

Museernes digitale strategi i Region Midtjylland

Nye generationer er opvokset i en virkelighed, hvor internettet altid har eksisteret og den digitale virkelighed er for dem fuldstændigt integreret i den fysiske virkelighed. De er vant til at finde deres information via mange forskellige informationskanaler, og særligt de digitale. Det gælder også på museerne. Der er et helt nødvendigt behov for en omstillingsproces hos museerne, der gør dem i stand til at levere et varieret kulturelt digitalt tilbud, der passer til den nye generations adfærd. Det både i forhold til kompetencer, organisationer såvel som inden for digital infrastruktur.

Midtjyske Museers Udviklingsråd (MMU) ønsker at styrke museernes organisationer og deres digitale infrastruktur med projektet "Museernes digitale infrastruktur i Region Midtjylland". MMU ansøger, med Meaning Making Experience (MMEx) som operatør, Region Midtjylland om 3 mio. kr. til projektets gennemførelse over en 3-årig periode (2015-2017). Målet er, at give museerne ressourcer og kompetencer til at udvikle formidlingsløsninger, der er langsigtede og strategiske, og som lever op til brugernes forventning om unikke oplevelser, refleksion, engagement og dialog.

Baggrund:

En foranalyse, iværksat af Meaning Making Experience, har vist, at regionens museer har relativt nemt ved at identificere, hvilke muligheder for formidling de digitale medier bidrager med i en museal kontekst. Motivationen for foranalysen har været at undersøge museernes behov for digital støtte samt, hvorvidt en fælles indsats er en farbar vej for at imødekomme disse behov og skabe grundlag for fremtidens museer. Hos flere af museerne er der en bred erkendelse af, at der er brug for en strategi eller rød tråd, på det digitale område for at sikre en langsigtet "return on investment". Der er med andre ord potentiale for en fælles koordineret indsats, der samtidig understøtter museernes forskellighed. I forbindelse med analysen er 7 museumsledere interviewet og to workshops er gennemført med deltagelse af 15 museer og 7 digitale tænkere og leverandører.

Med projektet ønsker MMU og MMEx at gøre Region Midtjylland til forgangsregion inden for digital museumsformidling. Museerne skal have et digitalt løft, så den enkelte ansatte såvel som museumsorganisationen som helhed, kan navigere hjemmefrem i det digitale felt, og indtænke det som en integreret del af den museale praksis. Den digitale formidling vil på den måde kunne udvikle sig fra at være et add on, til at være et integreret tilbud, der formidler et budskab, som fortælles bedst digitalt. I sidste ende vil projektet skabe bedre, mere vedkommende og gennemtænkte digitale formidlingstilbud til de mange besøgende i regionen.

Region Midtjylland har på museumsområdet et forspring i forhold til at koordinere fælles indsatser i kraft af museernes organisering i MMU. MMU er en aktiv og fremadtænkende organisation, der fremmer og støtter udvikling og samarbejde på tværs af museer. MMU var også arnestedet for ideen til Meaning Making Experience, som i 2012 blev etableret som museernes digitale sparringspartner og uafhængige rådgiver. MMU og MMEx har siden været i tæt dialog om at udvikle regionens museers digitale formidling. Dels gennem konkret projektudvikling af nyskabende digitale projekter, dels via videndeling og netværk til andre kulturinstitutioner, forskningsinstitutioner og de kreative erhverv. Det både nationalt og internationalt.

Det er disse tre års erfaringer, som MMEEx har som fundament for at være operatør på udvikling af en fælles koordineret digital indsats til alle museer i regionen. Indsatsen er en kombination af kursusforløb og praktisk arbejde i laboratorier/udviklingsprojekter. Erfaringen fra MMEEx er, at digitale projekter kræver, at museerne tager ejerskab og i højere grad udnytter projekterne som langsigtede investeringer til at opbygge digitale erfaringer, digitale data (historier, film, billeder) såvel som digital infrastruktur (databaser, services, brugergrænseflader). Ressourcer, der kan genanvendes i fremtidige projekter. Digitale projekter er således mere end blot udvikling af en god brugeroplevelse. De er potentielt en strategisk investering i museets fremtidige formidling. Dette er det afgørende nye i forhold til MMEEx' virke. Hvor MMEEx fra 2012-2014 primært har været medudvikler på nyskabende digitale formidlingsprojekter, vil MMEEx fra 2015-2017 være digital og strategisk sparringspartner for museerne. Med det resultat, at museerne sikrer deres relevans over for nye generationer, med indhold og digital formidling, der svarer til målgruppens forventninger og behov.

Effekter og mål:

Projektet skal gennem integration af en digital kultur, gøre museerne i stand til at fastholde relationen til brugerne ved at manifestere sig der, hvor brugerne er. Hvad enten det er fysisk eller i mere overført betydning ved at gøre det muligt for brugerne at skabe egne relationer eller stier i det materiale, som er tilgængeligt. Konkret vil projektet sikre opbygning af digitale ressourcer som nye digitale projekter kan stå på skuldrene af. Museerne udvikler ikke nødvendigvis selv løsninger, men det er projektets mål, at museerne opnår:

- Digitalt indhold, som digitaliserede billeder, lydfiler, video, der kan anvendes i en lang række af forskellige digitale formidlingsløsninger på nettet såvel som i museets udstillinger.
- Viden om de teknologiske muligheder, og hvordan teknologien bedst anvendes i forskellige formidlingssammenhænge/situationer.
- Kendskab til brugerne, deres behov og anvendelse af digitale medier. Det både på museerne, men i lige så høj grad viden om brugernes generelle brug af medier.
- En digital ambassadør i museumsorganisationerne, som kan være driver på implementering af strategier, principper for digital formidling og design for langsigtede projekter og investeringer i museernes egne organisationer.

Aktiviteter:

Den grundlæggende ide er at igangsætte koordinerede kompetenceforløb over tre år, som danner ramme for, at MMUs museer kan udvikle digitale strategier til egne organisationer, dele erfaringer og få rådgivning af de fremmeste museer, forskere, it- og digitale eksperter nationalt og internationalt. Forløbene målrettes henholdsvis museumsledere, teknisk personale samt formidlere. Desuden afholdes et årligt fælles seminar, hvor eksperter inviteres til at fremlægge cases fra udenlandske museer og andre brancher diskuteres og sættes i perspektiv til erfaringer opnået i projektet "Museernes digitale infrastruktur i Region Midtjylland".

Parallelt med kompetenceforløbene gennemføres tre udviklingsprojekter eller "laboratorier", hvor museernes fremtidige rolle og "position" undersøges i forhold til deres brugere, brugernes brugssituation samt behov. Den røde tråd i udviklingsprojekterne er samspillet mellem fælles digitale ressourcer og museernes indhold. Titelne på de planlagte udviklingsprojekter er: "Åbne data og sociale medier", "Digital levendegørelse" og "Kulturarv i skoleundervisningen". For hvert

udviklingsprojekt gennemføres en opsamling og en evaluering. Opsamlingen fokuserer på de digitale ressourcer, der er udviklet i projektet. Evalueringen fokuserer på brugssituationen og der involveres derfor brugere i alle projekternes faser fra udvikling over test til den endelige oplevelse. Viden fra både opsamling og evaluering anvendes i kompetenceforløbene og trækkes desuden ind i konkrete museumsprojekter og samarbejde blandt regionens museer.

Kompetenceforløbene, seminarerne og udviklingsprojekterne vil krydsbefrugte hinanden med viden, erfaringer og ressourcer i løbet af det tre år, som projektet varer. Se uddybende beskrivelse af kompetenceforløb og udviklingsprojekter i bilag 1.

Projektorganisation:

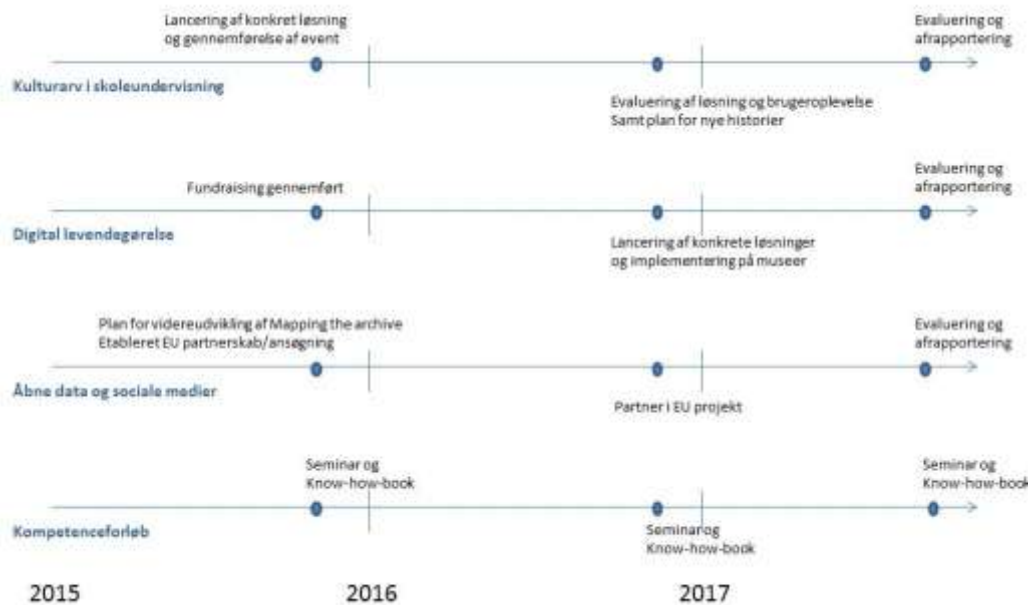
MMEx er ansvarlig for ledelsen af projektet – herunder projektledelse på kompetenceforløb samt de tre udviklingsprojekter. MMEx refererer til MMU og vil undervejs i projektets gennemførelse orientere MMU om fremdriften og involvere MMU såfremt, der er betydelige ændringer i projektet.

Projektet opdeles i tre faser: 2015, 2016 og 2017. Ved overgangen fra en fase til en anden opgøres resultaterne fra den tidligere fase. Disse evalueres og på baggrund heraf justeres de forventede aktiviteter i den kommende fase. Med faserne følger projektmidler således, at der ved Region Midtjyllands godkendelse af en faseovergang udløses midler til udførelse af den næste fases leverancer.

Målgruppen: MMU's medlemmer (museerne i Region Midtjylland)

Der kan deltage museer fra andre regioner i udviklingsprojekterne. For at kunne deltage i udviklingsprojekterne, skal de abonnere på MMEx basisabonnement og desuden selv indkøbe udstyret til de pågældende løsninger.

Milepælsplan 2015-2017:



Budget for projektet "Museernes digitale infrastruktur i Region Midtjylland".

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Indtægter | | | | |
| RM | 1.500.000 | 690.000 | 810.000 | 3.000.000 |
| Stat | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EU | 0 | 750.000 | 750.000 | 1.500.000 |
| Fonde | 0 | 700.000 | 300.000 | 1.000.000 |
| Indtægter i alt | 1.500.000 | 2.140.000 | 1.860.000 | 5.500.000 |

Derudover bidrager museerne med finansiering i form af museumsmedarbejderes arbejdstid.

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Udgifter | | | | |
| Konsulentbistand | 250.000 | 230.000 | 260.000 | 740.000 |
| Materialer | 185.000 | 445.000 | 220.000 | 850.000 |
| Indholdsproduktion | 195.000 | 400.000 | 150.000 | 745.000 |
| Workshops mv. | 160.000 | 205.000 | 240.000 | 605.000 |
| Transport | 40.000 | 105.000 | 110.000 | 255.000 |
| Projektledelse | 170.000 | 300.000 | 320.000 | 790.000 |
| Fundraising | 110.000 | 0 | 0 | 110.000 |
| Netværk | 110.000 | 110.000 | 120.000 | 340.000 |
| Videndeling | 125.000 | 115.000 | 135.000 | 375.000 |
| Administration | 155.000 | 230.000 | 305.000 | 690.000 |
| Udg. I alt. | 1.500.000 | 2.140.000 | 1.860.000 | 5.500.000 |

Bilag 1) Beskrivelser af kompetenceforløb og udviklingsprojekter

Kompetenceforløb

At formidle digitalt kræver nye kompetencer hos de museumsansatte samt en interesse for det digitale felt. Det digitale er ikke bare noget, man kan læse sig til eller tage et kursus i. Det er et område, man bliver nødt til at forholde sig aktivt til og løbende følge med i. Der er behov for at give museerne "et sted", hvor de i netværk med andre ligestillede kan diskutere dagligdagens digitale udfordringer for at finde veje til løsninger. Desuden er der behov for at styrke og understøtte museernes digitale kompetencer og den overordnede forståelse i den enkelte organisation samtidig med, at der skabes et netværk af tætte pålidelige samarbejdspartnere, så museerne bliver klædt på til at navigere trygt og sikkert i det digitale felt.

Indsatsen vil skræddersy forløb med kurser til henholdsvis museumsledere, teknisk personale og formidlere. Der planlægges med 18 kurser over en tre-årig periode – 2 kurser årligt pr. målgruppe. Kurserne vil være involverende og baseres på deltagernes egen viden og konkrete cases, som udfordres og perspektiveres via inviterede undervisere og foredragsholdere. Kurserne faciliteres af MMEx og vil tilbyde teori og anvendte redskaber inden for digital formidling og strategi til museerne.

For at koble teori med praksis vil de deltagende museer blive opfordret til at etablere digitale studiegrupper, der i egne organisationer kan diskutere problemstillinger og prøve teorien af i praksis.

Som årlig opsamling på viden og erfaringer på tværs af de tre målgrupper arrangeres der hvert år et en-dags seminar, hvor der inviteres leverandører, forskere og eksperter inden for området. Seminarerne er en lejlighed til at gøre status på projektet og udstikke retningerne for den kommende udvikling i projektet.

Målgruppe:

Ledere, teknisk personale og formidlere på museer, som er medlemmer af MMU.

Samarbejdspartnere:

- Forskere og undervisere, bl.a. Aarhus Universitet, Arts og Science:
- Internationale og nationale eksperter på området. Eksempelvis Nick Poole, Collections Trust, London.
- Eksperter i smart culture og partnere fra EU-projektet SmartCulture (6 lande og 12 regioner).
- Digitale tænkere og leverandører, More.creative (Open Culture og Shareplay)

Slutprodukt:

Tre "know-how-books" om implementering af digital kultur i museumsorganisationer skrevet i samarbejde med museerne; museumsledere til museumsledere, med teknisk personale til teknisk personale, med formidlere til formidlere.

Leverancer:

Fase 1, 2015

- Kick-off møde, med fokus på den nye generations brugere.
- Forårskurser
- Efterårskurser
- Seminar

Fase 2, 2016

- Forårskurser
- Efterårskurser
- Seminar

Fase 3, 2017

- Kick-off møde, med fokus på den nye generations brugere.
- Forårskurser
- Efterårskurser
- Seminar

Foreløbigt delbudget, kompetenceforløb:

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Indtægter | | | | |
| RM | 285.000 | 285.000 | 285.000 | 855.000 |
| EU | | | | |
| Fonde | | | | |
| Indtægter i alt | 285.000 | 285.000 | 285.000 | 855.000 |

Derudover bidrager museerne med finansiering i form af museumsmedarbejders arbejdstid.

| Udgifter | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Konsulentbistand | 60.000 | 60.000 | 60.000 | 180.000 |
| Materialer | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 60.000 |
| Indholdsproduktion | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Workshop, brugertest mv. | 80.000 | 80.000 | 80.000 | 240.000 |
| Transport | | | | |
| Projektledelse | | | | |
| Fundraising | | | | |
| Netværk | | | | |
| Videndeling | 25.000 | 25.000 | 25.000 | 75.000 |
| Administration | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 300.000 |
| Udg. I alt. | 285.000 | 285.000 | 285.000 | 855.000 |

1) Åbne data og sociale medier

Åbne data er for eksempel billeder og historier, som er frit tilgængelige for offentligheden. Via sociale medier og udvikling af tjenester til nettet, kan åbne data være med til at øge folks bevidsthed om museerne og kulturarven. Særligt set i lyset af folks generelle medievaner og kulturforbrug. Som et museum gør opmærksom på, er det jo ofte når vi sidder derhjemme i sofaen, at vi surfer kulturstof på iPad'en.

Målet med udviklingsprojektet "Åbne data og sociale medier" er at omstille regionens museer til en netbaseret adfærd og kultur, samt at udvikle et EU-projekt, hvor dette felt på europæisk plan undersøges. Sammen med museer vil MMEx i 2015 udvikle kampagner på nettet med indhold fra regionens museer. Kampagnerne er målrettet borgere i og uden for regionen, som inviteres til at gå på opdagelse og være medskabere på kulturarven i regionen. Under udvikling af indhold vil museerne blive stillet over for valg omkring, hvordan de enkeltvis ønsker at forholde sig til åbne data. Hvor og hvem der må anvende museets data. Og ikke mindst hvordan museet forholder sig til det redaktionelle og fortælle-mæssige. Valg, som vil blive langsigtede principper for, hvordan museerne håndterer data fremadrettet. MMEx-projektet "Mapping the archive" (2012-2014), bidrager med viden og en prototype på et fælles musealt vidensreservoir for åbne data. Reservoir vil danne ramme for, at museerne i praksis kan prøve kræfter med at kommunikere og fortælle på nettet ved hjælp af data. Erfaringer fra museer og brugere, samt erfaringer fra Mapping the archive, er afsæt for at etablere partnerskaber med internationale aktører inden for samme område. Det med henblik på at søge midler til et EU-projekt med forventet opstart i 2016. EU-projektet skal bringe regionens museer et skridt videre i udviklingen af nye interaktioner og designs, der inviterer og motiverer til nye anvendelser af kulturarven.

Målgruppe:

- Formidlere og samlingsansvarlige på museer.
- Regionens borgere – nye generationer.

Samarbejdspartnere:

- Hack4dk
- Aarhus Universitet – Netværket Digital Arts Initiative
- Wikipedia, Denmark
- Europeana,
- SmartCulture

Slutprodukt:

Efter projektet er der konkret formidling på nettet og på sociale medier om regionens museer. De deltagende museer er blevet fortrolige med håndtering af åbne data. Museerne opnår erfaring med at involvere borgere i værdiskabelsen og kulturarven ved at lade dem tilføje deres vinkel på historien eller tilføje deres kommentar i museernes indhold. Regionens museer bliver således en "ramme" eller en "scene" for andres udfoldelse.

Leverancer og tidplan:

Fase 1, 2015

- Udrulle erfaringer fra Mapping the archive til flere museer med guidelines til, hvordan museerne "fortæller" med åbne data.
- Undersøge brugernes anvendelse og adfærd på sociale medier samt deres brug af prototypen på Mapping the archive (færdigudviklet i 2014 ifm. Interact).
- Planlægge videreudvikling af Mapping the archive fra prototype til færdig løsning.
- Undersøge mulig EU ansøgning, partnerskaber i samarbejde med Region Midtjylland og Kulturby 2017.

Fase 2, 2016

- I samarbejde med museer og brugere planlægge og gennemføre temabaserede kampagner som f.eks. affald, mode eller industrialisering, der skal udstille kulturarvsdata (billeder, video, lyd og tekst) på sociale medier.
- Evaluere brugernes adfærd og interaktion ifm. temabaserede kampagner.
- Opstarte EU projekt, nye interaktioner og designs der inviterer og motiverer europæere til at interagerer med kulturarven og fortælle deres egne historier parallelt med museernes historier.
- Videreudvikle prototype på Mapping the archive til en fælles digital løsning baseret på open source. Implementere Mapping the archive.

Fase 3, 2017

- Fortsætte EU projekt
- Udarbejde evalueringsrapport om museernes åbne data og brug af sociale medier. Herunder anbefalinger til videreudvikling og indsatser på området.
- Udvikle nye initiativer til involvering og motivering af borgere i samspil med de aktiviteter der foregår i regi af kulturby 2017.

Foreløbigt delbudget, "Åbne data og sociale medier".

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Indtægter | | | | |
| RM | 415.000 | 105.00 | 175.000 | 695.000 |
| EU | | 750.00 | 750.000 | 1.500.000 |
| Fonde | | | | |
| Indtægter i alt | 415.000 | 855.000 | 925.000 | 2.195.000 |

Derudover bidrager museerne med finansiering i form af museumsmedarbejderes arbejdstid.

| Udgifter | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Konsulentbistand | 110.000 | 20.000 | 0 | 130.000 |
| Materialer | 45.000 | 150.000 | 150.000 | 695.000 |
| Indholdsproduktion | 50.000 | 250.000 | 150.000 | 450.000 |
| Workshop, brugertest mv. | 0 | 45.000 | 60.000 | 105.000 |
| Transport | 15.000 | 50.000 | 60.000 | 125.000 |
| Projektledelse | 70.000 | 150.000 | 300.000 | 520.000 |
| Fundraising | 50.000 | 0 | 0 | 50.000 |
| Netværk | 30.000 | 60.000 | 40.000 | 130.000 |
| Videndeling | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 90.000 |
| Administration | 15.000 | 100.000 | 135.000 | 250.000 |
| Udg. I alt. | 415.000 | 855.000 | 925.000 | 2.195.000 |

2) Digital levendegørelse

Museer har en særlig styrke som fysiske steder, både i sig selv, men også som et sted for opbevaring af de fysiske og autentiske genstande. Det fysiske sted eller den fysiske genstand er imidlertid ikke altid selvforklarende. Der kræves ofte en formidrende omstændighed – noget eller nogen der fortæller historien.

Med projektet Digital levendegørelse vil 6 museer undersøge, om digitale medier umiddelbart kan formidle fysiske rum og genstande. Uden for sæsonen er mange udstillingssteder ubemandede og lever som sådan ikke op til de levende fotos fra højsæsonen, der ses i de glittede brochurer. Casen for projektet "Digital levendegørelse" er frilandshuse. De deltagende museer og MMEx vil i fællesskab teste og afprøve teknologi i spil med forskelligt indhold. Brugere skal teste, hvad der bedst formidler historie og oplevelse og efterfølgende skal erfaringer opsamles og videndeles med flere museer. For at sikre at museerne får praktisk erfaring, vil projektet fremskaffe sponsorer til, eller udlån af, teknisk udstyr. Målet er at sikre, at museerne investerer i afprøvede løsninger frem for udstyr, der i realiteten ikke lever op til, det museerne ønsker. Projektets idé er opstået hos MMEx og de 3 midtjyske museer Glud Museum, Museum Midtjylland og Bork Vikingehavn, men har allerede tiltrukket sig opmærksomhed fra 3 andre museer, der sidder med de samme problemstillinger.

Målgruppe: Besøgende i frilandshuse på landbrugsmuseer og museer, der har frilandshuse i deres portefølje.

Samarbejdspartnere:

- Glud Museum
- Museum Midtjylland
- Bork Vikingehavn (Ringkøbing-Skjern Museum)
- Mejlbygaard, Bornholm

- Frilandsmuseet på Lolland-Falster
- Den Fynske Landsby

Slutprodukt:

Ved projektets afslutning foreligger der et online konceptkatalog af testede koncepter fra udviklingsfasen. Desuden vil der blive implementeret og lanceret en færdigudviklet digital løsning på Glud Museum, Museum Midtjylland og Bork Vikingehavn, Projektet bidrager til viden om, hvordan genstande og steder bringes til live via digitale hjælpemidler. Både i forhold til brugeroplevelsen men også på det mere praktiske plan i forhold til teknologier, og hvad disse kan og ikke kan bidrage med i en ubemandet formidlingssituation. Samtidig vil museerne have opnået praktisk erfaring i håndtering og gennemførelse af projekter, hvor målet er at skabe generiske løsninger, der kan bruges af mange og varierede museer.

Leverancer og tidsplan:

Fase 1, 2015

- Gennemføre ide-generering for at finde fælles mål, indhold og forslag til løsning. (Metode: Eksperimentet, udviklet og afprøvet af MMEx, 3 heldagsworkshop)
- Brugerinddragelse: Kvalitative og kvantitative undersøgelser samt brugerworkshops, hvor problemstillinger og ideer forelægges udvalgte målgrupper.
- Fundraising af private midler til implementeringen af projektet (hardware, software, lønomkostninger i forbindelse med indholdsholdudvikling etc.).

Fase 2, 2016

- Udvikling af eksempler på løsninger og opsætning af de digitale virkemidler.
- Indholdsproduktion af tekster, lyde, billeder mm
- Implementering og test af løsning på de deltagende museer

Fase 3, 2017

- Evaluering af løsning, brugeroplevelse og samarbejde.
- Videndeling om og dokumentation på løsningen til flere museer i regionen og evt. nationalt og internationalt.

Foreløbigt delbudget, "Digital levendegørelse".

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Indtægter | | | | |
| RM | 325.000 | 125.000 | 175.000 | 625.000 |
| EU | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fonde | 0 | 700.000 | 300.000 | 1.000.000 |
| Indtægter i alt | 325.000 | 825.000 | 475.000 | 1.625.000 |

Derudover bidrager museerne med finansiering i form af museumsmedarbejders arbejdstid.

| Udgifter | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Konsulentbistand | 10.000 | 150.000 | 200.000 | 360.000 |
| Materialer | 20.000 | 250.000 | 50.000 | 470.000 |
| Indholdsproduktion | 50.000 | 150.000 | 300.000 | 500.000 |
| Workshop, brugertest mv. | 50.000 | 50.000 | 50.000 | 200.000 |
| Transport | 20.000 | 50.000 | 50.000 | 120.000 |
| Projektledelse | 50.000 | 100.000 | 0 | 150.000 |
| Fundraising | 60.000 | 0 | 0 | 60.000 |
| Netværk | 30.000 | 30.000 | 40.000 | 100.000 |
| Videndeling | 20.000 | 30.000 | 50.000 | 100.000 |
| Administration | 15.000 | 15.000 | 35.000 | 65.000 |
| Udg. I alt. | 325.000 | 825.000 | 775.000 | 1.625.000 |

3) Kulturarv i skoleundervisningen

Folkeskoleklasser landet over arbejder dagligt med emner og forløb, hvor museernes viden og faglighed potentielt kan spille en langt større rolle end det er tilfældet i dag. Museerne udvikler i dag undervisningsmaterialer og – forløb. Tilbud der typisk er tilgængeligt online og ofte forbundet med et besøg på museet enten med eller uden formidling i form af f.eks. en omvisning fra museet side. Men potentialet er langt større. Udfordringen er at gøre museerne og deres genstande, viden og måske også ansatte tilgængelige ude på gymnasierne, så de kan blive en ressource i den daglige undervisning. Det handler om at trods geografien og skabe en gensidig virtuel videnstunnel mellem de to verdener, så skoler landet over kan trække på viden fra regionens museer og så eleverne den anden vej kan være med til at udvikle museerne. Projektet Kulturarv i skoleundervisningen vil med udgangspunkt i de erfaringer, MMEx har gjort på området de seneste år, udvikle en fælles digital løsning, der giver skoleklasser landet over nem og sikker adgang til de gode historier, ressourcer og den faglige viden, der ligger hos Region Midtjyllands museer. Der lægges vægt på at både indhold og form i løsningen er innovativ og motiverende for både elever og lærere.

Som en del af museernes kompetenceudvikling og med udgangspunkt i erfaringerne fra Mapping the Archive/Open Culture udvikles der i løbet af 2016 og 2017 nye fælles historier og kuraterede stier til den fælles digitale skoleplatform. Disse historier og stier tilpasses folkeskolens nye trin- og fagmål.

Målgruppe: Museumsformidlere og skoletjenester i Region Midtjylland, skoletjenester og folkeskoler i hele landet

Samarbejdspartnere:

- Skoletjeneste Netværk
- Center for historie- og kulturarvsformidling
- Center for læring, "De 32", Aarhus Kommune

- Kreative erhverv, digitale leverandører

Slutprodukt:

En færdigudviklet digital løsning klar til implementering på Region Midtjyllands museer

Leverancer:

Fase 1, 2015

- Erfaringsopsamling fra MMEx's tidligere indsatser omkring skoler og museumsundervisning (Eksperiment GAMIFICATION, studiegruppe/Skoletjeneste Netværk, kurser i Skoletube mm.)
- Co-creation forløb med henblik på at definere den endelige løsning (2 workshops) – inkl. inddragelse af slutbrugerne (elever)
- Udvikling af digital løsning samt storytelling
- Test med udviklere, lærere og elever
- Justering og implementering på testmuseer
- Lancering af løsningen/event

Fase 2, 2016

- Forår: udvikling af min. 3 nye historier/temaer til platformen
- Efterår: lancering af de nye historier/temaer
- Evaluering

Fase 3, 2017

- Forår: udvikling af min. 3 nye historier/temaer til platformen
- Efterår: lancering af de nye historier/temaer

Foreløbigt delbudget, "Kulturarv i undervisningen".

| År | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Indtægter | | | | |
| RM | 475.000 | 175.000 | 175.000 | 825.000 |
| EU | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fonde | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Indtægter i alt | 475.000 | 175.000 | 175.000 | 825.000 |

Derudover bidrager museerne med finansiering i form af museumsmedarbejderes arbejdstid.

| Udgifter | 2015 | 2016 | 2017 | I alt |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Konsulentbistand | 70.000 | 0 | 0 | 70.000 |
| Materialer | 100.000 | 25.000 | 0 | 220.000 |
| Indholdsproduktion | 95.000 | 0 | 0 | 600.000 |
| Workshop, brugertest mv. | 30.000 | 30.000 | 50.000 | 110.000 |
| Transport | 5.000 | 5.000 | 0 | 10.000 |
| Projektledelse | 50.000 | 50.000 | 20.000 | 120.000 |
| Fundraising | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Netværk | 50.000 | 20.000 | 40.000 | 110.000 |
| Videndeling | 50.000 | 30.000 | 30.000 | 110.000 |
| Administration | 25.000 | 15.000 | 35.000 | 75.000 |
| Udg. I alt. | 475.000 | 175.000 | 175.000 | 1.425.000 |

Kommentar [L1]: