

Fundraisingstrategi for Museum Lolland-Falster 2019-2022 *opdateret v. . AEJ maj 2018*

Indhold

Formål	1
Intern strategi og positionering i forhold til fundraising	2
Hvad sker der allerede 2018	3
Finansieringsstrategi	3
Organisering - Nødvendige resurser	4
Evaluering – effektkæde	5
Benchmarking af fundraising på Museum Lolland-Falster	5
Fundraisings årshjul	7
Fundraisings 4-års hjul	8

Formål

Museum Lolland-Falsters fundraisingstrategi skal understøtte museets visioner om at være porten til nutidens og fremtidens Lolland og Falster. Museet skal åbne for oplevelse, indsigt og refleksion og give os alle identitet og perspektiv på vores liv i fortid, nutid og fremtid. Museum Lolland-Falster skal være et museum for alle, "vi vil være dit museum". Tilskud til museet er investering i fremtiden.

Med fundraisingstrategien vil Museum Lolland-Falster bidrage til at skabe det bedst mulige kulturhistoriske museum for alle på Lolland-Falster i dialog med borgere, brugere, beslutningstagere og medarbejdere. MLF prioriterer i virksomhedsplanperioden 2019-22 fundraising til matchfinansiering og kickstart af de kommende års primære satsningsområder

- Nyt museum med tilbygget magasin.
- Samlingen for fremtiden: Samlingen skal trimmes og sættes i spil gennem en kvalificeret kulturhistorisk vurdering
- Syltholm. Fokus på forskning, formidling og gennemførelse af de sidste udgravninger på Femern projektet
- Segmentering og monitorering af målgrupper og besøgende

En af museets største arbejdsopgaver i den første 10-års periode har været, og bliver også i de kommende år det afledte arbejde i forbindelse med etableringen af den faste forbindelse over Femern Bælt, Syltholm projektet. Museet skal selv tilvejebringe midler til forskning og formidling af det, der har vist sig at være et helt exceptionelt unikt fossilt stenalderlandskab.

Intern strategi og positionering i forhold til fundraising

Museum Lolland-Falster fokuserede i sine første 10 leveår på branding af museet og opbygning af troværdighed i omverdenen. Museet udbygger løbende den digitale formidling og museet søger bevidst nye alliancer.

Jo mere fokus, der har været på oplevelsesøkonomien, jo mere er efterspørgslen steget på en af museumsverdenens absolutte kernekompetencer: autenticitet.

Efter at museet har hentet eksterne midler hjem til en lang række forskellige opgaver i de første 10 år, så er tiden nu kommet til en mere fokuseret og koordineret indsats

Derfor blev i 2018 oprettet en retrospektiv logbog for bevillinger for hele museets levetid fra 2009 med vægt på detaljeringsgraden fra sommer 2018 og frem.

https://museumlollandfalsterdk.sharepoint.com/:x:/r/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B84D7AF25-CCC1-41D1-8E11-57570077ABAC%7D&file=mlf_fonde_ansoegt.xlsx&action=default&mobileredirect=true

I løbet af den kommende 4-års planperiode skal mulighederne for sponsering af museets forskere og for crowdfunding/crowd-sourcing afprøves

Museets souschef er udpeget som fundraisings koordinator for at understøtte museets fortsatte udvikling gennem bevidst fundraising. Koordinatoren skal

- Udarbejde og vedligeholde fundraisings logbog med henblik på dokumentation af tidligere ansøgninger, afslag og bevillinger: Logbogen skal bruges til at dokumenter og screene museets virke på området til fremadrettede konkrete fundraisings planer. Der er forskellige tilgange til store fonde, små fonde, sponsering, crowdfunding/indsamlings, puljer, EU osv.
- Udarbejdelse af vejledninger til ansøgninger og afrapporteringer, f.eks. vejledning i SMART kvalitetssikring af ansøgning/projekt ud fra en Museum Lolland-Falster vinkel. Vejledninger, skemaer, eksempelprojekter og skabeloner er tilgængelige for alle medarbejdere via museets intranet og opdateres løbende.
<https://museumlollandfalsterdk.sharepoint.com/:f:/g/Eoog9GclJxpFpKd737tsarEBGYZjaAMamvbSGhtVj8vs0A?e=8ge0I7>
- Screening af relevante fonde og udarbejdelse af ansøgningsstrategi for museets satsningsområder sammen med projektledere og museets ledelse. Herunder aftale om lobbyarbejde, formidling og pressehåndtering.
- Sparring med projektledere om projektidéer og afklaring af hvilke projekter, der skal søges midler til.
- Rådgivning om og hjælp til projektmodning og forankring i samarbejde med projektleder og dennes nærmeste leder.

- Tovholder for udarbejdelse af ansøgningsmateriale til de store fonde – herunder likviditetsbudget, kapacitetsovervejelser, tidsplaner og finansieringsplaner.
- Rådgivning om ansøgningsmateriale til de små fonde – herunder anvisning af skabeloner, budgetudarbejdelse, tidsplaner osv.
- Koordinere projektevaluering og afrapportering
- Tilpasning af museets fundraisings årshjul og 4-års hjul

Hvad sker der allerede nu

Museet søger at øge museets egne forskningsmidler gennem relatering af museets forskning til nationale og internationale forskningsprogrammer. Planlagt Forskningsfrihed budgetteres som medfinansiering til såvel interne, som større, eksterne forskningsprojekter.

I forlængelse af implementering af forskningsstrategien lægges en plan for strategisk deltagelse i netværk og indgåelse af strategiske partnerskaber med relevante samarbejdspartnere og nye interessenter for alle museets fire satsningsområder. Desuden lægges en plan for finansiering af fundraising. Der skal ud fra museets aktuelle kapacitet skabes et overblik over ekstraordinære likviditetsbehov, resursetræk til projektmodning og evt. behov for mellemfinansiering.

Finansieringsstrategi

Lokalt søges midler fra lokale fonde og sponsorer til arrangementer, events, udstillinger og bygningsvedligeholdelse. Typisk er det til projekter, der afsluttes inden for et år og sjældent overstiger 100.000 kr. Dog kan der også søges lokal finansiering som medfinansiering til større projekter, som garanti for den lokale forankring.

Regionalt søges midler fra regionale offentlige puljer og fonde til tværfaglige projekter og/eller projekter med regionale samarbejdspartnere inden for kulturarvsområdet. Det er typisk i størrelsesordenen fra 50.000,- kr. til 500.000,- kr.

Nationalt søges der typisk midler fra såvel de statslige puljer som de store nationale fonde. Det gælder fortrinsvist store forskningsprojekter, udviklingsprojekter, eller særskilte store byggeprojekter. For puljernes vedkommende søges fra 20.000,- kr. til 500.000 kr. For de store fondes vedkommende er det typisk fra 100.000 kr. og op til flere millioner for projekter, der strækker over flere år.

Internationalt søges der primært midler fra EU-Interreg og Mål 2 midler til hhv. internationale udviklingsprojekter og til konkrete anlægsprojekter. Typisk fra 500.000 kr. og derover op til tocifrede millionbeløb til fordeling mellem flere

samarbejdspartnere. Det drejer sig som oftest om projekter, der strækker sig over flere år og projekter der skal kunne understøtte museets kerneopgaver og særlige fokusområder.

Regionale, nationale og internationale ansøgninger sendes af sted i tre bølger, hhv. forår, sensommer og sidst på året med prioritering af museets overordnede satsningsområder. I fald det skønnes hensigtsmæssigt indarbejdes en forudgående ansøgningsrunde om lokal medfinansiering.

Mindre ansøgninger til mindre projekter sendes som sædvanlig af sted efter aftale med ledelsen/fundraisingskoordinatoren.

Organisering - Nødvendige resurser

Fundraising udføres tværfagligt. Ledelsen tilpasser strategi og evt. kommissorium for arbejdet og afsætter de nødvendige resurser i arbejdsplan og budget senest året forud for projektets start.

Koordination af fundraising, udarbejdelse af retrospektiv logbog over hvad der er hhv. ansøgt og bevilliget, udarbejdelse af udkast til generel fundraisingsstrategi for museet er placeret direkte i ledelsesregi hos souschef med direkte reference til direktør.

Souschefen er ansvarlig over for løbende afrapportering (hvad hentes der hjem, bevillingsprocent m.v.) til direktøren og resten af ledelsen i forhold til status på implementering af kommissorium og strategi.

Fundraising iværksættes og resurser sættes af ledelsen i forhold til museets aktuelle strategier og gerne efter forslag fra de enkelte teams/teamledere. Prioritering af projekter skal altid bygge på en vurdering af projektets drift og serviceniveau. Derfor skal der altid udarbejdes en finansieringsplan i forbindelse med projektmodning af konkrete projekter.

For tilbagevendende standardprojekter som faste sponsorater eller events som damptræf kan ansvaret for fundraising uddelegeres til den relevante medarbejder eller det relevante team.

Formidling og pressekommunikation varetages af museets formidlere efter aftale med både museets ledelse og en evt. projektleder.

Administrationen er sparringspartner for budgetudarbejdelse og kvalitetssikrer budget og regnskab, afklarar momsforhold, samt sørger for tilstrækkelig og nødvendig revision parallelt med museets sædvanlige regnskabsaflægning. Endvidere sørger administrationen for registrering af partnerskabsaftaler mv.

Rammevilkår for fundraising opdateres og revideres af ledelsesgruppen parallelt med museets almindelige planlægning – hhv. årsplaner og virksomhedsplaner for den kommende 4-års periode

Evaluering – effektkæde

Med konceptet Museums Changes Lives og med erfaring fra EU-projekternes opstilling af effektkæder screenes forprojekter altid for muligheder for at projektet kan skabe en reel transformation. Og som følge deraf skal der i så fald planlægges en påvisning af transformationen gennem en kombination af brugerevaluering, procesevaluering og målopfyldelsesevaluering.

Evalueringer har på Museum Lolland-Falster to formål, dels dokumentation til afrapportering og arkivering for evigheden. Dels fremadrettede læringsmål, uden hvilke det er svært at sikre transformation af noget som helst.

Der skal derfor også for større projekter indarbejdes en monitorering af proces og resultater, der sikrer fundamentet for at tilpasse museets strategier og prioritere relevante partnerskaber.

Den enkelte projektbeskrivelse til brug for fundraising skal derfor opliste succeskriterier, målemetoder og der skal sættes resurser af til evaluering og forankring eller nedlukning af projektet.

Benchmarking af fundraising på Museum Lolland-Falster

Fundraisingsstrategien for planperioden 2019-2022 skal resultere i hjemtagning af eksterne midler i større omfang, såvel absolut som procentuelt. Konkrete mål indskrives i museets budgetter for planperioden f.eks. en generel årlig 5% stigning i hjemtagne midler øremærket til udvikling og vækst på samlings- og målgruppeområdet. Tilsvarende skal der udarbejdes tidsplan og finansieringsplan for forskning og formidling af resultaterne fra Syltholm.

Fra 2019 forventes strategien udmøntet i udarbejdelse af professionelt projektmateriale og dokumentation af effekten af det eksternt finansierede projektarbejde. For Interreg 5a bevillingerne er effektmålinger en forudsætning.

Fundraisingsstrategien skal implementeres i 2019 med konsekvent dokumentation og systematik i behandlingen af ansøgninger, afslag og tilsagn af bevillinger. Det skal ske gennem udarbejdelse af logbog, plan for samarbejdsaftaler og opdatering af årshjul. Overblik er vejen til strategiske partnerskaber og merværdi, der gerne skulle være forudsætningen for en bedre tværfaglig koordination inden for museet

I planperioden 2019-22 opstilles konkrete mål for screening af antal fundraisings muligheder udmøntet i et konkret antal ansøgninger eller partnerskabsaftaler om investeringer

Museets første egentlige fundraisingsstrategi skal i planperioden 2019-22 revideres af en tværgående projektgruppe

Museets værdigrundlag skal omsættes i en langsigtet, helhedsorienteret og serviceorienteret fundraising, så museet kan være med til at transformere omverdenen.

Vi inddrager fremadrettet relevante interessenter og brugere og tænker i effekt og effektmåling for dem og os. I 2019 lægges en plan for indgåelse af samarbejdsaftaler med givere og bevilligende instanser.

Implementering af fundraisingsstrategien i de enkelte afdelinger og inden for de enkelte satsningsområder skal resultere i kommunikationsplaner for afdelingernes og satsningsområdernes projekter

Diverse kilder og litteratur

Botting Herbs, Nina & Michael Norton 2012: *The Complete Fundraising Handbook* ,

Burnett, Ken 2014 *Storytelling can change the World* ,

Clausen, Tine Vinther 2008: *Virksomhedsplan for perioden 2009-2013 Museum Lolland-Falster*

Gilmore, James H. & B. Joseph Pine II 2007: *Authenticity, what consumers really want*

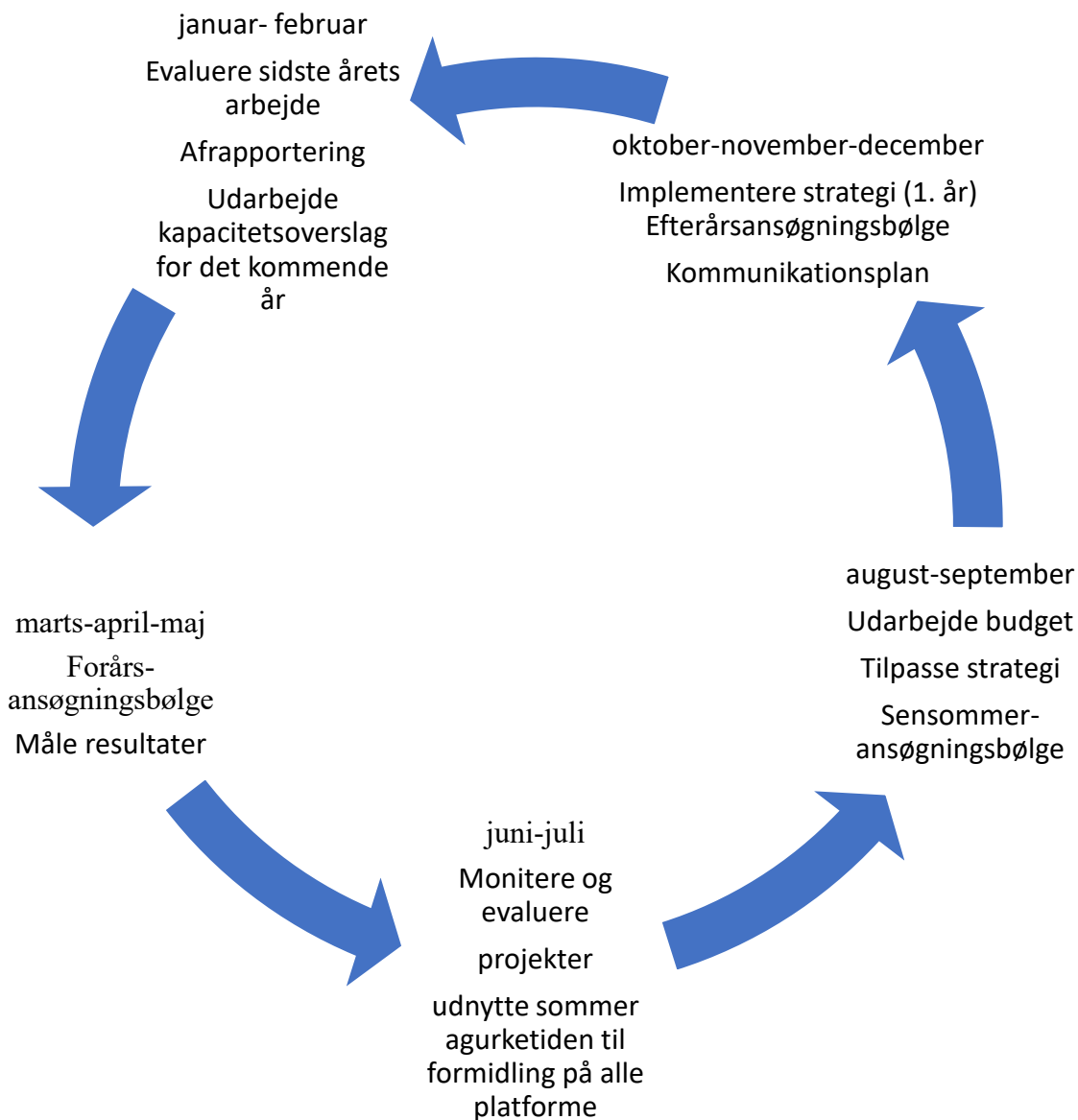
Hørmann, Dennis og Rasmus Munch 2016: *Håndbog i Fundraising 2. udgave*

L 99: *Lov om projektering af fast forbindelse over Femern Bælt med tilhørende landanlæg i Danmark*. Vedtaget af Folketinget ved 3. behandling den 26. marts 2009

Lov nr. 473 af 7. juni 2001, Museumsloven med ændringer, senest lov nr. 504 af 7. juni 2006

Fundraisings årshjul

Årshjulet vedrører både de årlige handleplaner for sponsering, mindre lokale fonde, crowdfunding/crowdsourcing og 4 års planerne for de større projekter, nationale fonde, EU og nordiske fonde/projekter de store fonde



Fundraisings 4-års hjul

Vedrører 4-års arbejdsplaner: Større projekter, nationale fonde, EU og nordiske fonde/projekter

