

Vision 2026

Museum Odense er byens museum og kendt som en aktiv og visionær kulturinstitution, der driver de fire stærke museumsbrands:

H.C. Andersens Hus

Den Fynske Landsby

Møntergården

Carl Nielsen Museet

Museum Odense spiller en væsentlig rolle i at forme, spejle og udfordre Odenses identitet og til at give historisk perspektiv på den tid, vi lever i. Museum Odense medvirker til at udvikle Odense til en af landets førende kulturbyer og understøtter dermed bosætning, erhvervsudvikling og turisme. Museum Odense er odenseanernes museum og lægger samtidig særlig vægt på at være børnenes museum.

Museum Odense er et økonomisk solidt museum, der har udviklet forretningsdelen og er kendt for høj kvalitet i løsningen af museumsopgaverne, for vedholdende indsats for bæredygtighed og for at være en attraktiv arbejdsplads med højt til loftet.

Strategi 2022-2026

Fire brands

Museum Odense skal styrke de fire brands, H.C. Andersens Hus, Den Fynske Landsby, Møntergården og Carl Nielsen Museet, så de hver for sig står klart og tydeligt som egne, selvstændige brands. De fire brands skal udvikles med udgangspunkt i hver sin stærke og klare grundfortælling.

Bæredygtighed

Klimaforandringer og overforbrug af ressourcer er alles problem. Museum Odense skal klart tage sit ansvar på sig gennem certificering og ved egne tiltag sætte et markant aftryk i retning af bæredygtighed på alle områder, hvor det er muligt. I Den Fynske Landsby sætter museet bæredygtighed i centrum af formidlingen.

Konsolidering

Egenkapital gør museet mere robust, og et museum har behov for udviklingsmidler. Museum Odense skal opbygge en passende egenkapital og skabe et økonomisk råderum, der tillader investeringer på et niveau, der matcher museets ambitioner og omsætning. Museet skal udvikle forretningsdelen af museumsdriften for at styrke museets tilbud og aktiviteter.

Gæsten i centrum

Museum Odense skal sikre, at alle uanset alder føler sig velkomne og inkluderede og møder høj service på de seks museer. Det personlige, positive møde skal stå stærkt i gæstens samlede museumsoplevelse fra start til slut.

Dannelse er demokrati

Museum Odense skal skabe varige indtryk og eftertanke hos museets gæster, uanset om de er unge eller gamle. Historisk viden og nysgerrighed er grundpiller i en aktiv og levende demokratisk samtale. Begge dele er fundamentet under Museum Odense – dele, som vi er stolte af og vedvarende dyrker og styrker.

H.C. Andersens Hus

En rejse ind i den verdensberømte digters eventyrlige univers, liv og værker. Arkitektur i verdensklasse. En international attraktion.

De strategiske valg er at

- Skabe relevante aktiviteter, der læner sig op ad H.C. Andersens Hus' placering midt i Odense.
- Styrke den faglige formidling af H.C. Andersen gennem udgivelser om hans billedkunst og skrivekunst, museets samlinger og udstillinger -nes tematikker og undervisningsmateriale med udgangspunkt i 'den andersenske metode'.
- Indlede og styrke samarbejder med relevante partnere lokalt, nationalt og internationalt – bl.a. inden for litteratur.
- Løbende udvikle og fortsat sikre stor synlighed omkring børneuniverset og Ville Vau som et af Danmarks bedste museumstilbud til børn og unge.
- Anvende brugerundersøgelser for at få indsigt i vaner og adfærd for at forbedre brugeroplevelsen og udvikle indhold.
- Sætte fokus på H.C. Andersenbrandets potentiale med vægt på kvalitet og respekt for H.C. Andersen og styrke forretningsudviklingen.

Den Fynske Landsby

Fællesskab, bæredygtighed og økologi med dagsaktuelt fokus og et historisk perspektiv på klima og verdensmål.

De strategiske valg er at

- Udvikle Den Fynske Landsby med fokus, der sætter bæredygtighed i historisk perspektiv på en nutidig og relevant måde.
- Udarbejde og virkeliggøre en helhedsplan for Den Fynske Landsby i henhold til visionen.
- Gennemføre målrettede publikumsundersøgelser for at styrke markedsføring af DFL og styrke landsbyen på sociale medier.
- Skabe kontakter og indgå i samarbejder med relevante danske og udenlandske frilandsmuseer og andre samarbejdspartnere og inddrage borgere i udviklingen af landsbyen.
- Skabe nye formater, aktiviteter og udstillingsgreb med tydelig nutidsrelevans og opbygge fællesskab om landsbyens udvikling.

Møntergården

Bynært mødested for viden, oplevelser og kreativitet midt i et autentisk byhistorisk miljø. Et levende og aktivt museum med fokus på byen i fortid, nutid og fremtid.

De strategiske valg er at

- Udvikle en samlet plan for en ny type bymuseum med fokus på gæsteoplevelsen.
- Afprøve nye, midlertidige formater, der skaber synlighed, involvering og højt aktivitetsniveau.
- Styrke markedsføring af Møntergårdens nye profil og opbygge fællesskaber via sociale medier.
- Gennemføre aktiviteter, der skaber sammenhæng mellem Møntergården og byrummet.
- Indgå i samarbejder med aktører i byen og andre relevante samarbejdspartnere og involvere borgere og interessenter i udvikling af aktiviteter.

Carl Nielsen Museet

Et internationalt, sanseligt og nytænkende museum, der formidler den verdensberømte komponist Carl Nielsens liv og i særlig grad hans mangfoldige værk – musikken.

De strategiske valg er at

- Åbne det nye Carl Nielsen Museet i forsommeren 2023.
- Opdele sæsonen i to perioder: Højsæson med fokus på turister, lavsæson med fokus på byens borgere, undervisning og samarbejde.
- Styrke samarbejdet med relevante parter som Odense Symfoni-orkester og Danmarks Radio m.fl.
- Skabe en naturlig sammenhæng til besøg i Carl Nielsens Barndomshjem og vandrerruten Carls Camino.
- Udnytte potentialet i at eksponere Anne Marie Carl-Nielsens værker i regi af Museum Odense.