

STRATEGIPLAN 2017–2020 DESIGN SKAL DELES



**DESIGN
MUSEUM
DANMARK**

“Danmark er et designsamfund. Ikke i kraft af et nationalt, geografisk særkende, men som et DNA, der har sat Danmark på verdenskortet siden det 20. århundrede. Vi har et stærkt vindue i disse år. På Designmuseum Danmark sætter vi igen og igen nye publikumsrekorder. Vi ønsker at bidrage til at holde dansk design levende og sikre, at verden har et opdateret billede af designs mange værdier. Vores ønske er at brande Danmark som designdestination. At inspirere gennem design”.

DESIGNMUSEUM DANMARK 2017-2020

VI INSPIRERER GENNEM DESIGN

Strategiplan 2017-2020 udstikker de indsatser, der frem mod 2020 skal styrke vores rolle som hele Danmarks Designmuseum, åbent for verden. Designmuseum Danmark oplever en markant vækst i besøgende og interesse i disse år. Det giver os lysten og platformen til at gøre det endnu bedre, for endnu flere. Strategien er et led i udviklingen og åbningen af vores fantastiske museum.

Museet er skabt til at inspirere og dele viden. Design står i dag centralt i mødet med Danmark. Design er dybt forankret i vores kultur og præger vores samfundsudvikling - fra hospitaler, børnehaver og lufthavne til håndværket, skoleskemaet og idemotoren hos virksomheder på vej frem. Vores designsamfund og -tradition adskiller os fra resten af verden. Men design er også de genstande, systemer og rammer, der kobler os sammen med verden, den internationale udvikling og med hinanden. På Designmuseum Danmark er det vores opgave at samle designfeltet og vise, hvilken forskel design gør. Vi blev grundlagt som kunstindustrimuseum i 1890, og vores rolle og formidling til samtiden hviler på en lang tradition.

Strategiplan 2017-2020: Vi ønsker med strategien at forme de bedste rammer for berigende oplevelser. Vi har i mere end 125 år haft som opgave at samle mennesker om godt design og innovativ formgivning. Vi har samlingerne, arkiverne og forskningen, der viser den danske designudvikling i internationalt perspektiv, og vi ønsker med strategi 2020 at række ud til et endnu bredere publikum, fordi vi tror på, at alle kan inspireres af fortiden for at tage del i udformning af fremtiden.

Vi er sat i verden som inspirator for publikum, industrien, den brede designbranche, uddannelserne og alle borgere, hvis liv berøres af en designet verden. Vi ønsker at antænde kreative og professionelle indsigter igennem design. Design er over alt, for alle og vedrører os alle. Med en unik placering i midten af Københavns historiske centrum, mellem turistmagneter, havnebade, virksomheder og gallerier ønsker vi at skabe et levende arbejdsarkiv og indgang til designdestination Danmark.

Anne-Louise Sommer

Museumsdirektør og adj. professor

VISION

Vi ønsker at skabe et internationalt førende designmuseum, hvor vi formidler fortællingen om Danmark som designsamfund og designs værdiskabende potentialer.

MISSION

Vi er med arkiver, bibliotek og samlinger hele Danmarks designhukommelse, der inspirerer, når fremtidens design skal skabes. Vi er både for dem, der arbejder professionelt med design, og alle hvis liv dagligt formes af design og godt håndværk.

**VI
SION
MIS
SION**

DE SICN SKAL DE LES

VORES TILGANG: DESIGN SKAL DELES

Designmuseet sætter mennesker i centrum. Vi ønsker at skabe et åbent mødested for industrien, designbranchen i hele sin bredde, uddannelserne og et mangfoldigt dansk og internationalt publikum.

Vi forener kunst, industri og videnskab og ønsker at engagere alle i at udfolde designarens potentiale for at løse fremtidens små og store udfordringer.

Vi vil opnå dette gennem sammenhængende, overraskende og engagerende fortællinger i øjenhøjde, fordi vi tror på læring og møder, der inkluderer alle, og fordi vi mener, at godt design ikke er en luksus for de få, men skaber et bedre liv for alle.

Design står centralt i formgivningen af Danmark og dansk kultur – og skal forstås i sammenhæng med værdier som demokrati, socialt engagement, højt vidensniveau, håndværk, tradition, brugeromsorg, kvalitet, funktionalitet, intelligente løsninger og bæredygtighed, der har formet Danmark som designsamfund.

FOKUS 2017-2020

Vi vil i perioden sætte særligt fagligt fokus på: **ikoner, proces og håndværk**. Det vil vores mange brugere bl.a. opleve i flere temabaserede udstillinger frem mod 2020, hvor design udfoldes på mange skalatrin. De tre faglige satsningsområder understøttes i alle aktiviteter, der frem mod 2020 skal bidrage til at:

- styrke kendskabet til og engagementet i Designmuseum Danmark
- udbrede fortællingerne om og glæden over dansk design
- styrke oplevelsen hos alle, der besøger, møder og tager del i museet og Danmark som designsamfund
- vise at design er værdiskabende og kan bidrage til en bedre fremtid for flest mulig

BYGNINGSUDVIKLING SOM SÆRLIG SATSNING

Fokus på mennesket, brugerne og publikum samt de rammer, som vores udstillinger og aktiviteter udfolder sig i, er afgørende for det designmuseum, vi ønsker at være i 2020. Vi har derfor i hele perioden et helt særligt fokus på at videreudvikle vores fysiske rammer, så de understøtter vores vision og mission bedst muligt. Vores smukke fredede museumsbygning fra 1750'erne er en teknisk kompliceret ramme, når vi skal imødekomme den markante vækst i besøgstal og interesse. Vi vil derfor arbejde på at åbne rammerne, samlingerne og designet endnu mere op gennem udvikling af vores bygninger, der skal bringes ind i det 21. århundrede med respekt for Frederiksstadens arkitektoniske kvaliteter.

ORGANISATION

Design skal deles. Vi ønsker i samme ånd at arbejde mest muligt som en netværksorganisation. Det betyder, at vi samarbejder ud af huset med organisationer og aktører over hele verden, mens vi inden for egne rammer vil samarbejde og samskabe på tværs.

Designmuseet skal være en attraktiv, samskabende arbejdsplads, hvor vi i fællesskab og på inddragende vis vil bevidstgøre verden om de 'kronjuveler' i dansk design-, kultur- og erhvervshistorie, som museet rummer.

Frem mod 2020 vil vi arbejde med mentalt åbne kontorer i en tværorganisatorisk projektmodel.

Målet er at skabe en åben og transparent samarbejdsform, hvor vi alle deler og bidrager til museets vision og mission. Og dernæst sikre, at vi altid har de rette kompetencer til stede i vores publikums-, museums-, formidlings-, forsknings- og forretningsaktiviteter.

OM STRATEGIEN

Strategien er blevet til i tæt dialog mellem museets repræsentantskab, bestyrelse, ledelse, medarbejdere og eksterne interessenter. Strategien er udviklet gennem workshops, møder, inspirationsture og fællesmøder.



HANDLINGSPLAN: STRATEGIINDSATSER 2017-2020

Vi vil udfolde strategien i en række indsatsområder, som vi arbejder særligt på frem mod 2020:

1. SKÆRPE MUSEETS BRANDPROFIL

- A. Kommunikationsstrategi: Øge synligheden og arbejde målrettet med budskaber, målgrupper og aktiviteter inden for de tre satsningsområder: håndværk, proces og ikoner.
- B. Events: Videreudvikle museets akut-respons på aktuelle temaer og debatter i samtiden. Nye eventformater udvikles og eksisterende fintunes inden for aktuelle udstillinger, forskning og fokusområder. Nye eksterne eventsamarbejder etableres.
- C. Turismefokus: Fortsat understøtte og fastholde turismefokus og øge samarbejde med andre udstillings-, design- og turismeaktører fx WoCo og Design Destination Denmark.
- D. Styrke visuel profil: Ny visuel identitet lanceres og implementeres på alle platforme og kanaler.
- E. Engagement: Inddrage analyser, brugere og interessenter i udvikling af nye idéer og koncepter.

2. FOKUS PÅ BRUGERREJSEN

- A. Digital udviklingsplan: Styrke det digitale møde med museet inden for kommunikation, PR, formidling, undervisning, bibliotek, butik, billet mv., så digitaliseringen understøtter brugeroplevelsen 360 grader.
- B. Kundeflow og service: Før, under og efter besøget skal museet skal være en helhedsoplevelse i et univers, der er attraktivt både at genbesøge og at anbefale til andre.
- C. Involvering: Arbejde med loyalitetskoncepter som årskort, ambassadørkorps og virksomhedssamarbejder, der skaber involvering og engagement i museet.
- D. Forretning: Skærpe butikkens profil, produktlinje og formidlingsmæssige potentiale samt styrke samarbejdet med designere, leverandører og andre salgskanaler via fx webshop, popup, partnerskaber, nye upcoming designere mv.

3. KVALIFICERE DESIGNFORSTÅ- ELSE OG SÆTTE FOKUS PÅ DESIGN- HISTORIER OG FORTÆLLINGER

- A. Udstillinger: Der arbejdes i perioden med fokusområderne proces, håndværk og ikoner. Det sker i permanente og semipermanente udstillinger samt i særudstillinger.
- B. Forskning: Styrke museets forskning og museet som et af omdrejningspunkterne i dansk designforskning.
- C. Undervisning og læring: Styrke kendskabet til designværkstedet særligt tilbud af kreativ læring udviklet til alle alderstrin: Fra den åbne designskole til workshops og helt nye outreach-initiativer som fx workshops for flygtninge.
- D. Skoletjenesten: Etablere nye samarbejder, så museet bliver attraktiv leverandør af lærerkurser, forløb og tools, målrettet skoler og uddannelser på flere trin. Vi klæder undervisere, børn og elever på til at arbejde legende og lærende med håndværk og design.

4. VIDERE- UDVIKLE SAMLING OG MAGASINER

- A. Indsamling: Indsamlingen følger overordnet forskningen, udstillingerne og satsningsområderne: ikoner, processer og håndværk.
- B. Online samling: Opgradere museets digitale tilstedevær og platforme, herunder registreringsplatformen SARA og udvikle nye veje til at formidle museet visuelle billedmateriale.
- C. Magasiner og bibliotek: Store dele af museets magasiner nyorganiseres i perioden.
- D. Fokus på sikkerhed og sikring: Optimere rammerne, så vores udstillinger og samlinger opleves og opbevares under optimale betingelser.

5. SKABE SAMMENHÆNG PÅ TVÆRS – KVALITET, ORGANISERING OG FORRETNING

- A. Bygningsudvikling: Videreudvikle et åbent og levende designmuseum med tilgængelige samlinger, arkiver, bibliotek, designværksted og opholdszoner. Museet skal invitere til dialog og vidensudveksling på mange niveauer og platforme.
- B. Arbejde målrettet med service og sikkerhed som fundament for den gode museumsoplevelse.
- C. Afdække og etablere nye eksterne samarbejder med uddannelserne, forskningsnetværk, nye turismesatsninger mv.
- D. Understøtte gennemslagskraften af museets værdier: Vi vil være kendt som et inkluderende sted, hvor alle medarbejdere åbent deler ideer og værdier. Vi vil styrke museet som udviklings- og samarbejdsorganisation og samarbejdet på tværs af afdelinger og fagligheder.
- E. Forny vores rygrad af økonomi, IT, teknik og forretningsgang, der fremmer effektiv administration.

Designmuseum Danmark
Strategiplan 2017-2020
Design skal deles

Grafik tilrettelæggelse: Urgent.Agency
Trykt hos: Rosendahls
Skrifttype: Flexibility (Beta version)
Papir: Multi Offset 250/170 gr.
Designmuseum Danmark
Bredgade 68 / 1260 København K
Telefon 33 18 56 56
info@designmuseum.dk
CVR 55798516
www.designmuseum.dk

