upplever information och dialog som god	Fortsätta utveckla webben genom ökad aktualitet. Sprida engagemanget för webben hos medlemsinstitutionerna. Effektivt utnyttja de olika informationskanalerna. (Nyhetsbrev. Facebook och Twitter). Starta stafettblogg på förbundets webbplats. Stärka och utveckla förbundets eget sociala nätverk Mötesplats museer
Tydliga och rättvisa villkor för medlemmarna	Utvärdera stadgarna inkl. översyn av kriterier för inval samt villkor för RSM-kortet. Översyn av modell för beräkning av medlemsavgift
Effektiv administration	Kontinuerlig översyn av köpta tjänster.
Väl förberedda och väl genomförda Årsmöten	Planering för och genomförande av Årsmöte 2011/2012

Fokusområde - Främjande

Strategiska mål: Riksförbundet uppfattas som angelägna och attraktiva.

Kritiska framgångsfaktorer utifrån vår vision:

Starka – Medverkan och påverkan i aktuella samhällsfrågor

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Museernas roll i det regionala tillväxtarbetet	Främjande aktiviteter i samband med införandet av en ny modell för statens stöd till regional kulturverksamhet, kulturarvets roll, besöksnäring och turism.
Remissinstans	Utifrån en stark medlemsbas leverera genomarbetade och förankrade yttranden
Riksutställningar	Utgöra en samtalspartner i det fortsatta förändringsarbetet
Digitalisering	Samverkan med centralmuseerna och Riksarkivet.

Samlande – Väl fungerande dialog med nyckelintressenter

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Handlingsplan för kontakter	Uppföljning och utvärdering av styrelseworkshop om intressenter som underlag för systematisk plan
Nyckelintressenter	Kontinuerlig dialog

Verksamhetsplan 2011-2012**Synliga – Ökad extern synlighet**

Taktiska mål 2011-2012	Aktiviteter 2011-2012
Medie- och kommunikationsstrategi	Pressmeddelanden, debattartiklar och övriga mediekontakter. Kommunikationsplan som grund
Kommunikationsmaterial	Framtagande av lämpligt kommunikationsmaterial (t.ex. Vepor, ny broschyr, profilprodukter, m.m)
Besöksstatistik	Kontinuerligt rapportera kring besöksstatistik, nationell och regional.
Museirapport	Ta fram en attitydrapport.
Ökad synlighet genom nationell kampanj	Utreda frågan.