

Formidlingsplan

2025 - 2029

Varanger museum IKS



Dansekurs for barn med Astrid Serine Hoel og Trygve Beddari på museet i Vadsø.

Foto: Lisbeth R. Dragnes/ Vadsø museum

Innhold

1. Innledning.....	3
2. Mål.....	5
3. Hvordan oppnå målene	7
4. Status.....	8
4.1 Mål for planperioden.....	9
5. Formidlingssamarbeid mellom avdelingene	11
6. Målgrupper.....	12
7. Formidlingsarenaer	13
7.1 Lokaler	13
7.2 Andre arenaer	13
7.3 Hjemmeside og sosiale medier	13
7.4 Digital tilgjengeliggjøring og digital formidling	14
7.5 Mediestrategi	15
8. Lokale samarbeidspartnere.....	15
9. DKS.....	16
10. Priser og åpningstider.....	16
10.1 Pris	16
10.2 Åpningstider	17

1. Innledning

Varanger museum er et interkommunalt selskap eid av de tre kommunene Sør-Varanger, Vadsø og Vardø. Selskapets formål er å drive innsamling, bevaring, forskning og formidling av kulturhistorien i Varanger, og ha ansvar for drift og forvaltning av de samlinger og anlegg som er konsolidert i selskapet.

Varanger museum skal bidra til at de deltagende kommunene får et godt museumstilbud med avdelinger i alle eierkommunene.

Museet har per 2025 to helårsåpne anlegg, flere sesongåpne anlegg og forvalter 54 kulturhistoriske bygg, alle på rot. Vi er en kompetansebedrift med spesielt fokus på grensehistorie, kvensk/norskfinsk og samisk kultur og historie, samt partisanhistorie, pomorhistorie og Varangers øvrige historie og kultur.

Varanger museum rapporterer til Kultur- og likestillingsdepartementet på områdene forskning, formidling, forvaltning og fornying og følger hovedmålene i Meld. St. 23 (2020–2021) *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid: Solid kunnskapsproduksjon, relevant formidling, helhetlig samlingsutvikling, trygg ivaretagelse og aktiv samhandling*.

Varanger museum samarbeider med relevante faglige og frivillige organisasjoner.

Varanger museum er medlem av Norges museumsforbund og følger ICOMs museumsetiske regelverk i vårt arbeid.

Dette dokumentet beskriver Varanger museums plan og strategi for formidling i perioden 2025–2029. Planen er en del av museets samlede virksomhet og revideres parallelt med øvrige planer. Den bygger på nasjonale føringer for museumsfaglige satsingsområder og skal bidra til at vi oppfyller vårt samfunnsoppdrag.

Museet skal nå ut til publikum med kunnskap og opplevelser, og være tilgjengelig for alle. Det krever målrettet tilrettelegging for ulike grupper og en aktuell formidling som fremmer kritisk refleksjon og innsikt. Formidlingen skal romme både lavterskeltilbud og mer fagspesifikke formidlingsopplegg. Vi skal ikke bare formidle historie, men også dokumentere og belyse vår samtid.

Mange stiller krav og har forventninger til museets formidling. Vår oppgave er å levere høy kvalitet innenfor de rammebetingelser og ressurser vi har til rådighet.

Som samfunnsaktør ønsker vi å:

- være en sterk kulturformidler i Norges nordøstligste hjørne
- ivareta vår faglige uavhengighet og bidra med et kritisk blikk
- belyse historien på nye måter og sette kjente temaer inn i nye sammenhenger
- rette oppmerksomhet mot aktuelle saker i Varangerregionen
- tilby relevante utstillinger på tvers av fagområder



Aktivitet i forbindelse med 6.feb, Samenes nasjonaldag. Foto: Silja Andersen/ Grenselandmuseet

2. Mål

Strategiplanen for Varanger Museum ble vedtatt av styret i 2024. I planen fastsetter styret mål og prioriteringer for formidlingsarbeidet i perioden 2024–2034:

«Varanger Museums mål for formidling er å møte publikum med kunnskapsbasert viten om Varanger.

Prioriteringer:

- *Sikre inkluderende og relevant formidling som tar høyde for Varangers flerkulturelle historie. Formidlingen skal være synlig i samfunnet lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt.*
- *Ha oppdaterte og engasjerende utstillinger ved alle avdelingene.*
- *Prioritere tilrettelagte opplegg og arrangementer for barn og unge.»*

Vi vil skape engasjement og eierskap til vår felles kulturarv ved å formidle hvordan Varanger er forbundet med verden, både gjennom store historiske hendelser og hverdagsliv. Vi skal løfte frem Varangers mangfoldige og flerkulturelle historie, og alltid sette fortiden i sammenheng med nåtiden for å styrke forståelsen av dagens samfunn og de prosessene som former regionen.

Museet skal aktivt bidra i forsoningsarbeidet etter Sannhets- og forsoningskommisjonens rapport, og fremme kunnskap om urfolk og nasjonale minoriteter. Vi vil gi plass til flere stemmer og innenfraperspektiver, og være bevisste på å utfordre det tradisjonelle majoritetsperspektivet som tidligere har dominert. Dette er viktig for å motvirke rasisme og fremme toleranse, og et ansvar vi deler med skoler, forskningsmiljøer, myndigheter og samfunnet som helhet.

Som samfunnsinstitusjon skal vi være en troverdig kilde til kunnskap og bidra til å bekjempe desinformasjon, styrke identitet og fellesskap og dermed være en ressurs i den sivile beredskapen i en tid preget av uro og usikkerhet. Vi skal speile mangfoldet i samfunnet vi er en del av, og fremme dialog, refleksjon og kritisk tenkning.

Gjennom hele vår virksomhet skal vi bidra til å realisere FNs bærekraftsmål i *Agenda 2030* – en felles innsats for å utrydde fattigdom, redusere ulikhet og håndtere klimautfordringene. Bærekraft skal være et gjennomgående fokus i både formidling, drift og samarbeid.

Vi skal utfordre, overraske og gi publikum nye innfallsvinkler ved å trekke de store historiske linjene og sette dem inn i en aktuell kontekst. Vi skal synliggjøre at historie alltid er tolkning, oppmuntre til refleksjon og kildekritikk, og ikke unngå ubehagelige tema som fornuftspolitikk eller traumatiske kulturminner. Samtidig skal vi unngå et ensidig problemfokus.

Museet skal være en aktuell og relevant arena for lokalbefolkningen og et naturlig stoppested for turister. Vi skal ha et bredt og tilpasset tilbud til barnehager og skoler, blant annet gjennom Den kulturelle skolesekken, og være synlige både i media og på digitale plattformer. Vi vil jobbe for å nå flere barn og unge, skape gode opplevelser, utvikle nye utstillinger og bruke samlingene aktivt.

Gjennom alt dette ønsker vi å bidra til identitetsbygging, sosial bevissthet og engasjement hos både unge og voksne. Vi skal styrke forståelsen av lokale identitetsmarkører, og gjøre folk stolte av å være en del av Varangers mangfoldige historie og samfunn.



Klart for paradestart fra Vadsø museum-Ruija kvnemuseum under Vadsø pride 2025.

Foto: Tove Kristiansen/ Vadsø museum

3. Hvordan oppnå målene

- Arbeide med utstillinger som trenger oppdatering/fornyelse.
- Utvikle nye utstillinger.
- Foredrag og omvisninger.
- Ha god kontakt og dialog med skoler, barnehager og SFO, og et godt tilbud til disse.
- Videreføre tilbud innen Den kulturelle skolesekken og Den kulturelle spaserstokken.
- Ha faste arrangementer gjennom året, tilpasset hver avdelings årshjul, der vi formidler eget stoff eller inviterer andre til å formidle relevante tema.
- samarbeide med relevante faglige og frivillige organisasjoner
- Samarbeide med turistnæringen og lokalt reiseliv om tilbud til turister.
- Deltakelse i museumsnettverk.
- Utvikle prosjekter for alle tre avdelinger rundt fellestemaer.
- Bidra i publikasjoner og utvikle felles publikasjoner fra Varanger museum.
- Være faglig oppdatert.
- Være i dialog med publikum.
- Alle ansatte har ansvar for å formidle egen kunnskap.
- Tilgjengeliggjøring av samlingene for publikum.
- Bruke hele bredden av samlingene aktivt i formidlingen.
- Styrke vår markedsføring med tilførsel av økonomiske midler og faglig kompetanse.
- Sikre at våre tilbud når publikum uavhengig av deres ressurser og sosioøkonomisk status, med tilrettelegging og tilgjengeliggjøring for alle grupper, jmf. bærekraftmålet om utjevning av sosial ulikhet og ICOMs etiske retningslinjer.



(venstre) Fotokafe på Vardø museum med formidler Maria Skrydstrup og Registrator Odd Erik Sandbakken på åpningen. Foto: Vardø museum.

(høyre) Prosjektmedarbeider Paul Sigmund Hansen sorterer fot til scanning etter fotokafe i Krmapenes. Foto: Lisbeth R. Dragnes/ Vadsø museum

4. Status

Varanger museum hadde 78 054 besøkende i 2024, hvorav 14,7 % var betalende gjester. Av disse sto avdelingen i Sør-Varanger for 76,5 % av de betalende besøkene. Vardø-avdelingen rapporterte det høyeste totale besøkstallet fordi museet viderefører praksisen med å inkludere et estimert antall besøkende til Steilneset minneste – som museet har formidlingsansvar for – i statistikken. Av det samlede besøkstallet var 70 141 enkeltbesøk, mens 7 913 (10 %) kom i grupper.

Museet hadde i 2024 et tilbud på i alt 130 åpne arrangementer, av disse var 82 i Sør-Varanger, 35 i Vadsø og 13 i Vardø. Blant arrangementene var det 13 konserter og 3 fremføringer av teater/skuespill.

I 2024 produserte museet pedagogiske opplegg for 2609 barn og unge, herav 1364 i Vadsø, 187 i Vardø og 1058 i Sør-Varanger.

4.1 Mål for planperioden

Besøkstall

I 2024 hadde museet et høyt samlet besøkstall. Antall besøket ved Grenselandmuseet i Kirkenes har gradvis økt etter pandemien og er nå tilbake på 2019-nivå. Grenselandmuseet er helårsåpent, bemannet av museets egne ansatte, og har flest besøkende og betalende gjester i hele Varanger Museum.

Vadsø Museum fikk et nytt helårsanlegg i forrige planperiode, og Ruija Kvenmuseum åpnet for publikum i august 2021. Kvenmuseet opplevde stor pågang i 2021 – 2022, men en liten nedgang i 2023. I 2024 viser besøkstallene i Vadsø igjen en positiv utvikling, og museet vil arbeide for at denne trenden fortsetter i planperioden.

Statistisk sett bidrar Vardø Museum med det høyeste antallet registrerte besøkende, ettersom museet rapporterer et estimat på 40 000 besøkende til det ubemannede Steilneset minnested. I våre måltall har vi ikke lagt inn noen forventet økning i det samlede besøkstallet for Vardø Museum. Dette skyldes at flere forhold i Vardø fortsatt er under avklaring og utvikling. Museet mistet blant annet tilgangen til formidlingsarenaen Pomormuseet i 2024. Siden 2023 har avdelingen arbeidet med å utvikle en ny arena, Vardø Gammelskole. Metoden for å estimere besøkstallene på Steilneset må også kvalitetssikres og eventuelt revideres. Målet for Vardø Museum er derfor å opprettholde det høye totale besøkstallet i årene som kommer, samtidig som vi øker andelen betalende gjester.



Vardø museum- Gammelskolen. Foto: Berit Nilsen/ Varanger museum.

Utvikling i antall besøkende

TALL OG MÅLTALL BESØKENDE 2024-2029	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Sør-Varanger	29262	30 000	30 500	31 000	31 500	32 000
Vadsø	7695	8000	8500	9000	9500	10 000
Vardø	41097	41097	41097	41097	41097	41097
SUM	78054	79097	79597	80097	80597	81097

Utvikling i betalende gjester

TALL OG MÅLTALL BETALENDE BESØKENDE 2024-2024	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Sør-Varanger	8797	9000	9200	9400	9600	9800
Vadsø	2698	2800	3000	3200	3400	3600
Vardø	0	200	400	600	800	1000
SUM	11495	12000	12600	13200	13800	14400

Arrangementer og pedagogiske opplegg:

Våre museer hadde et høyt aktivitetsnivå i 2024. I planperioden vil vi arbeide for å videreføre og styrke de gode tilbudene. Målet er å tilby et bredt spekter av arrangementer til et mangfoldig publikum. Museene våre arrangerer og/eller er vertskap for lavterskeltilbud som håndarbeidskafeer, familiedager og filmvisninger, og fungerer samtidig som arenaer for lansering og debatt om ny forskning.

I Varanger Museums strategiplan 2024–2034 er ett av formidlingsmålene å «prioritere tilrettelagte opplegg og arrangementer for barn og unge». Alle avdelinger arbeider aktivt

med å gi barn og unge gode læringsopplevelser – både gjennom samarbeid med skoleverket og for dem som besøker museene alene eller sammen med foresatte. Museet tilbyr også årlige DKS-opplegg (Den kulturelle skolesekken).



Sommeraktivitet for barn utenfor Grenselandmuseet. Foto: Silja Andersen/Grenselandmuseet

5. Formidlingssamarbeid mellom avdelingene

Avdelingene skal samarbeide om:

- Å utvikle vår felles hjemmeside.
- Brosjyrer.
- Utvikling av utstillinger som vises på alle avdelinger.
- Utvikle formidlingsopplegg til mulige felles utstillinger.
- Ta inn vandreutstillinger som vises på alle avdelinger.
- Koordinerte opplegg/arrangementer, for eksempel Kulturminnedagene.
- Den kulturelle skolesekken – se på muligheten for samarbeid om tilbud.
- Kompetansedeling gjennom å oppdatere hverandre når vi har vært på kurs, konferanser og ellers fått nye impulser hver for oss.
- Formidlingsforum.
- Styrke basiskompetanse hos alle ansatte innen de ulike fokusområdene til Varanger museum.

- Heve kunnskapen om systemer museet bruker til registrering og gjenfinning, som f.eks. Primus og ASTA.
- Utvikle og samarbeide om arkivpedagogiske opplegg.
- Designmanual og felles profil.
- Felles markedsføring
- Videreutvikle felles nettbutikk for alle avdelinger

6. Målgrupper

Varanger museum skal nå ut til mange ulike målgrupper med sin formidling.

Satsningen på målgrupper vil variere med årstidene. I løpet av skoleåret er skoleklasser og barnehager prioriterte grupper, mens turismen er høyt prioritert i sommersesongen. Lokalbefolkningen er gjennom hele året en viktig målgruppe. Det er et mål å være synlig, aktuell og tilgjengelig for følgende hovedgrupper:

- Skoler, SFO og barnehager – både gjennom den kulturelle skolesekken og generelt.
- Lokalbefolkning - spesielt gjennom utstillinger og andre arrangementer.
- Turister og tilreisende
- Næringslivet – i form av utleie av lokale, kulturelle innslag, foredrag og lignende
- Grupper i lokalsamfunnet som eldre i institusjon, pensjonister, foreldre i permisjon, lag og foreninger, bosatte flyktninger.
- Studenter og forskere



Forsker Gyrid Øyen gjør klart til nytt formidlingsopplegg om Varangerfjorden for barneskolen med labyrinth og oppgaver. Foto: Lisbeth R. Dragnes/Vadsø museum

7. Formidlingsarenaer

7.1 Lokaler

Museets egne lokaler er en naturlig arena for formidling, vi disponerer også uteområder som er godt egnede formidlingsarenaer. Formidling strekker seg likevel ut over dette, i form av synlighet og tilstedeværelse på skoler og andre institusjoner, i det offentlige rom, og på internett og i andre medier. På denne måten vil man kunne nå ut til de som av ulike årsaker vanligvis ikke bruker museet.

Museet har mange ulike anlegg og bygninger som muliggjør mangfoldig formidling. Gjennom arrangementer der kan man øke kunnskapen og bevisstheten om museet hos lokalbefolkningen og samtidig gi et mer variert og interessant tilbud.

7.2 Andre arenaer

Utenfor museet kan formidling skje

- På skolene og andre institusjoner
- I aktuelle friluftsområder, kulturlandskap eller bymiljø
- Deltakelse på seminarer/konferanser
- Museets uteområder

7.3 Hjemmeside og sosiale medier

Varanger museum har en felles hjemmeside for alle tre avdelingene, hvor man både samarbeider om å legge ut informasjon om fellessaker og fra hver avdeling.

Hjemmesiden oppdateres jevnlig på norsk, men er en mer statisk side med generell informasjon på engelsk, finsk, tysk, russisk. I planperioden vil det bli jobbet med å forbedre og fornye hjemmesiden løsningen. Målet er å gjøre siden både mer oversiktlig for oss som redigerer den og mer brukervennlig for publikum, uansett om de besøker oss fysisk eller kun digitalt. Hjemmesiden skal ha universell utforming og tilby relevant informasjon til lokale innbyggere, turister, elever, lærere og andre faglig nysgjerrige. Samtidig ønsker vi at et stadig større antall av de som finner veien til nettsiden også blir faktiske museumsbesøkende.

For å sikre høy faglig standard kombinerer vi lettfattelige introduksjonstekster med fordypningsartikler, forslag til videre lesning og lenker til relevante kilder, slik at

nettsiden gradvis utvikler seg til en kunnskapsbase for studenter, skoleelever og andre interesserte.

Direktøren er ansvarlig redaktør. Formidlerne og flere administrative stillinger står for den daglige publiseringen, men er avhengige av kontinuerlige bidrag fra fagansatte og avdelingsledere når det gjelder nyhetssaker, forskningsstoff og bilde-materiale. For å sikre visuell kvalitet bruker vi profesjonell fotograf så langt budsjettet rekker; det er allerede gjennomført fotoseanser i alle avdelinger med tanke på nettsiden, sosiale medier og trykksaker som brosjyrer og postkort.

For å nå bredt ut bruker museet flere sosiale medier. På Facebook har vi både en overordnet IKS-side og egne avdelingssider; her deler vi nyheter, arrangementer og pressesaker. Instagram gir et løpende innblikk i hverdagen vår, mens YouTube-kanalen rommer lengre foredrag og korte formidlingsfilmer. Vi eier og oppdaterer Google Business-oppføringene våre for å sikre korrekt praktisk informasjon om åpningstider og tilbud, og vi bruker TripAdvisor for å holde kontakt med besøkende og svare på omtaler. Vi opprettet også profil på den kinesiskspråklige plattformen RedNote for å nå et nytt internasjonalt publikum. Twitter og podcast benyttes i varierende grad når formatet passer temaet, og et tydelig mål for hele perioden er å øke antall følgere og interaksjoner i de kanalene hver avdeling satser på.

Til slutt sørger vi for at eksterne informasjonskilder om museet – blant annet Wikipedia, Askeladden, TripAdvisor og Google – til enhver tid er oppdaterte. Slik bygger vi en solid digital tilstedeværelse der publikum finner pålitelig og inspirerende stoff om museet uansett hvor de begynner søket sitt, og vi legger grunnlaget for både flere nettbesøk og flere som finner veien til utstillingene våre fysisk.

7.4 Digital tilgjengeliggjøring og digital formidling

Varanger museum ønsker å drive formidling langt ut over museets fysiske rekkevidde, nå fram også til de som ikke oppsøker oss direkte, til nye målgrupper og på denne måten utvide vårt publikum.

Mens tilgjengeliggjøring handler om å gi tilgang til materialet og gjenstandene i museene, er formidling å aktivt tilpasse innhold, form, budskap, valg av kanaler med mer til definerte målgrupper.

Digital formidling handler om å være synlige på internett, som gjennom en interessant hjemmeside og aktiv deltakelse på sosiale medier.

Et konkret mål i planperioden er å få produsert korte, profesjonelle filmer som formidler bygninger, gjenstander, fotosamlinger og arkivmateriale til forskjellige målgrupper – alt fra nysgjerrige nettbrukere til studenter og spesialistmiljøer.

Filmene publiseres både via våre egne nettsider og i sosiale medier, og de blir fulgt opp med løpende publisering og kuratering av samlingene i DigitaltMuseum og Digitalarkivet, samt egne nettutstillinger som gir fordypning.

Museet skal også utrede muligheter for 3D-formidling av utvalgte gjenstander og utstillinger, inkludert visning av bygninger, slik at publikum kan oppleve detaljer som ellers er utilgjengelige. Samlet vil satsingen gjøre museet mer tilgjengelig, skape merverdi for skoler og forskningsmiljøer og gi et rikere, mer engasjerende digitalt tilbud til alle brukere.

7.5 Mediestrategi

Synlighet i media gjør flere oppmerksomme på den jobben museet gjør og bidrar til samfunnet. Museet skal utarbeide en mediestrategi som har som mål å øke vår synlighet i ulike medier. Behovet for kursing må vurderes for de som skal jobbe med dette.

8. Lokale samarbeidspartnere

- Samarbeid med eierkommunene og fylkeskommunen.
- Samarbeid med lag og foreninger som Fortidsminneforeningen, lokale historielag, lokale husflidslag, næringsforeninger m. fl.
- Samarbeid med skoler og bibliotek.
- Samarbeid med UH-sektor og andre forskningsinstitusjoner.
- Samarbeid med andre museer og kulturinstitusjoner.
- Samarbeid med lokalt reiseliv og andre private organisasjoner.

9. DKS

Den kulturelle skolesekken er en nasjonal satsing som skal bidra til at elever i skolen får møte profesjonell kunst og kultur. Varanger museum har som mål å gi et bredt og godt kulturarv-tilbud til skolene i den kulturelle skolesekken.

Dagens skoleopplegg i DKS inkluderer for alle avdelingene besøk i faste og temporære utstillinger med tilrettelagte omvisninger, besøk på museets ulike anlegg, og egne arrangementer som for eksempel den årlige Kvenuka i Vadsø. I Sør-Varanger ble DKS-tilbudet «Nybyggerliv på Bjørklund gård» etablert høsten 2013, som et fast årlig tilbud til femtetrinnet. I Vardø har man undervisningstilbud med gitte tema skolen kan velge i, samt baking og formingsaktiviteter knyttet til ulike årstider.

DKS er et område som er en fast del av avdelingenes årsplaner, som jobbes med og utvikles innenfor sine faglige innfallsvinkler. Alle avdelingene får et fast tilskudd fra DKS i forbindelse med faste opplegg.

Det er uavhengig av DKS gratis for alle skoleelever å bruke museet og alle skoleklasser som ønsker det har muligheten til å besøke museet. Det samme gjelder barnehager.

10. Priser og åpningstider

10.1 Pris

Inngangsbillettene er på ulike nivåer.

For våre to helårsåpne anlegg, Grenselandmuseet og Vadsø museum – Ruija kvenmuseum, gjelder følgende priser fra og med 1. januar 2026:

- Voksne kr 120,-
- Honnør/student/vernepliktig kr 100,-
- Barn under 16 år gratis
- Grupper på 10 personer eller mer kr 100,-
- Skoleklasser og barnehager gratis
- Årskort lokalt, med adgang til alle anleggene i samme kommune kr 150,-

Prisene for følgende anlegg revideres på avdelingsnivå: Vardø museum – Gammelskolen, Strand skoleinternat, Lassigården, Tuomainengården og Esbensengården.

Det er gratis adgang til

- Steilneset minnested
- Vadsøya kulturpark
- Utendørsinstallasjoner ved Grenselandmuseet og byutstillinger i Kirkenes sentrum

10.2 Åpningstider

Grenselandmuseet

Mandag-søndag kl. 09-15

20.06.-20.08. kl. 09-17

Vadsø museum - Ruija kvenmuseum, Grensen 1

Mandag-fredag og søndag kl. 10-15

Utvidet åpningstider i sommersesong

Vardø museum- Gammelskolen

Mandag- fredag kl.9-15

Tuomainengården og Esbensengården

Sommeråpent. Åpnes på forespørsel utenfor sommersesongen.

Strand internat

Sommeråpent. Åpnes på forespørsel utenfor sommersesongen.

Lassigården

Sommeråpent, under forutsetning av tilstrekkelig bemanning.

Labahågården:

Sommeråpent i samarbeid private aktører.

Kjeldsenbruket på Ekkerøy:

I løpet av planperioden skal vi arbeide for å etablere samarbeid med private aktører, slik at anlegget blir mer tilgjengelig.

Bjørklund gård:

Åpnes på forespørsel.

Steilneset

Åpent hele året, hele døgnet, ubetjent