

Langtidsplan for utstillingar og arrangement på arenaene 2023–28

Vedteke
2.12.2022

Visjon:

**Nynorsk for hovud og
hjarte til heile landet**

Hovudmål frå strategien

Me samarbeider med forskarar om meir forskingsbasert formidling

Tilbodet på arenaene, på turné og digitalt er godt tilpassa målgruppene

Me deltek i strategiske samarbeid med nasjonale og regionale aktørar for å styrkje nynorsk skriftkultur

Suksesskriterium frå strategien

Tal: Førstekompetente som har gitt råd om utstillingar, turnear og festivalar.

Tal: Barnehagebarn og skuleelevar per steg og per turne/arena.

Verdiar:

**Samlande
Kreativ
Påliteleg**

Samfunnsoppdrag:

**Me aukar kunnskapen
og medvitet om nynorsk
skriftkultur**

A Gjennomgang av prioriterte mål

Mål og suksesskriterium i strategi

Relevante mål og suksesskriterium står på framsida av dette dokumentet. Her er dei presisert og konkretisert som grunnlag for vidare oppfølging i denne strategien. Ein del mål og suksesskriterium er dekkja av fleire planar og strategiar.

Mål og suksesskriterium i strategi	Tilbodet på arena, turné og digitalt er godt tilpassa målgruppene	Vekst i tal på barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Presisering og konkretisering	NK skal vite korleis publikum opplever tilboda våre.	Gitt hovudmålgruppene (7-åringen og 16-åringen) prioriterer me 1.-4. steget, 10. trinn og vidaregåande opplæring for nye tilbod.
Prioritert tiltak	Involvere målgrupper i utvikling av nye tilbod. Publikumsundersøking knytt til prioriterte målgrupper til museumsgjester annakvart år og mottakarar av lokale DKS-tilbod kvart år.	Fornye, vurdere, betre eller skape nytt tilbod for 1.-4. steget og vidaregåande opplæring kvart år.

Eksterne krav og signal

Denne gjennomgangen er for å sikre at andre krav og signal enn dei prioriterte mål og suksesskriteria blir følgd opp.

Eksterne krav og signal	Museumsmeldinga/ tilskotsbrev	ICOMs museumsetiske retningslinjer	Regionale planar	Barne- og ungdomskultur-meldinga
Krav	Det er venta at musea sitt arbeid er tufta på samspel og aktiv dialog med brukarane. Skaparmangfald, dialog og inkludering er sentrale premisser for museumsformidlingsarbeidet i museumsmeldinga.	Museet pliktar å nå alle brukargrupper, aktivt samarbeide med lokalsamfunn, nabolag og samarbeidspartar for å engasjere publikum fysisk og digitalt.	Samskaping, brukarmedverknad og inkludering er vektlagt i alle dei relevante regionale planane.	Meir kulturtilbod på nynorsk for å sikre språklege rettar og språkpolitiske mål.
Signal	Det er eit særleg krav i meldinga til medverknad for barn og unge.		Telemark ønskjer at institusjonane arbeider for å nå nye målgrupper. Vestland ønskjer å styrkje samskaping og medverknad, og særleg for barn og ungdom.	Auka vekt på samskaping og medverknad.
Peikar til relevante dokument	Meld. St. 23 (2020–2021) Musea i samfunnet	ICOMs konkretiserte etiske retningslinjer	Møre og Romsdal Telemark Vestland	Meld. St. 18 (2020-2021) Oppleve, skape dele
Prioritert tiltak	Meir brukarmedverknad gjennom auka satsing på frivillige (også utanom festival).	Ingen særskilde tiltak.	(Lokale) DKS-produksjonar vert planlagde med medverknad.	Ingen særskilde tiltak.

Berekraftig drift av organisasjonen

Denne vurderinga vert gjort for å følgje opp det strategiske målet om å vurdere konsekvensar for klima/miljø, universell utforming, personell og økonomi i alle saker.

Berekraftig drift av organisasjonen	Klima og miljø	Universell utforming	Tid, kompetanse og arbeid	Økonomi
-------------------------------------	----------------	----------------------	---------------------------	---------

Utfordring	Utstillingsendringa i Ørsta kan føre til auka forbruk.	Utstillingane og omvisingane er lite tilgjengelege for dei som er teiknspråklege, engelskspråklege eller har syns- og høyrsvanskar.	Festivalarbeidet fører til stort arbeidspress og bruk av pluss-/ overtid, og det er også auka sjukemelding ved festivalgjennomføring. Skuleopplegg er arbeidskrevjande å utvikle, men mindre krevjande å halde.	Det manglar lokal finansiering av skule- og barnehagetilbod i Ørsta og Volda.
Prioritert tiltak	Gjenbruk skal vere hovudregel for materialbruk ved basisutstillinga i Ørsta.	Kjøpe inn og fylla opp med innhald tilpassa målgruppene for kvar av dei tre arenaene.	Avgrense festivalarbeidet i tid, tal arenaer og tal arrangement. Delegere delar av program og gjennomføring til forskning og samling. Gjennom samarbeid utvikle felles metodikk, rammeverk eller liknande for skuleopplegg som kan brukast på tvers av arenaene. Sikre god kompetansebygging og -utvikling for formidlarar – gjerne i samarbeid med kvarandre.	Friare avtale om finansiering av tilboda med Møre og Romsdal og Ørsta og Volda.

B Status og tiltak for fagområde

B-1 Skular og barnehagar

Skule- og barnehagegjester på arenaene 2020–2021. Aktivitetar andre stader eller i skular/ barnehagar er dekkja av vandreutstillingar- og turnéstatistikken.

Arena	2020	2021
Haugesenteret	75	61
Vinjesenteret	0	100
Aasentunet	887	2 227

Per august 2022 tilbyr me desse faste opplegga ved arenaene:

Arena	Barnehage	1.–4. steget	5.–7. steget	8.–10. steget	Vidaregåande opplæring
Haugesenteret	Tanke og draum	Tanke og draum	Tanke og draum	Ein tanke slo meg her om dagen	Ein tanke slo meg her om dagen
Vinjesenteret	Barnekunst-utstilling	Barnekunst-utstilling Ordspionen Lurivar	Les for livet - fluktrute	Ytringsfridom i journalistikk og diktning	22. juli i diktning og journalistikk
Aasentunet	Barnekunst-utstilling Omvising	Bli kjend med Ivar Aasen (3.) Omvising	Les for livet - fluktrute (.) Omvising	Skit eller kanel (10.) Omvising	Omvising

Fellestiltak			
	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Denne målgruppa er ikkje relevant i dette kapittelet.	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status		Nokre felles tilbod vi kan bruke på alle tre arenaer.	Ulikt på alle arenaer
Utfordring		Ulike modellar for lokal DKS	Finne ein felles metodikk for denne målgruppa
Prioritert tiltak		Eigen møtearena for formidlingssamarbeid Intern overføring/opplæring av modellar som fungerer for målgruppa Felles satsing på Lurivar og biletbokjubileet i 2023	Eigen møtearena for formidlingssamarbeid Utforme eigne opplegg i dialog med målgruppa

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Barnekunstutstillingar for 7-åringen Manglar slikt tilbod for 16-åringen	Tilpassing av nasjonale produksjonar, vidareutvikling av fagstoff i utstillinga og kompetansen til dei tilsette	Mållaget og Nynorsksenteret er ein felles samarbeidspartner på alle arenaer. På alle arenaer samarbeider vi med kommune, skular og barnehagar.
Utfordring	Vi kjenner ikkje målgruppene godt nok, særleg 16-åringen	Vi har ikkje tradisjon for å følgje formidlingsforskinga i Noreg eller internasjonalt.	Det er lokale variantar av alle organisasjonar, slik at dette er noko det er vanskeleg å gjere i fellesskap.
Prioritert tiltak	Utforme strukturerte måtar å involvere dei ulike målgruppene i utvikling og evaluering av tilbod.	Utvikle intern kompetanse på feltet meir systematisk, gjennom meir samarbeid på tvers av arenaene og gjennom leselister.	Større grad av erfaringsutveksling gjennom eigen møtearena for formidlingssamarbeid.

Bidrag til målekriterium	Vekst i tal på barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Haugesenteret har nedgang, både Vinjesenteret og Aasentunet er i vekst
Utfordring	Ulik grad av lokalt engasjement og tilknytning til arenaane frå skular og barnehagar. Litt ulik praksis for prisar for omvising og opplegg.
Prioritert tiltak	Utvikle felles tilbod. Samkøyre prisar og praksis kring dette på arenaane. Samarbeide og utveksle erfaring om kontakt med kommunar og lokalt DKS-tilbod.

Haugesenteret

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Ikkje relevant her.	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status		Tanke og draum	Ein tanke slo meg her om dagen
Utfordring		Få skulane til å nytta tilbodet	Innsal/tilby gratis transport
Prioritert tiltak		Tettare oppfølging mot skular/lærarar ev. invitera til presentasjon	Følgje opp kontakt med skular/lærarar parallelt med info på nynorsk.no

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Interaktive og deltakande tilbod	Brei erfaring og kompetanse, deling på tvers av avdelingar	Museumslosen og skular i regionen
Utfordring	Brukartilpassing under utvikling av opplegg	Fagleg oppdatering	Rektor og skuleleiing kan vera ein flaskehals
Prioritert tiltak	Samle og systematisera tilbakemeldingar for ev. justering/ending	Deltaking på relevante samlingar og kurs for formidlarar	Tydeleg og strukturert tilbod og kommunikasjon

Bidrag til målekriterium	Vekst i tal på barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Statistikken viser nedgang i besøkjande barnehagebarn og skuleelevar
Utfordring	Fange opp skilnad mellom besøk av barnehageborn og skuleelevar i statistikkføringa
Prioritert tiltak	Etablere system for fellestilltak, erfaringsdeling og oppfølging

Vinjesenteret, Vinjestoga og Midtbø

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Ikkje relevant her	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status		Fantasihaugen, Ordspionen Lurivar under utvikling	Ytringsfridom i diktning og journalistikk. 22. juli i diktning og journalistikk under utvikling
Utfordring		Vi har verken mykje tid eller personale til å utvikle formidlingsopplegga	

Prioritert tiltak		Betre samkøyring på tvers av dei tre arenaene, og utvikling av felles opplegg.	Betre samkøyring på tvers av dei tre arenaene, og utvikling av felles opplegg.
-------------------	--	--	--

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Fantasihagen for 7-åringen Manglar slikt tilbod for 16-åringen	Tilpassing av nasjonale produksjonar, vidareutvikling av fagstoff i utstillinga og kompetansen til dei tilsette	Vi har eit samarbeid med mållaget, folkeakademiet, biblioteket og skulane. Har ingen etablerte samarbeid med barnehagar.
Utfordring	Vi kjenner ikkje målgruppene godt nok, særleg 16-åringen	Vi har ikkje tradisjon for å følgje formidlingsforskinga i Noreg eller internasjonalt.	Vi er nyetablerte. Vi har store geografiske avstandar.
Prioritert tiltak	Utforme strukturerte måtar å involvere dei ulike målgruppene i utvikling og evaluering av tilbod.	Utvikle intern kompetanse på feltet meir systematisk, gjennom meir samarbeid på tvers av arenaene og gjennom leselister.	Etablere faste samarbeidsprosjekt med lokale aktørar, slik at dei veit kva dei kan forvente av oss.

Bidrag til målekriterium	Vekst i tal på barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Vi er i vekst
Utfordring	Vi kjem til å miste nyhendeverdien
Prioritert tiltak	Etablere faste tilbod som gjer det lett for barnehagar og skular å kome attende til oss.

Aasantunet og Gamlemuseet

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Ikkje relevant her	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status		Bli kjend med Ivar Aasen er i første rekke retta mot 3. klasse (7- og 8-åringen) Omvising og skuleopplegg	Manglar målretta tilbod til 16-åringen utover vanleg lokal DKS for 10.trinn, standard omvising og skuleopplegg.
Utfordring		Får lite besøk av skular/denne målgruppa utanom lokal DKS	Får lite besøk av skular/denne målgruppa utanom lokal DKS
Prioritert tiltak		Årleg invitasjon til skular i regionen. Minst eit prosjekt med målgruppa involvert som medskaparar i perioden.	Årleg invitasjon/tilbod til relevante skular i regionen. Vurdere revidering av Rekvisittar for eit liv, eller nye tilbod i samarbeid med andre arenaer.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
--	--------------------------	-------------------	-----------

Status	Interaktive og deltakande tilbod Bli kjend med Ivar Aasen Skit eller kanel/manglar slikt tilbod til 16-åringen	Ganske lang historie med samarbeid med vertskommunane. Framleis tilsette i Ørsta, t.d. administrasjonssjef, med mykje erfaring vi kan bygge på. Nyttar evalueringsskjema til nye produksjonar i lokal DKS og har ein løpande dialog med tilsette i skulane, skulekontora og barnehagane.	HiV, skular, barnehagar og kommune, mållag
Utfordring	Kontakt med målgruppe under utvikling av opplegg. Kommunikasjon med skulane kan vere utfordrande, men faste tilbod som lokal DKS kan legge betre til rette for faste samarbeid.	Vanskeleg å ha oversikt over årshjula/dei detaljerte planane for skulane. Skular og barnehagar har heilt anna rytme enn oss kring planlegging etc. Kunne hatt meir systematisk innhenting av tilbakemeldingar. Kan vere utfordrande å motivere skulane til å gi tilbakemelding.	Rektor og skuleleiing kan vera ein flaskehals
Prioritert tiltak	Vurdere å etablere faste samarbeidspartnarar og faste prosjekt (lærarar til dømes)	Sende ut arenaen sitt årshjul for skuleåret før sommarferien byrjar. Inkludere informasjon om omvisingar m.m. Vurdere faste «samarbeidsskular» og/eller «-barnehagar».	Tydeleg og strategisk kommunikasjon, vurdere samarbeid i faste prosjekt for prioriterte målgrupper

Bidrag til målekriterium	Vekst i tal på barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Aasentunet har oppgang frå 2020 til 2021, men ser ut til å få ein klar nedgang i 2022.
Utfordring	Barnehagane i Ørsta har mange ynskje vi truleg ikkje kan eller vil innfri, men vi ynskjer likevel å halde på deira gode engasjement. Ørsta kommune vil ha mindre midlar til lokal DKS i 2023 og framover jfr. åra før.
Prioritert tiltak	Minst eit prosjekt med medverknad frå kvar målgruppe i perioden. Finne eit balansert tilbod til barnehagar.

B-2 Utstillingar og omvisingar

Nynorsk kultursentrum har tre basisutstillingar: Aasentunet (opna 2000), Haugesenteret (opna 2014) og Vinjesenteret (opna 2021). Alle tre arenaene har formidlar-stillingar i staben. Det er omvisingar i alle utstillingane, samt i Gamlemuseet i Ørsta og Vinjestoga i Vinje. Viss NK inngår avtale med eigarane vil det frå 2023 også bli omvisingar i diktarheimen Midtbø i Vinje.

Fellestiltak

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Vi har både faste og skiftande utstillingar, og etablerte omvisingsopplegg på alle arenaer.	Alle musea har eit tilbod til denne målgruppa. Der er tilpassa omvisingsmanus knytt til DKS-produksjonar/skuleopplegg.	Alle musea har eit tilbod til denne målgruppa. Der er tilpassa omvisingsmanus knytt til DKS-produksjonar/skuleopplegg.

Utfordring	Utstillingane har ulik alder og såleis ulik tilstandsgrad og aktualitet. Særleg Aasentunet må fornyast. På Vinjesenteret er det spesielt viktig å halde journalistikkdelen oppdatert og aktuell	Det er behov for å finne ut korleis denne målgruppa kan få større glede og nytte av utstillinga.	Vi er ikkje offensive og aktuelle nok i møte med denne målgruppa.
Prioritert tiltak	Etablere intern arbeidsgruppe for utstillingsfornyng med forskning og samling, tilsette med nasjonal formidling og direktør, som planlegg fornyng i stort og smått for heile verksemda. Gruppa skal jobbe konkret med alle dei prioriterte målgruppene, i dialog og samspel med formidlarane på kvar arena.	Den interne arbeidsgruppa skal jobbe konkret med dei tre prioriterte målgruppene, i dialog og samspel med formidlarane på kvar arena.	Den interne arbeidsgruppa skal jobbe konkret med dei tre prioriterte målgruppene, i dialog og samspel med formidlarane på kvar arena.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Noko røynsle gjennom barnekunstutstillingar, fokusgrupper, prøveframsyningar m.m.	Erfaring med eigne prosjekt er det viktigaste kunnskapsgrunnlaget vi har breitt etablert i organisasjonen per i dag.	Ekstern arbeidsgruppe har levert rapport om ny basisutstilling. Vi har hatt eksterne leverandørar og ulike arbeidsgrupper med eksterne aktørar i samband med utstillingane i Ulvik og Vinje.
Utfordring	Lite rutineprega/systematisk arbeid kring dette år for år	Kunnskap om best praksis for utvikling av utstillingar og omvisingar er fordelt på få hovud.	Verdfull kunnskap og innsikt om utstillingsprosessar og samarbeid blir fort borte etter at prosjekt er ferdigstilt.
Prioritert tiltak	Nye rutinar for samskaping og medverknad i samband med produksjon av utstillingar og omvisingsmanus.	Etablere intern arbeidsgruppe for utstillingsfornyng med forskning og samling, tilsette med nasjonal formidling og direktør. Systematisk prioritert kompetanseheving, -utvikling og -utveksling (internt og eksternt) for alle relevante tilsette som jobbar med formidling og utvikling av utstillingar.	Lage gode rutinar for heilskapeleg evaluering av samarbeidsprosjekt og slik få nytte denne innsikta, kunnskapen og erfaringa i nye prosjekt og samarbeid.

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
--------------------------	---

Status	Dei ulike arenaane har varierende grad av etablerte tilbod til desse målgruppene i utstillingane og det same gjeld kunnskap om målgruppene.
Utfordring	Der er utfordringar kring både det generelle tilbodet av utstillingar og omvisingar, kunnskap om målgruppa og høve til tilpassing av utstillingane.
Prioritert tiltak	Utveksle erfaring der det kan gagne kvarandre for m.a. å etablere eit varig og godt tilbod i Vinje. Systematisere innhenting av kunnskap (særleg Hauge). Prioritere barnehagebarn og skuleelevar i utvikling av ny basisutstilling i Aasentunet.

Haugesenteret

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Veldig gode tilbagemelding på utstillinga frå målgruppa	Kattejakt + lesebok i Poesiverkstad	For lite tilpassa utstillingsformat
Utfordring	Fornyng	Kattejakt har lite samkøyring mot digitale tilbod og andre aktivitetar. Lesebok fangar ikkje målgruppa slik den står no.	Gjera lyrikk og Hauge relevant for målgruppa
Prioritert tiltak	Opplegg for lyrikk i mange former i Lyrikkbibliotek og ev. Poesiverkstaden	Kattejakt blir erstatta med Lurivar-tilbod i basisutstillinga.	Vurdere interaktive aktivitetar på digitale plattformer (dette blir dekt av punkt 9 i tiltak gjennom perioden)

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Kulturstorforbrukaren og 7-åringar deltek aktiv, medan 16-åringen er mindre til stades	Utstillingskomite og stab hadde brei kompetanse	Koordinert samarbeid om tilbod og omvising med turistkontoret, Brakanes hotell og Frukt og siderruta
Utfordring	Meir deltaking frå 16-åringen	Erfaringsoverføring mellom avdelingane	Informasjonsflyt + at tilbodet er sesongbasert
Prioritert tiltak	Invitera til fokusgrupper som deltek i utforming av aktivitetar og tilbod	Etablere system erfaringsutveksling og fagleg oppdatering	Betre rutinar og vurdere inkludering av Hauge-heimen på Rossvoll

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Manglar publikumsundersøking (jf. Kulturrådet sine målingar der avd. Hugesenteret ikkje oppfyller krav om minimumsdeltaking)
Utfordring	Finna egna plattform for publikumsundersøking
Prioritert tiltak	Etablere system for publikumsundersøking

Vinjesenteret

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Heilt ny utstilling. Variert både i form og innhald. Publikum er positive og nyfikne. 22. juli-utstillinga er midlertidig.	Mange ulike aktivitetar retta mot born. Interaktiv utstilling. Nokre delar ikkje heilt gjennomarbeida.	Det er fleire aktivitetar retta mot denne målgruppa i journalistdelen enn i den første delen av utstillinga.
Utfordring	Vi veit lite konkret om kva publikum meiner og korleis dei brukar utstillinga.	Spesielt barneveggen har nokre manglar. Eldre titlar, titlar retta mot eldre målgrupper og Lurivars sitt tre er litt sparsamt utstyrt.	Korleis skal vi engasjere ungdom i dei første delane av utstillinga vår?
Prioritert tiltak	Evaluerer utstillinga. Etablere fokusgruppe. Etablere samarbeid med Telemark museum for utstilling i samband med Ibsenåret 2028 (til erstatning for 22. juli)	Oppdatere og oppgradere barneveggen. Etablere fokusgruppe.	Intervjue 16-åringar om tilbodet vårt og deira interesser opp mot det vi kan tilby. Etablere fokusgruppe.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Utstillinga legg opp til interaktivitet for alle tre målgrupper, men i liten grad medverknad og samskaping.	Utstillinga er etablert med både intern og ekstern fagkompetanse.	Samarbeid med Vesaas-familien og Nordstoga-familien.
Utfordring	Finne tiltak som er knytt til utstillinga, utan å måtte gjere for store endringar i ei heilt ny utstilling.	Erfarings- og kunnskapsoverføring frå dei som har skapt utstillinga til dei som skal formidle ho.	To familier med sterke bånd og meiningar knytt til innhaldet i både utstilling og formidling. Spesielt opptatt av korleis vi ivaretek Midtbø og Vinjestoga.
Prioritert tiltak	Invitere til fokusgrupper som deltek i utforming av aktivitetar og tilbod.	Evaluerer av utstillinga. Aktiv bruk av bakgrunnsinformasjonen og konseptutforminga når vi skal utvikle formidlingsopplegg.	Få ei god og tydeleg kontrakt med Vesaas-familien med omsyn til Midtbø. Etablere samarbeid med andre aktørar. Til dømes Telemark museum, Vest-Telemark Museum, Kyrkjekontoret og Handverkslaget.

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Vi er i ferd med å etablere tilbod for ungdomsskule og småsteg
Utfordring	Vi er nye og det tar tid å etablere tilbod til alle målgrupper
Prioritert tiltak	Vi prioriterer 7-åringen og 16-åringen først, men målet er at alle alderssteg skal få eit tilbod i løpet av perioden.

Aasentunet

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Utstillinga er frå 2000. Nokre element har blitt lagt til og/eller fornya undervegs.	Vi har ein rekke aktivitetstilbod for denne målgruppa i utstillinga. Element blir fornya undervegs.	Vi har omvisingstilbod som fokuserer på språkhistorie, nynorsk i dag og identitet.
Utfordring	Enkelte installasjonar fungerer ikkje, element er av varierende standard, brukar ikkje mykje midlar no før ei "storfornying"	Vanskeleg å vite korleis og om aktivitetane blir brukt og treff målgruppa.	Desse tilboda blir i høgast grad formidla gjennom skuleopplegg. Få skular tingar omvising for denne målgruppa utanom lokal DKS Korleis engasjere 16 åringen?
Prioritert tiltak	Lage plan for trinnvis fornying av basisutstillinga Fornyte basisutstillinga i Aasentunet trinnvis Tilføre element/aktivitetar som ikkje er alt for kostbare. Revidere/fornye omvisingsmanus	Fornye og reparere element i Språkverkstaden. Gjere synleg tilboda i utstillinga for målgruppa i resepsjon/kafe., t.d. plakat med Lurivar som ønsker velkomen. Meir fokus på dialekt, "eige språk" og identitet. (sjå punkt 8 i tiltak gjennom perioden)	Revidere/fornye omvisingsmanus og enkelte element i utstillinga med fokus på medverknad for å sikre eit meir målretta tilbod. Utvikle nye aktivitetar i utstillinga/tilbod Auke marknadsføring ut mot målgruppa.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Nokre element inviterer til interaksjon, men lite/ingen medverknad og samskaping	Vi har gode og varierte tilbod til 7-åringen. Vi har god fagleg kompetanse i organisasjonen til å revidere omvisingsmanus.	Samarbeid med ulike avdelingar i organisasjonen i revidering av omvisingsmanus. Samarbeid med andre lokale aktørar og turistnæringa.
Utfordring	Utstillinga er ganske «låst» og vanskeleg å tilpasse.	Manglande innsyn i korleis barn og unge opplever utstillinga. Tidskrevande å revidere manus og utvikle nye tilbod. Erfaringsutveksling mellom omvisarane i museet.	Informasjonsflyt, ressurskrevjande.
Prioritert tiltak	Legge til rette for ein aktivitet i utstillinga som inviterer gjesten til å	Vurdere korleis ein kan etablere gode rutiner for	Vurdere korleis ein kan etablere gode rutiner for

	bidra. Dette gjeld også særleg 16-åringen.	erfaringsutveksling og kommunikasjon. Revidere omvisingsmanus for prioriterte målgrupper. (Sjå punkt 1 og 8 i tiltak gjennom perioden)	erfaringsutveksling og kommunikasjon.
--	--	---	---------------------------------------

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Vi har etablerte omvisingstilbod til barnehagebarn og skuleelevar.
Utfordring	Å nå "16-åringen" i regionen utanom lokal DKS i Ørsta og Volda kommune.
Prioritert tiltak	Utarbeide nytt aktivitetstilbod til "16-åringen", revidere omvisingsmanus, etablere samarbeid som kjem målgruppene til gode

B-3 Arrangement, festivalar og frivillig aktivitet

Nynorsk kultursentrum, musea for skriftkultur, konsentrerer mykje av dei lokale arrangementa rundt dei tre festivalane Poesifestivalen, Litteraturdagane og Festspela. I tillegg har arenaene gjennom programtilbod frå Nynorsk kultursentrum og samarbeid med andre arrangement og aktivitet gjennom året.

Det er to venelag direkte knytte til verksemda, Venelaget Olav H. Hauge og Vener av Vinjesenteret. Det er i tillegg frivillige som deltek ved festivalgjennomføring. [+EI ELLER TO SETNINGAR OM UTFORDRINGAR/STATUS OG PRIORITERTE TILTAK I PERIODEN.]

Aktiviteten har fram til no vore slik:

Møte, føredrag, seminar	Konsert	Skodespel, framsyningar	Gjester	Billett-inntekter	Inntekt per gjest
-------------------------	---------	-------------------------	---------	-------------------	-------------------

Haugesenteret og Poesifestivalen (2018, 2021)

2021	12	12	16	3915	329 900	84,3
2020	14	3	13	613	56 107	91,5
2019	19	3	2	822	102 270	124,4
2018	38	15	1	4895	721 450	147,3
2017	17	7	2	932	137 470	147,5

Vinjesenteret og Litteraturdagane (2018, 2019, 2020, 2021)

2021	16	4	0	3407	207430	60,9
2020	5	2	0	560	80010	142,8
2019	24	11	2	3401	224829	66
2018	20	5	0	2087	191080	91,6
2017	-	-	-	3177	-	-

Aasentunet og Festspela (2017, 2018, 2019, 2020, 2021)

2021	32	11	9	2176	184440	84,7
2020	13	6	5	2571	119000	46,3
2019	39	14	7	6284	621000	98,8
2018	43	15	14	7702	488000	63,4

2017	52	13	18	5768	473000	82,0
------	----	----	----	------	--------	------

Fellestiltak

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Alle arenaar har eit greitt tilbod til denne målgruppa.	Få arrangement for målgruppa i Ulvik og Vinje, ein del meir i Ørsta.	Vi har få tilbod til denne gruppa utanom DKS. Den bør heller ikkje prioriterast særleg høgt utanom skuletilbod.
Utfordring	Formidlinga må i større grad reflektere overordna prosjekt og forskning stiftinga driv med. Høg snittalder på publikum.	Dette er ei målgruppe som endrar seg raskt og ein må nå dei gjennom foreldra som er i ei livsfase der det kan vere vanskeleg å nå dei.	Krevjande målgruppe å nå, sterke konkurrentar på nett o.a.
Prioritert tiltak	Avd. for forskning og samling tek ansvar for delar av festivalprogrammet. Kartlegging av alder gjennom publikumsundersøkingar.	Auke tal arrangement for målgruppa på alle arenaer, etablere det mest mogleg fast slik at det er enklast mogleg å nå ut med tilboda til foreldre.	Vurdere samarbeid med fritidsklubbar, idrettslag o.a. på alle arenaer. Utveksle erfaring og vurdere program som er overførbart til alle arenaer.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Alle har ei stabil oppslutning av frivillige kring festivalane. Nokre arrangement involverer publikum, hovudsakleg barn.	Intern statistikk og erfaring og publikumsundersøkingar.	To av arenaane har venelag, alle har utstrekt samarbeid med både frivillige lag, andre arenaer, privat næringsliv og meir i samband med festival.
Utfordring	Ei større satsing på medverknad krev målretta arbeid administrativt og resultatet er usikkert.	Få publikumsundersøkingar dei siste åra.	Det er mindre grad av eksterne samarbeid utanom festival. Vinje har behov for å etablere samarbeid med medieaktørar.
Prioritert tiltak	Fleire arrangement for barn og unge med medverknad og samskaping. Utvide bruken av frivillige utover festival gjennom programråd, venelag o.l.	Etablere ein god mal for publikumsundersøkingar og gjennomføre dette annakvart år i samband med festivalar (dvs. kvar poesifestival). Snakke med liknande eksterne aktørar for å samle erfaring om frivillig aktivitet utanom festival.	Eit arrangement i året utanom festival per arena i samarbeid med eksterne aktørar.

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
--------------------------	---

Status	Haugesenteret og Aasentunet har eit etablert opplegg for desse målgruppene. Vinjesenteret er i ferd med å etablere tilsvarande. Dette gjeld både skuleprogram tilknytt festival og opne arrangement.
Utfordring	Kontinuitet og optimale tidspunkt for målgruppene er nokre av utfordringane for arenaane.
Prioritert tiltak	Vidareutvikling av eksisterande tilbod, finne gode tidspunkt for opne arrangementspostar og etablere gode samarbeid med skular i nærområda.

Haugesenteret

Poesifestivalen har over 30 arrangement den 2. helga i september anna kvart år. Festivalen samarbeider med og er til stades på rundt 10 ulike arenaer i bygda. Meir enn 40 frivillige bidreg på arrangement, arenaer, transport og festivalkro.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Største brukar, sentral og naturleg målgruppe. Brukarundersøking festival stadfester dette	Når berre denne gruppa gjennom familiearr. (to pr. år).	Ikkje tilbod til denne gruppa utanom skuleopplegg
Utfordring	Utvida nedslagsfelt i regionen for arena-arr.	Få foreldre/familie til å velja og prioritera kulturaktivitetar	Prioritering av denne gruppa er ressurskrevjande
Prioritert tiltak	Legga inn fleire opplevingar knytt til arr.	Kople innhald med aktuell litteratur, lyrikk og språk	Prøve ut nye innfallsvinklar og prosjekt retta mot målgruppa under Poesifestivalen.

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Skriveverkstad, bokstavløype, konkurransar og prosjektutstillingar. Stabil frivilligstab festival	Stab på arena + samarbeid på tvers av avdelingar. Programråd festival	Sogelag, turlag, Venelag, Slow Food, Ulvik herad/Cittaslow, Frukt og siderruta, bibliotek, barnehage og skule, hotell og reiselivsaktørar, Skrivekunstakademiet, Litteraturhuset i Bergen, Tekstallianse
Utfordring	Rekruttera yngre frivillige	Setta av tid til fagleg utvikling	Ressursbruk og gjensidig nytteverdi
Prioritert tiltak	Bruka nettverk til å rekruttera frivillige både lokalt og regionalt	Delta og observera hos eksterne aktørar som har lykkast medverknad og samskaping	Avgrensa samarbeid inn mot måloppnåing

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Manglande avklaring på måling av kvalitet og oppleving hos målgruppene

Utfordring	Planlegging og ressursar til å utvikla langsiktige prosjekt
Prioritert tiltak	Fast opplegg for 16-åringen inn mot festival

Vinjesenteret

Litteraturdagane har rundt 20 arrangement på ulike arenaer i Vinje kommune siste helga i august kvart år. Rundt 30 frivillige bidreg. Festivalen har få parallelle programpostar, og har fram til no ikkje hatt eit barne- og familieprogram.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Litteraturdagane har vore retta inn mot denne målgruppa, og også dei fleste arrangementa gjennom det eine året vi har vore i drift.	For første gong i år har vi ein programpost retta mot barn 4-9 år. Vi har også planar om ei arrangementsrekke i samarbeid med biblioteket, der vi har opne arrangement for målgruppa annan kvar mnd.	Per i dag har ikkje Litteraturdagane laga program som er spesifikt retta mot denne målgruppa. Vi har heller ikkje hatt andre arrangement for dei.
Utfordring	Festivalen har hatt ein svært lokal og litterær profil, med etableringa av Vinjesenteret har vi ønsket å vri festivalen i ein meir nasjonal og journalistisk retning.	Tidspunktet for festivalen gjer det vanskeleg å nå ut til skulane med tilbod. Spesielt fordi det er nytt at Litteraturdagane har eit barneprogram. Avstandar gjer det krevjande for barnefamiliar å kome innom på arrangement.	Krevjande målgruppe å nå utanom DKS med vår profil. Sterk konkurranse frå media/internett og etablerte fritidsaktivitetar. Dei kjem ikkje på kulturarrangement utanom skuletid.
Prioritert tiltak	Dra Venelaget og andre lokale krefter meir med i omstillingsprosessen, slik at ein får lokal støtte når ein endrar innhald og form.	Etablere faste tilbod til skulane, slik at det blir ein fast programpost ved skulestart. Gjere omgjevnadene attraktive for barnefamiliar, slik at dei har fleire grunnar enn eit enkelt arrangement for å oppsøkje oss.	Intervjue 16-åringar. Kva kunne vore interessant for dei?

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Vi har ein meir eller mindre fast dugnadsgjeng til festival. Ingen frivillige resten av året.	Programråd og kompetansen til dei tilsette	Vi samarbeider med lokale aktørar og Venelaget.
Utfordring	Dei fleste frivillige er eldre. Tidspunktet for festivalen gjer det krevjande å involvere studentar.	Vi har hatt for lite journalistisk kompetanse, og for lite samordning på tvers av dei tre arenaene.	Manglar samarbeid med medieaktørar.

Prioritert tiltak	Rekruttere studentar frå USN på Rauland. Vurdere arrangement i samarbeid med Raulandsakademiet.	Sørge for at minst eit rådsmedlem har journalistisk kompetanse, anten eksternt eller internt. Etablere programråd for heile organisasjonen.	Etablere samarbeid med journalistutdanning, aviser og andre medieaktørar.
-------------------	---	---	---

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	I ferd med å etablere eit barne- og familieprogram
Utfordring	Festivalen sitt tidspunkt, og ungdom sin uvilje til å gå på kulturarrangement (om det ikkje er kino eller konsert)
Prioritert tiltak	Etablere faste tilbod til skulane, slik at det blir ein fast programpost ved skulestart.

Aasentunet

Aasentunet har om lag 10-20 større eller mindre arrangement gjennom året. Festspela går føre seg andre helga i juni med 40-60 arrangement for ulike målgrupper og på fleire arenaer i nærområdet i tillegg til Aasentunet. Om lag 40-50 frivillige er involverte i Festspela, og desse har også høve til å gje innspel til program og gjennomføring under ei årleg samling på hausten.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Aasentunet har eit rikt tilbod for denne målgruppa, inkludert format og innhald dei ikkje opplever andre stader.	Aasentunet har om lag 4-5 arrangement for denne målgruppa gjennom året og 2-3 arrangement i løpet av Festspela. Før pandemien har oppslutninga vore akseptabel.	Arenaen har med jamne mellomrom hatt eit tilbod for denne målgruppa, i hovudsak i samband med Festspela. Dei mest vellukka har vore i samarbeid med lokale fritidsklubbar.
Utfordring	Kritisk å rekruttere nye gjester etterkvart som nye generasjonar kjem til. Der må bli ei tydelegare kopling mellom stiftinga si forsking- og samlingsverksemd og det vi formidlar.	Det er fare for at der har vore eit brot for denne målgruppa etter pandemien. Det er viktig å ha låg terskel og dimes låg pris. Dette er ei utfordring økonomisk. Volumet på desse arrangementa står så langt ikkje i stil med satsinga på målgruppa. Den viktigaste faktoren for rekruttering er foreldra til målgruppa. Dei er ei målgruppe vi elles ikkje når så godt.	Krevjande målgruppe å nå utanom skulen og krevjande å få dei til museet. Svært lite homogen målgruppe.
Prioritert tiltak	Etablere programråd med medlemmer frå målgruppe, feltet og UH-sektoren. Styrke	Prioritere opp familiearrangement og satse stort på synleggjing av desse. Stor satsing under Festspela 2023. Sjå til andre som	Sterkt målretta og spissa prosjekt med omsyn til kva gruppering av målgruppa ein vil nå. Samarbeide med

	arbeidet med frivillige gjennom samarbeid med aktuelle lag og organisasjonar (sjå under). Felles programforum i stiftinga med medlemmar frå avdeling for forskning og samling.	lukkast med å nå foreldre og barn i denne målgruppa og utvikle nye konsept.	fritidsklubbar, idrettslag, kulturskular og anna både for å nå ut til målgruppa og med mål om eitt prosjekt annakvart år som inkluderer medverknad og samskaping.
--	--	---	---

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Festspela har ein relativt trygg base av frivillige som kjem tilbake kvart år. Arenaen har så langt ikkje nytta seg av frivillige noko særleg utanom festivalen.	Evaluering frå tilsette, styre og frivillige kvart år. Erfaring frå andre tilsvarande aktørar i regionen og nasjonalt gjennom våre nettverk.	Arenaen har eit utstrakt samarbeid med både offentlege og private aktørar i tillegg til frivillige lag og organisasjonar i samband med Festspela.
Utfordring	Dei frivillige har relativt høg snittalder og det vil snart vere eit større behov for å rekruttere nye, yngre grupper. Ein må også jobbe med å nytte seg av frivillige utanom festivalen.	Lite systematisk arbeid med publikumsundersøkingar og brukarmedverknad dei siste åra. Å rekruttere og nytte seg av frivillige kan vere tidkrevande. Det er viktig å strukturere det på ein hensiktsmessig måte.	Der er lite samarbeid med eksterne aktørar utanom Festspela.
Prioritert tiltak	Etablere og/eller styrke følgjande samarbeid for m.a. å rekruttere yngre frivillige som også får bidra og gje innspel til program både under og utanom festival: • Volda og Ørsta kunstlag • Mållaga i Ørsta og Volda • Ansvarlege språk- og litteraturfag ved Høgskulen i Volda • Studenthuset Rokken	Etablere programråd som inkluderer målgrupper. Medlemmane blir rekruttert frå ein eller fleire av dei nemnte samarbeidspartane i tillegg til ein medlem frå feltet og ein frå UH-sektoren. Systematiserte og jamnlege publikumsundersøkingar minst annakvart år. Første gong i perioden vert 2023.	Etablere og/eller styrke følgjande samarbeid for m.a. å rekruttere yngre frivillige som også får bidra og gje innspel til program både under og utanom festival: • Volda og Ørsta kunstlag • Mållaga i Ørsta og Volda • Ansvarlege språk- og litteraturfag ved Høgskulen i Volda • Studenthuset Rokken

Bidrag til målekriterium	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/ turne
Status	Festivalane har eit rikt tilbod til skuleelevar gjennom lokal DKS (gjennomført under festival) og fleire programpostar for barnehagebarn og skuleelevar.
Utfordring	Det har vore ei utfordring å finne gode tidspunkt for å nå desse utanom skuletid.
Prioritert tiltak	Konsentrere programmet for barnehagebarn og skuleelevar til laurdag og søndag under Festspela, ev. kveldstid i samarbeid med fritidsklubbar el.l.

B-4 Reisemåla

Dette kapittelet har reiselivs-, butikk-, kafé- og infrastrukturtilbodet med publikumsperspektiv. Drifts- og vedlikehaldsplanen og økonomi- og administrasjonsplanen omtalar desse tilboda meir detaljert.

Snittbesøk av einskildgjester per dag per månad siste kalenderår, per april 2022

	Haugesenteret	Vinjesenteret	Aasentunet
Januar	0,1	0,1	0,0
Februar	0,0	0,4	0,0
Mars	0,1	0,2	0,6
April	0,2	0,3	0,0
Mai	4,0	0,0	1,1
Juni	5,1	0,7	3,0
Juli	13,0	1,9	13,1
August	5,7	6,7	3,4
September	2,2	3,1	0,7
Oktober	0,2	2,3	0,8
November	0,0	0,75	0,9
Desember	0,0	0,9	0,1

Gruppebesøk

Skildring av gruppegjester. Kor mange gjester per sesong siste 12 månader per april 2022.

Førehandstinga grupper	Tal grupper	Tal folk
Hauge mai-aug 21	1	16
Hauge sep-des 21	2	25
Hauge jan-apr 22	1	10
Vinje mai-aug 21	0	0
Vinje sep-des 21	3	57
Vinje jan-apr 22	2	23
Aasen mai-aug 21	1	12
Aasen sep-des 21	2	72
Aasen jan-apr 22	1	13

Omsetning butikk, kafé og utstilling siste kalenderår per april 2022

	Butikk	Kafé	Utstilling
Hauge mai-aug 21	kr 140 997,00	kr 0,00	kr 83 622,00
Hauge sep-des 21	kr 97 295,00	kr 0,00	kr 21 579,00
Hauge jan-apr 22	kr 23 644,00	kr 0,00	kr 6 375,00
Vinje mai-aug 21	kr 59 657,00	kr 16 519,00	kr 10 659,00
Vinje sep-des 21	kr 42 829,00	kr 11 444,00	kr 23 807,00
Vinje jan-apr 22	kr 9 932,00	kr 10 624,00	kr 5 277,00
Aasen mai-aug 21	kr 300 333,00	kr 87 432,00	kr 69 825,00
Aasen sep-des 21	kr 339 974,00	kr 53 449,00	kr 26 633,00

Aasen jan-apr 22	kr 199 441,00	kr 35 217,00	kr 9 366,00
------------------	---------------	--------------	-------------

Fellestiltak

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Musea har unikt innhald som ein ikkje finn andre stader. Utstillingane gir rom for refleksjon og deltaking.	Lurivar er representert i Aasentunet og på Vinjesenteret.	Musea har både lokale og innhald som gir rom for engasjement og deltaking.
Utfordring	Sesongbaserte reise-mål, krevjande å etablere berekraftige serveringskonsept. Større potensiale for gruppebesøk	Tilpasse historia om Lurivar på dei ulike arenaene.	Tilpasse innhaldet og formidling av innhaldet til målgruppa.
Prioritert tiltak	Samarbeide omkring tilrettelagte og attraktive arr., særleg utanom hovudsesong, arenasal Vurdere og endre opningstider, etablere sesongvariert serveringstilbod i tråd med etterspurnaden. Aktiv marknadsføring mot aktørar som organiserer gruppereiser	Lurivar synleg også utanfor museumsveggane. Utebibliotek, rebusløyper på alle arenaene. Meir pedagogisk/språkleg innhald på Lurivarnettstad som treff foreldre/lærarar (Sjå punkt 10 under tiltak gjennom perioden)	Tilpasse omvising/formidling mot målgruppa også i sommarsesong. Oppgåver/konkurransar som kan løysast på SoMe under/etter besøk (Sjå punkt 10 under tiltak gjennom perioden)

	Medverknad og samskaping	Kunnskapsgrunnlag	Samarbeid
Status	Arenaene har sesongbaserte tilbod som innbyr til medverknad og samskaping.	Brei kompetanse innanfor ulike område; formidling, litteratur, språk, lokalkunnskap	Arenaene har samarbeid med ulike lokale reiselivsaktørar. Haugesenteret har samarbeid med andre museum om sommarpass. I tillegg er fleire av tilboda i butikk og kafé levert i samarbeid med lokale leverandørar.
Utfordring	Legge til rette for aktiviterar/deltaking som treff alle målgruppene	Formidle kunnskap og utvikle samarbeid som synleggjer forfattarane våre sitt engasjement og samfunnsrolle	Reiselivet har lang planleggingshorisont. Utvikling av lokale samarbeidsprodukt er ressurskrevjande
Prioritert tiltak	Teste opplegg saman med fokusgrupper	Pamflett/trykksak for sal som presenterer alle forfattarane våre, kan også formidlast digitalt	Utvikle fleire pakketilbod i samarbeid med andre aktørar med utgangspunkt i erfaringar frå Haugesenteret

Haugesenteret

Haugesenteret samarbeider med Frukt og siderruta og Brakanes hotell om gruppe- og pakketilbud. Fleire reiseoperatørar tingar årlege gruppebesøk. Boktilbodet i butikken er i hovudsak lyrikk og nynorsk barnelitteratur, samt gåver og lokale produkt. Den grønne kafé i underetasjen tilbyr mat og drikke i sommarsesongen, men har avgrensa opningstider elles i året.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Unikt tilbod og Hauge er ein legendarisk lyrikar	Møter Hauge og litteratur gjennom opplevingstilbod fleire stader i bygda (bokstavjakt, utebibliotek)	Mangelfullt tilbod til denne målgruppa.
Utfordring	Sesongbasert reiseliv	Gjera tilbodet meir tilgjengeleg og utvida digitalt innhald	Utforme innhald og opplevingar som når målgruppa
Prioritert tiltak	Føre vidare felles reiselivstiltak for Ulvik og Hardanger	Gjennomføring, kvalitet og synleggjering bør vidareutviklast	Utforma opplegg og konkurransar som også kan formidlast digitalt

Vinjesenteret

Plasseringa av Vinjesenteret langs E134, den store parkeringsplassen og utsikta over Vinjevatn, gjer at stoppeeffekten er stor i sommarsesongen. Butikken er einaste bokhandelen i kommunen, og det er bra at vi har kaffi og is, pluss noko mat. Vinjesenteret har samarbeida med Vinjesvingen handel om mattilbodet første sommaren, men vi treng meir og betre tilbod. Alle dei tre Visit-sidene i kommunen er interessert i å marknadsføre oss, og det er mange ulike reiselivsaktørar som er interesserte i samarbeid. Potensialet er stort. Det er også aktuelt å utvikle eit tilbod for turistar i vintersesongen, spesielt knytta til vinterferie og påske.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	To store og viktige forfattarar har vakse opp i landskapet rundt senteret. Plasseringa er med andre ord viktig. Utforminga av utstillinga bryt på ein positiv måte	Barnefamiliar stoppar i mindre grad.	Vi er ikkje interessante for tenåringar på tur.

	med forventningane til kulturstorbrukaren.		
Utfordring	Utnytte dei to sesongane fullt ut. Det er krevjande å etablere eit berekraftig mattilbod.	Senteret ser ikkje barnevennleg ut.	Det er få 16-åringar som dreg på ferie til Telemark.
Prioritert tiltak	Etablere samarbeid med aktørar som opererer i same område. Bli ein naturleg del av ein heilskapleg kulturoppleving. Vurdere mattilbod og hente erfaring frå Ørsta og Ulvik.	Skape uteaktivitetar som trekk barnefamiliane til oss. Samarbeide med andre aktørar for å gjere oss til eit naturleg familiestopp.	Intervjue 16-åringar. Er det nokre ferieaktivitetar som kunne vore aktuelle for dei?

Aasantunet

Aasantunet ligg utanfor sentrumsområda, midt mellom Ørsta og Volda, men skiltet er godt synleg frå E39. Sommarsesong, og særleg juli er høgdepunktet for både gruppebesøk og einskildbesøk frå bilturistar o.a. Om sommaren tilbyr ein faste omvisingar, medan grupper og andre kan bestille dette utanom sommarsesong. Omvisingar og opplegg kan tilpassast ulike målgrupper. Museet har eigne museumsgaidar for born og som regel ein eigen aktivitetssti om sommaren. Museet har open kafé med salt og søtt og butikk.

	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Status	Museet er relativt godt kjend for denne målgruppa og dette er den mest vanlege gruppa museumsgjester. Både butikk- og kafétilbodet er godt tilpassa målgruppa.	Barnefamiliar har eit tilbod gjennom omvising, museumsgaid for barn, natursti og aktivitetar/leiker utandørs i tillegg til dei målretta elementa i utstillinga.	Denne delen av verksemda er ikkje best eigna til å nå denne målgruppa.
Utfordring	Kafétilbodet er ikkje lønsamt og museet kunne hatt langt fleire gruppebesøk.	Utstillinga kunne i større grad vore retta mot målgruppa og ein kunne gjerne sett fleire barnefamiliar innom.	Få aktuelle gjester i denne målgruppa.
Prioritert tiltak	Nedskalere kafétilbodet utanom sommarsesong. Nå aktivt ut til reiselivsaktørar som tilbyr gruppereiser og vurdere felles tilbod med dei andre arenaane eller ev. aktørar i nærområdet for å trekke fleire grupper og andre gjester.	Vidareutvikle tilbodet til målgruppa, gjerne i fellesskap med dei andre arenaane. Målretta marknadsføring mot barnefamiliar og utvikle eit heilskapleg målretta tilbod.	Andre delar av verksemda bør prioriterast for å nå målgruppa.

C Tiltaksliste basert på måla

Årlege tiltak

Tiltaka er i prioritert rekkefølge, og blir konkretisert og prioritert i den årlege handlingsplanen. Dei første tiltaka blir prioritert først når ein skal prioritere mellom tiltaka.

Nr	Tema	Mål/ tiltak	Ansvar
1	Skular og barnehagar	Fast dialog om våre planar og tilbod med skule-/barnehageleiing, kulturkontakter, skulekontor i kommunane osv. Opplyse om tilbodet vårt elles og invitere skulane inn til å delta på omvisingar o.a.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
2	Medverknad	Minimum ein produksjon kvart år er utvikla gjennom involvering av målgruppene. Produksjonane skal variere mellom dei tre prioriterte målgruppene.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
3	Samskaping	Vurdere medskaping- og/eller samskappingsprosjekt på arenaen i samband med budsjett og utarbeiding av samla produksjonsplan.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
4	Målgrupper og evaluering av tilboda våre	Jamlege publikumsundersøkingar på fleire område: Festivalar, skuletilbod m.m. Etablere og følgje opp rutinar for dette.	Formidlingsleiar
5	Utstillingar og omvisingar	Jamlege møte i internt arbeidsgruppe for utstillingsfornyng	Formidlingsleiar og direktør
6	Litteraturdagane/samarbeid	Rekruttere studentar frå USN, utvikle samarbeid med Raulandsakademiet og relevante medieaktørar	Arenaleiar Vinjesenteret
7	Målgrupper	Fornye, betre eller skape nytt tilbod for 1.-4. steget og ungdomsskule/vidaregåande kvart år	Formidlingsleiar og arenaleiarar
8	Medverknad/frivillige	Auke bruken av frivillige også utanom festivalar. Rekruttere yngre frivillige.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
9	Reisemåla	Vurdere og ev endre opningstider og serveringstilbod i tråd med etterspurnaden. Gjer dette i samband med utarbeiding av budsjett og handlingsplanar kvart år.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
10	Kunnskapsgrunnlag	Deltaking på relevante samlingar og kurs for formidlarar	Formidlingsleiar og arenaleiarar
11	Festival og arrangement	Minimum to møter i året med dei respektive programråda på arenaane	Formidlingsleiar og arenaleiarar
12	Festival og arrangement	Faste møte med leiar og/eller tilsette i forking og samling for samarbeid om program under festivalane	Formidlingsleiar, arenaleiarar og forskingsleiar
13	Utstillingar og omvisingar	Forbetre og utvikle samarbeidet med Vesaas-familien. Vurdere og ev. utvikle samarbeid med andre eksterne aktørar om omvisingstilbodet.	Arenaleiar Vinjesenteret
14	Festivalar og arrangement/16-åringen	Vurdere samarbeid med fritidsklubbar, frivillige lag osv for å nå målgruppa i samband med festivalar	Formidlingsleiar og arenaleiarar
15	Festivalar og arrangement/samarbeid	Minst eit arrangement i året utanom festival per arena blir gjennomført i samarbeid med ein relevant samarbeidspartnar	Formidlingsleiar og arenaleiarar
16	Festivalar og arrangement	Prioritere opp familiearrangement under Festspela. Sjå til andre som har lukkast med å nå foreldre og barn og vidareutvikle våre konsept.	Formidlingsleiar
17	Festivalar og arrangement	Etablere og/eller styrke følgjande samarbeid for m.a. å rekruttere yngre frivillige som også får bidra og gje innspel til program både under og utanom Festspela: - Volda og Ørsta kunstlag - Mållaga i Ørsta og Volda - Ansvarlege språk- og litteraturfag ved Høgskulen i Volda Studenthuset Rokken	Formidlingsleiar
18	Festivalar og arrangement	Konsentrere programmet for barnehagebarn og skulelevar til laurdag og søndag under Festspela, ev. kveldstid i samarbeid med fritidsklubbar el.l.	Formidlingsleiar

19	Reisemåla	Følgje opp lokale/regionale reiselivsselskap/næringsråd og vurdere samarbeid og felles tiltak fortlaufande	Formidlingsleiar og arenaleiarar
20	Reisemåla	Revidere og utarbeide konkurransar, leikar og friluftstilbod til målgruppene på alle arenaer, særleg i samband med sommarsesongen	Formidlingsleiar og arenaleiarar
21	Reisemåla	Aktiv marknadsføring mot aktørar som organiserer gruppereiser	Formidlingsleiar og arenaleiarar + seksjon for kommunikasjon

Tiltak gjennom perioden

Tiltaka er i prioritert rekkefølge, og blir konkretisert og prioritert i den årlege handlingsplanen. Dei første tiltaka blir gjort tidleg i perioden, og dei siste vert gjort ved tid og høve seinare i perioden.

Nr	Tema	Mål/ tiltak	Ansvar
1	Formidling	Etablere faste møte og system for formidlingssamarbeid på tvers av arenaane, utveksle erfaring og utvikle intern kompetanse. Utvikle felles tilbod, samkøyre prisar og anna praksis i møte med skular og barnehagar m.m.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
2	Regionale planar/brukarmedverknad	(Lokale) DKS-produksjonar vert planlagde med medverknad.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
3	Festivalar og arrangement	Etablere fast årshjul/møtekalender for nyetablert programråd for Aasentunet og nasjonale turnéar	Formidlingsleiar
4	Skular- og barnehagar	Etablere fast tilbod til 7-åringen, 16-åringen og andre skuleelevar og barnehagar i Vinje	Arenaleiar Vinjesenteret
5	Tid, kompetanse og arbeid	Avgrense festivalarbeidet i tid, tal arenaer og tal arrangement.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
6	7-åringen	Kattejakt blir erstatta med Lurivar-tilbod i basisutstillinga i Haugesenteret	Arenaleiar Haugesenteret
7	Eksterne krav/skaparmangfold og dialog	Meir brukarmedverknad gjennom auka satsing på frivillige (også utanom festival).	Formidlingsleiar og arenaleiarar
8	Tid, kompetanse og arbeid	Delegere delar av program og gjennomføring til forskning og samling	Formidlingsleiar, arenaleiarar og forskingsleiar
9	Utstillingar og omvisingar	Etablere intern arbeidsgruppe for utstillingsfornyng med forskning og samling, tilsette med nasjonal formidling og direktør	Formidlingsleiar og direktør
10	Reisemåla	Produsere pamflett/trykksak for sal som presenterer forfattarane og arenaane våre	Formidlingsleiar, arenaleiarar og kommunikasjonsrådgjevar
11	Reisemåla	Utvikle pakketilbod i samarbeid mellom dei tre arenaane og ev relevante samarbeidspartnarar i nærområda	Formidlingsleiar og arenaleiarar
12	16-åringen	Intervjue 16-åringar om tilbodet vårt og deira interesser opp mot det vi kan tilby.	Arenaleiar Vinjesenteret
13	Universell utforming/prioriterte målgrupper	Kjøpe inn og fyller app med innhald tilpassa målgruppene for kvar av dei tre arenaene.	Formidlingsleiar, arenaleiarar og kommunikasjonsrådgjevar
14	Festivalar og arrangement/medverknad og samskaping	Delta og observera hos eksterne aktørar som har lykkast med medverknad og samskaping	Formidlingsleiar og arenaleiarar
15	Tid, kompetanse og arbeid	Gjennom samarbeid utvikle felles metodikk, rammeverk eller liknande for skuleopplegg som kan brukast på tvers av arenaane.	Formidlingsleiar og arenaleiarar
16	16-åringen	Vurdere revidering av Rekvisittar for eit liv, eller etablere nye produksjonar for målgruppa i samarbeid med dei andre arenaane	Formidlingsleiar
17	Økonomi	Friare avtale om finansiering av tilboda med Møre og Romsdal og Ørsta og Volda.	Direktør

18	Skular- og barnehagar	Vurdere å etablere meir faste "samarbeids-skular" eller barnehagar	Formidlingsleiar og arenaleiarar
19	Utstillingar og omvisingar	Nye utstillingar og ny basisutstilling i Aasentunet blir utvikla i dialog og samarbeid med målgruppene	Formidlingsleiar og arenaleiarar
20	Utstillingar og omvisingar	Prioritere 7-åringen og 16-åringen (og barnehagebarn) i utvikling av ny basisutstilling i Aasentunet	Formidlingsleiar
21	Klima og miljø	Gjenbruk skal vere hovudregel for materialbruk ved basisutstillinga i Ørsta.	Formidlingsleiar/administrasjonssjef
22	Samarbeid/utstillingar	Lage gode rutinar for heilskapleg evaluering av samarbeidsprosjekt og slik få nytte denne innsikta, kunnskapen og erfaringa i nye prosjekt og samarbeid.	Formidlingsleiar
23	Utstillingar og omvisingar	Vurdere inkludering av Hauge-heimen på Rossvoll i omvisingstilbodet i Ulvik	Arenaleiar Haugesenteret
24	Utstillingar og omvisingar	Evaluer basisutstillinga i Vinje gjennom fokusgrupper for kvar prioriterte målgruppe. Oppgradere/oppdatera barneveggen.	Arenaleiar Vinjesenteret.
25	Samarbeid/utstillingar	Samarbeid med Telemark museum om utstilling i samband med Ibsenåret 2028	Arenaleiar Vinjesenteret, forskingsleiar