

BUDAPESTI TÖRTÉNETI MÚZEUM

#afővárosmúzeuma

Intézményi közönségkapcsolati stratégia

Budapesti Történeti Múzeum
2021-2023

Készült: 2020. október

Tartalomjegyzék

1.	A Budapesti Történeti Múzeum közönségkapcsolati területének múltja és jelene	3
2.	Kihívások a stratégiai időtávon	5
3.	Értékek - küldetés - jövőkép	5
4.	Fókuszterületek	6
5.	Függelék	14

1. A Budapesti Történeti Múzeum közönségkapcsolati területének múltja és jelene

Az 1950-es évek közönségkapcsolati tevékenysége a népművelés és a propaganda jegyében zajlott, amely során ismeretterjesztő előadásokat, műemléki kirándulásokat szerveztek. Az intézmény szerepet vállalt helytörténeti körök alapításában, az üzemi népművelésben, az üzemtörténeti anyagok gyűjtésében, a kölcsönös intézményi látogatásokban (üzemi bizottságok és múzeumi dolgozók találkozója), kihelyezett kiállítások (művelődési házakban) rendezésében. Az időszak végére az idegenforgalmi szempontú fejlesztések ügye is felmerült.

Az 1960-as években két jelentős esemény is befolyásolta a közönségkapcsolati működést. Egyrészt 1967-ben a Budavári Palotában megnyílt a BTM Vármúzeuma, amely népművelési szempontból helyzeti előnyhöz juttatta az intézményt. Másrészt a régi városrészek szanálásával előtérbe került az újkori részleg fejlesztése. Ekkor már a múzeum tömegbázisának szélesítése, új elemek bekapcsolása (részvétel a Budapesti Művészeti Heteken, várostörténeti konferencia szervezése, a kiállítások hasznosítása) volt a cél. Az új gazdasági mechanizmus új intézkedési tervet igényelt (ingyenes szombatok megszüntetése, magasabb szakképzettségű szakemberek munkába állítása).

1970-re a BTM felzárkózott a főváros egyéb országos múzeumainak sorába, nagyobb hangsúlyt kapott a közönségszervezés. Sürgetővé vált az önálló népművelő csoport (1975-től Közművelődési Osztály) létrehozása is, tekintettel a kis számú önálló kezdeményezésre, a kevés rendezvényre és a szűk körű társadalmi kapcsolatokra. Kevés volt a népszerűsítő kiadvány is. Az évtized közepére kialakult az intézmény pezsgő, korszerű közművelődési tevékenysége, magas látogatószámokkal. Ez részben az iskolás csoportok létszámából tevődött össze, részben az üzemi bizottságokkal, művelődési központokkal, kerületi tanácsokkal kialakított kapcsolatnak volt köszönhető. A közművelődési terület emberi erőforrásának célzott fejlesztésén túl mindehhez hozzájárult a Vármúzeum közművelődési tevékenységeiben jól használható, korszerű felszereltsége (önálló, felszerelt tanterem, hangstúdió, saját nyomda).

Az 1980-as évek elején előtérbe került a szorosabb együttműködés kérdése mind a fővárosi intézményekkel, mind a Budavári Palotában működő kulturális intézményekkel. Az időszak

elején újranyitották a Kiscelli Múzeumot, ahol a 90-es évek elejétől egy főfoglalkozású művelődési szakember látta el a közművelődés szervezési feladatait. Aquincum 1953 óta változatlanul kiállítóhelyként üzemelt, két idegenvezető munkatárs közreműködésével. A Várban évfordulós helytörténeti vetélkedőket szerveztek, hangversenyek, előadások zajlottak, a tárlatvezetéseket két főállású munkatárs tartotta. Az évtized végére a szabadidő hasznos eltöltése, a művelődési és pihenő-szórakoztató centrummá válás célja került fókuszba. Az időszakban kísérlet történt a baráti kör létrehozására, amely végül az intézmény keretein kívül, a Tájak Korok Múzeumok Egyesület klubjaként kezdte meg működését.

Aquincumban, amely 1989-re visszanyerte múzeumi rangját, a közművelődési csoport az 1980-as évek második felétől, közel két évtized alatt, napjainkra önálló, hét fős csapattá fejlődött, önálló épülettel, munkaszobákkal, raktárakkal, felszereléssel. Mind a közönségkapcsolati tevékenységben, mind a turisztikai attrakciófejlesztésben folyamatos, de a múzeum többi tagintézményétől elszigetelt fejlődés tapasztalható.

A Vármúzeumban az ezredfordulóra megtorpant a közművelődési tevékenység fejlődése és a Kiscelli Múzeumban is több tényező szabott határt a további fejlődésnek. A Vármúzeumban a mai napig mindössze egy olyan munkatárs dolgozik, aki munkaköre szerint a szorosan értelmezett közművelődési szervezési feladatokat látja el. A Kiscelli Múzeumban jellemzően hibrid munkakörökben két nyolc órás és egy négy órás munkarendben foglalkoztatott kolléga felelős a közművelődési ügyekért, de ők szervezik a tagintézmény kommunikációs, marketing és múzeumpedagógiai tevékenységeit is.

A Budapest Galéria - amely 2011-től a BTM tagintézménye - nem rendelkezik önálló közönségkapcsolati csoporttal, egy művészetpedagógus és egy múzeumpedagógus munkatárs képviseli a múzeumpedagógia területét. A kommunikációs és a marketing feladatokat 2019-ig a Galéria kurátorai látták el, 2019 második felétől a Közönségkapcsolati és Szervezési Főosztály fokozatosan kapcsolódik be egyes részfeladatok ellátásába.

Következmények a jelenben

Az elmúlt több mint négy évtizedben a BTM tagintézményeinek közönségkapcsolati működését - amely napjainkban magában foglalja a múzeumpedagógia, a kommunikáció és a marketing területeit is - a szinte teljes izoláció, a belső kommunikáció hiánya, a közös érdekérvényesítés teljes hiánya, a közös célok felállításának elmaradása jellemezte. A területi múzeumokéhoz hasonló szinten megrekedt közönségkapcsolat ebből kifolyólag nem tudta sikeresen képviselni az intézményt az országos múzeumok sorában, hátráltatva a múzeumok megváltozott szerepéhez való igazodást. Jelen közönségkapcsolati stratégia a következő három éves ciklusra a BTM valamennyi tagintézményére kiterjedően tervezi többek között a múzeum közönségnek szóló programstruktúráját, közösségépítésre, különböző társadalmi csoportok támogatására, a részvételiség lehetőségeinek megteremtésére vonatkozó, a szolgáltató múzeum szemléletét előtérbe helyező kínálatát, ezen kívül kiemelt célja a szakterület csapatszintű megerősítése is.

A jelen stratégiát is készítő Közönségkapcsolati és Szervezési Főosztály felelős a múzeum önkéntes részstratégiájának létrehozásáért is

2. Kihívások a stratégiai időtávon

- az BTM tagintézményeinek közönségkapcsolati munkatársaiból csapatot szervezni - ez alapfeltétel a következő években való sikeres munkavégzéshez
- racionális munkaszervezéssel, a feladatkörök tisztázásával a lehetőségekhez mérten ellensúlyozni a humánerőforrás hiányt
- rugalmasan reagálni a kulturális-szabadidős piac változásaira
- látogatóinkat elkötelezni a múzeum mellett, visszatérésre ösztönözni őket
- beteljesíteni a múzeum 21. századi funkcióit (részvételiség, közösségépítés, reakciók a társadalom működésére, részvétel a hátrányos helyzetűek támogatásában stb.)

3. Értékek - küldetés - jövőkép

Intézményünk értékei, amelyeket a közönségkapcsolati stratégia létrehozásánál is szem előtt tartunk:

A BTM **NYITOTT** szellemiségű intézmény: elérhetőek vagyunk és aktív részvételre ösztönözzük munkatársainkat, partnereinket, látogatóinkat és a városi közösséget.

A BTM sokszínűségében **EGYEDI**: gyűjteményeink és tagintézményeink páratlan gazdagságát és változatosságát egyedi módon tesszük hozzáférhetővé.

A BTM **DINAMIKUS**, megújulásra képes: a környezeti változásokra rugalmasan reagálunk, a főváros életében aktívan részt veszünk.

A BTM **INSPIRÁLÓ**: a társadalmi jelenségekhez érzékenyen közelítünk, korszerű kérdésfelvetésekkel és módszerekkel kreatív gondolkodásra készítjük közönségünket.

A BTM szakmailag **HITELES**: az általunk közvetített ismeretek tudományos kutatásokon és korszerű módszertanon alapulnak.

A BTM büszke **TRADÍCIÓIRA**: az elődeink által felhalmozott tudással, kulturális értékeinkkel több mint 100 éve formáljuk a fővárosi identitást.

Küldetés

A BTM a főváros múzeuma.

Közönségkapcsolati működésének megújításával a múzeum tudásközvetítő szerepét erősítjük, közösségek létrejöttét támogatjuk, látogatóinkat a múzeum tudatos használatára biztatjuk.

Jövőkép

A BTM közönségkapcsolati területe kiterjedt kulturális hálózatok szereplője, látogatói és a múzeumhoz kapcsolódó közösségek szolgálatában áll.

4. Fókuszterületek

1. stratégiai fókuszterület: Megteremtjük és működtetjük az intézmény közönségkapcsolati szakmai közösségét

MIT? Feladatunk létrehozni az intézmény közönségkapcsolati szakmai bázisát.

MIÉRT? A gördülékeny közönségkapcsolati feladatellátás, a szakterületen dolgozó munkatársak optimális információ- és tapasztalatcserén alapuló együttműködési lehetőségének megteremtése és a jelen dokumentumban, valamint az intézményi stratégiában foglalt célok teljesítése érdekében célunk egy professzionális munkatársi közösség létrehozása.

2. stratégiai fókuszterület: Fejlesztjük a BTM közönségnek szóló kínálatát - növeljük a látogatószámot

MIT? Felülvizsgáljuk és optimalizáljuk közművelődési kínálatunkat.

MIÉRT? Célunk látogatóinkat és a fővárosi közönséget elkötelezni a BTM által őrzött páratlan tárgyi és szellemi örökség mellett. A szabadidős piacon - különös tekintettel a kulturális szférában - tapasztalható fokozódó versenyhelyzetben szeretnénk láthatóak maradni, hiteles

tudásunkat programjainkon, társadalmunk működésére reflektáló, részvételiségre is lehetőséget adó projektjeinken keresztül egyre szélesebb körnek eljuttatni.

3. stratégiai fókuszterület: Tágabb közösségekben, szorosabb együttműködésekben, nyitottabb hálózatokban gondolkodunk

MIT? Közönségből közösséget, szakmai kapcsolatainkból partnerséget, tagintézményeinkből hálózatot építünk.

MIÉRT? Hisszük, hogy a múzeum kortárs értelmezésének egyik kiemelkedő komponense a közösségépítésre vonatkozó törekvések megvalósítása. Az együttműködések, hálózatok erőforrásként való értelmezése új perspektívát nyitnak a partnerségek kialakításában.

4. stratégiai fókuszterület: Kilépünk a múzeum falai közül

MIT? Tudást közvetítünk, népszerűsítünk, közönséget és közösséget szervezünk a fővárosban.

MIÉRT? Annak érdekében, hogy múzeumunk tudásanyagával minél szélesebb kört tudjunk megszólítani, a városi lakossággal megteremtjük a múzeumon kívüli személyes találkozások lehetőségeit.

1. stratégiai fókuszterület: Megteremtjük és működtetjük az intézmény közönségkapcsolati szakmai közösségét							
MIT? Feladatunk létrehozni az intézmény közönségkapcsolati szakmai bázisát. MIÉRT? A gördülékeny közönségkapcsolati feladatellátás, a szakterületen dolgozó munkatársak optimális információ- és tapasztalatcserén alapuló együttműködési lehetőségének megteremtése és a jelen dokumentumban, valamint az intézményi stratégiában foglalt célok teljesítése érdekében célunk egy professzionális munkatársi közösség létrehozása.							
STRATÉGIAI CÉLOK	KONKRÉT CSELEKVÉSI TERV (MI A PONTOSAN MEGHATÁROZHATÓ, MEGCSELEKEDHETŐ AKCIÓ)	KULCS TELJESÍTMÉNYMUTATÓ - KPI (MIVEL MÉRHETŐ, HOGY MEGVALÓSULT?)	ÜTEMEZÉSI JAVASLAT		FELELŐS (KONKRÉT SZEMÉLY)	KÖZREMŰKÖDŐK (KONKRÉT SZEMÉLY)	ERŐFORRÁSOK
			-tól	-ig			
1.1 Izolált működés helyett integráció	1.1.1. rendszeres megbeszéléseket ütemezünk a tagintézmények közönségkapcsolati munkatársaival	legalább havi egy alkalommal személyesen találkoznak a közönségkapcsolati munkatársak csoportjának tagjai	2021. januártól folyamatosan		közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
	1.1.2. elkészítünk egy, a közönségkapcsolati terület feladatait, folyamatait, szerepköreit, működési szabályait, anyagi lehetőségeit összegző dokumentumot	elkészül egy közönségkapcsolati ügyrend	2021. jan.	2021. ápr.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
	1.2.3. kijelöljük és megteremtjük az osztály online kommunikációs-	elkészül egy közös tárhely (drive)	2020. jan.	2021. jan.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán

	információs felületeit	elkészül egy közös naptár					
	1.2.4. a BTM gyűjteményei, kiállításai, régészeti feltárásai, kiállítóhelyei és a kollégák megismerése céljából belső szakmai programokat szervezünk - a programok során hasznosítási ötleteket gyűjtünk, terveket készítünk	elkészül egy belső programterv a célban megfogalmazottak teljesítésére	2021. márc.	2021. márc.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai <i>érintettek:</i> a BTM gyűjteményvezetői, régészei, kurátorai, további tudományos munkatársai	humán
		kéthavonta egy programot megvalósítunk	2021. márc.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai <i>érintettek:</i> a BTM gyűjteményvezetői, régészei, kurátorai, további tudományos munkatársai	humán, anyagi
	1.2.5. szakmai fejlődésünket támogató, tapasztalataink bővítését és szakmai kapcsolatok létrehozását célzó tanulmányi látogatásokat teszünk muzeális intézményekben	elkészül egy ütemterv a célban megfogalmazott látogatásokra vonatkozóan	2021. ápr.	2021. ápr.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai,	humán, anyagi
		évente legalább kettő program megvalósul	2021. máj.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán, anyagi
		évente legalább kettő megvalósult programot összegző megbeszéléssel zárunk	2021. máj.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
	1.2.6. munkatársaink szakmai fejlődését támogató továbbképzési javaslatot fogalmazunk meg	létrejön egy továbbképzési javaslat	2021. júl.	2021. aug.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, HR munkatársak	humán

2. fókuszterület: Fejlesztjük a BTM közönségnek szóló kínálatát - növeljük a látogatószámot

MIT? Felülvizsgáljuk és optimalizáljuk közművelődési kínálatunkat.

MIÉRT? Célunk látogatóinkat és a fővárosi közönséget elkötelezni a BTM által őrzött páratlan tárgyi és szellemi örökség mellett. A szabadidős piacon - különös tekintettel a kulturális szférára - tapasztalható fokozódó versenyhelyzetben szeretnénk láthatóak maradni, hiteles tudásunkat élményt is biztosító programjainkon, társadalmunk működésére reflektáló, részvételiségre is lehetőséget adó projektjeinken keresztül egyre szélesedő körökben közvetíteni.

STRATÉGIAI CÉLOK	KONKRÉT CSELEKVÉSI TERV (MI A PONTOSAN MEGHATÁROZHATÓ, MEGCSELEKEDHETŐ AKCIÓ)	KULCS TELJESÍTMÉNYMUTATÓ - KPI (MIVEL MÉRHETŐ, HOGY MEGVALÓSULT?)	ÜTEMEZÉSI JAVASLAT		FELELŐS (KONKRÉT SZEMÉLY)	KÖZREMŰ KÖDŐK (KONKRÉT SZEMÉLY)	ERŐFORRÁSOK
			-tól	-ig			
2.1. elemezzük és értékeljük kínálatunkat, együttműködésünket	2.1.1. kategóriák szerint (műfaj, korcsoport, látogatószám stb) elemezzük a BTM aktuálisan elérhető teljes közművelődési kínálatát	elkészül a BTM közművelődési kínálatának jegyzéke(TI)	2021. jan.	2021. febr.	kijelölt közkapcs. munkatárs	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán

	2.1.2. átláthatóvá tesszük a külsős partnerekkel, érintettekkel folyamatban lévő együttműködések	elkészül a közművelődési (együttműködő) partnerek adatbázisa	2021. febr.	2021. márc.	kijelölt közkapcs. munkatárs	közönségkapcsolati osztály munkatársa	humán
2.2. Fejlesztünk	2.2.1. létrehozunk egy közművelődési kutatócsoportot, amelynek feladata a kultúrák közvetítés új lehetőségeinek feltárása	létrejön egy kutatócsoport	2021. márc..	2023. máj.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály kijelölt munkatársa i, külsős megbízott szakértők <u>érintettek:</u> szakmai szervezetek , fenntartó, kulturális szervezetek , civil szervezetek	humán
		elkészül a kutatócsoport működési rendje	2021. márc.	2021. máj.	kutatócsoport vez.	kutatócsoport tagjai	humán
	2.2.2. a látogatókutatások eredményeit felhasználva, a múzeum évi kiállítási terve ismeretében, új elemekkel egészítjük ki a BTM valamennyi tagintézményét lefedő, a hazai és külföldi látogatókat célzó közművelődési programstruktúrát	elkészül egy átfogó intézményi portfólió	2021. ápr.	2023. dec..	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársa i, marketing-kommunikációs osztály, múzeum pedagógiai osztály, tudományos osztályok <u>érintettek:</u> önkéntesek, külsős partnerek, önkormányzatok, civil szervezetek , szakmai szervezetek , utazási irodák	humán, anyagi
	2.2.3. Terveket dolgozunk ki a BTM-hez tartozó kiállítóhelyek optimális közművelődési hasznosítására vonatkozóan, a terv elemeit beépítjük kínálatunkba	elkészül egy átfogó közművelődési hasznosítási terv	2021. máj.	2021. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársa i, marketing-komm. osztály, múzeum pedagógiai osztály, kapcsolódó tudományos osztályok munkatársa i	humán
	2.2.4. Monitorozzuk és elemezzük a tevékenységünk során megvalósult programok mérőszámait	kéthavonta elkészül egy jelentés	2021. jan	2023. dec.	közkapcs. ov. kijelölt közkapcs. munkatársak	közönségkapcsolati osztály munkatársa i	humán

3. fókuszterület: Tágabb közösségekben, szorosabb együttműködésekben, nyitottabb hálózatokban gondolkodunk

MIT? Közönségből közösséget, szakmai kapcsolatainkból partnerséget, tagintézményeinkből hálózatot építünk.

MIÉRT? Hisszük, hogy a múzeum kortárs értelmezésének egyik kiemelkedő komponense a közösségépítésre vonatkozó törekvések megvalósítása. Az együttműködések, hálózatok erőforrásként való értelmezése új perspektívát nyitnak a partnerségek kialakításában.

STRATÉGIAI CÉLOK	KONKRÉT CSELEKVÉSI TERV (MI A PONTOSAN MEGHATÁROZHATÓ, MEGCSELEKEDHETŐ AKCIÓ)	KULCS TELJESÍTMÉNYMUTATÓ - KPI (MIVEL MÉRHETŐ, HOGY MEGVALÓSULT?)	ÜTEMEZÉSI JAVASLAT		FELELŐS (KONKRÉT SZEMÉLY)	KÖZREMŰKÖDŐK (KONKRÉT SZEMÉLY)	ERŐFORRÁSOK
			-től	-ig			
3.1. Növeljük a rendszeresen visszatérő látogatók számát	3.1.1. a programstruktúra fejlesztésénél (2.2.2.) hangsúlyt fektetünk a rendszeres visszatérésre ösztönző programsorozatok kidolgozására	a stratégia három éves időszakában tagintézményenként létrejön legalább három programsorozat	2021. ápr.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
		létrejön egy havi rendszerességgel jelentkező esti programelem (v.ö.: múzeum+, borszerda)	2021. máj.	2021. nov.	közkapcs. ov.		humán, anyagi
		létrejön legalább kettő, a tagintézményeket összekötő programelem	2021. jan.	2021. jún.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán, anyagi
	3.1.2. a marketing-komm. osztállyal együttműködésben kidolgozzuk a visszatérésre ösztönző első BTM-bérlet rendszerét	pénztárainkban kapható a bérlet	2020. febr.	2020. máj.	közkapcs. ov.	mark-komm. osztály közönségkapcsolati osztály, múzeumpedagógiai osztály	humán, anyagi
3.2. Új alapokra helyezzük a múzeumi baráti kör működését	3.2.1. helyzetelemzést végzünk a jelenlegi baráti körök működésére vonatkozóan	létrejön egy-egy, a jelenlegi baráti körök működését, kihívásait összegző jelentés	2021. jan.	2021. febr.	baráti kör vezető	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
	3.2.2. a helyzetelemzés eredményeire támaszkodva javaslatokat dolgozunk ki és vitatunk meg a baráti körök megújításával kapcsolatban	létrejön egy-egy, a baráti körök megújítását célzó munkaterv	2021.márc.	2021. máj.	baráti kör vezető	közönségkapcsolati osztály munkatársai	humán
	3.2.3. a 3.2.2. munkaterv szerint folytatjuk a baráti kör működtetését	a baráti kör taglétszáma 50%-kal nő	2021. jún.	2023. dec.	baráti kör vezető	közönségkapcsolati osztály munkatársai <u>érintettek:</u> önkéntesek	humán
	3.2.4. létrehozunk egy különleges programtervet a baráti kör számára	létrejön egy programterv	2021. jún.	2021. szept.	baráti kör vezető	közönségkapcsolati osztály munkatársai <u>érintettek:</u> önkéntesek	humán
3.3. Önkéntes programot működtetünk	3.3.1. az intézményi önkéntes részstratégiában foglaltak szerint a közönségkapcsolati osztály önkéntes programot hoz létre	elindul a program működése	2021. aug..	2021. aug.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak	humán, anyagi
3.4. Új együttműködések hozunk létre	3.4.1. a 2.1.2. fényében új együttműködési megállapodásokat kötünk utazási irodákkal	legalább tíz utazási irodával létrejönnek a megállapodások	2021. jan.	2023. jan.	külső kapcsolatokért felelős koordinátor	közönségkapcsolati munkatársak, mark-komm. osztály	humán
	3.4.2. projektszintű együttműködésekben	évi legalább két közös projektet valósítunk	2021. jan.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, tudományos munkatársak, mark-komm.	humán

	dolgozunk a BFTK-val	meg				osztály	
3.5. Aktív szerepet vállalunk a hátrányos helyzetűek és a társadalom periferiájára szorultak támogatásában	3.5.1. esélyegyenlőségi projekteket dolgozunk ki	művészetterápiás munkatársat alkalmazunk rész munkaidőben	2021. máj.	2023. dec.	közkapcs. ov.	főigazgató, HR munkatárs	anyagi
		intézményi szinten létrejön egy múzeumi művészetterápiás program	2021. máj.	2021. jún.	közkapcs. ov.	művészetterápiás munkatárs	humán, anyagi
		intézményi szinten létrejön egy munkanélkülieknek szóló program	2021. október	2022. október	közkapcs. ov.	közművelődési munkatársak, múzeumpedagógusok, kommunikációs és marketing munkatársak <u>érintettek:</u> külsős szakemberek, Munkaügyi Központ	humán, anyagi
	3.5.2. látássérültek, vakok, hallássérültek és siketek számára akadálymentes tárlatvezetéseket szervezünk	tagintézményenként legalább egy kiállítási program létrejön	2021. jan.	2021. dec.	közkapcs. ov.	közművelődési munkatársak, múzeumpedagógusok <u>érintettek:</u> külsős szakértők	humán, anyagi
3.6. Idegenvezetők számára képzési programot működtetünk	3.6.1. a részlegesen működő képzési programot kiterjesztjük a BTM turisztikailag releváns tagintézményeire	igényfelmérést végzünk idegenvezetői körökben	2021. jan.	2021. máj	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, mark-komm. munkatársak	humán
		létrejön egy idegenvezetői intézményi képzési terv	2021. máj.	2022. jan.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, tudományos munkatársak <u>érintettek:</u> BKIK, idegenvezetők, utazási irodák, turisztikai cégek MIE (KD)	humán, anyagi
		elindul az első intézményi képzési program	2022. jan.	2022. jan.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, tudományos munkatársak <u>érintettek:</u> BKIK, idegenvezetők, utazási irodák, turisztikai cégek, MIE	humán, anyagi
3.7. Fejlesztjük a frontszemélyzetet	3.7.1. felmérjük a frontszemélyzeti aktuális és lehetséges tevékenységeit, körülményeit, fejlesztendő területeit	elkészül egy helyzetelemzés	2021. jan.	2021. márc.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak és frontszemélyzet	humán, anyagi
	3.7.2. a 3.7.1. eredmények figyelembevételével kidolgozunk egy egységes, de a tagintézményi sajátosságokat figyelembe vevő fejlesztési tervet	elkészül egy frontszemélyzeti fejlesztési terv	2021. márc.	2021. máj.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak és frontszemélyzet, HR munkatársak	humán
	3.7.3. a frontszemélyzet tagjai számára szakmai képzést biztosítunk	évi egy képzés megvalósul	2021. jan.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak és frontszemélyzet <u>érintettek:</u> képzést szervező	humán, anyagi

						intézmény (MOKK?)	
3.8. gyűjtemények különböző szempontú bemutatása	3.8.1. A BTM tagintézményei kiemelt hozzáférést biztosítanak a gyűjteményekhez kortárs művészeknek új művek létrehozása céljából	5 db új mű támogatása előzetesen kiírt pályázat útján, ezek bemutatása	2022. jan.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati osztály, marketing osztály, gazdasági osztály, kiállítási osztály	humán, anyagi

4. fókuszterület: Kilépünk a múzeum falai közül

MIT? Tudást közvetítünk, népszerűsítünk, közönséget és közösséget szervezünk a fővárosban és vidéki településeken.

MIÉRT? Annak érdekében, hogy múzeumunk tudásanyagával minél szélesebb kört tudjunk megszólítani, a városi lakossággal megteremtjük a múzeumon kívüli személyes találkozások lehetőségeit.

STRATÉGIAI CÉLOK	KONKRÉT CSELEKVÉSI TERV (MI A PONTOSAN MEGHATÁROZHATÓ, MEGCSELEKEDHETŐ AKCIÓ)	KULCS TELJESÍTMÉNYMUTATÓ - KPI (MIVEL MÉRHETŐ, HOGY MEGVALÓSULT?)	ÜTEMEZÉSI JAVASLAT		FELELŐS (KONKRÉT SZEMÉLY)	KÖZREMŰKÖDŐK (KONKRÉT SZEMÉLY)	ERŐFORRÁSOK
			-tól	-ig			
4.1. Konceptiót alkotunk	4.1.1. létrehozuk a BTM fővárosi megjelenéseinek tervét	létrejön egy koncepcióterv	2021. jan.	2021. márc.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, kommunikációs munkatársak	humán
4.2. Népszerűsítjük a múzeumot	4.2.1. múzeumi pultunkkal közönség szervezést célzó pop-up megjelenéseket valósítunk meg fővárosi köztereken	tavaszi-nyári szezonban havi legalább egy alkalommal megvalósul a pop-up	2021. márc.	2023. szept.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, kommunikációs munkatársak	humán, anyagi <i>érintettek:</i> önkormányzatok
	4.2.2. a fiatalabb korosztályok érdeklődésére számot tartó rendezvényeken - pl. fesztiválokon - közönség szervező munkát végzünk	évi legalább két rendezvényen megjelenünk	2021. jún.	2023. szept.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, kommunikációs munkatársak	humán, anyagi <i>érintettek:</i> önkormányzatok, programszervezők
	4.2.3. fővárosi, illetve kerületi rendezvényeken közönség szervező munkát végzünk	évi legalább három rendezvényen megjelenünk	2021. márc.	2023. szept.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, kommunikációs munkatársak	humán, anyagi <i>érintettek:</i> önkormányzatok, programszervezők
4.3. Programokat szervezünk a múzeum falain kívül	4.3.1. a múzeumot népszerűsítő, felhalmozott tudását a gyermek és felnőtt korosztályban egyaránt terjesztő, mobil kiállításokat is kínáló projekteket hozunk létre	létrejön a kapcsolódó eszköz- és infrastrukturális rendszer	2021. január	2022. január	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, muzeológusok, régészek, történészek, művészettörténészek, kommunikációs és marketing munkatársak <i>érintettek:</i> önkéntesek, önkormányzatok, civil szervezetek	humán, anyagi, kapcsolati
		létrejön egy koncepcióterv és programstruktúra	2021. jan.	2022. jan.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, muzeológusok, régészek, történészek, művészettörténészek	humán

BTM közönségkapcsolati stratégia 2021-2023

						ek, kommunikációs és marketing munkatársak <u>érintettek:</u> önkéntesek, önkormányzatok, civil szervezetek	
		létrejön az első projekt	2022. jan.	2023. dec.	közkapcs. ov.	közönségkapcsolati munkatársak, múzeumpedagógusok, muzeológusok, régészek, történészek, művészettörténészek, kommunikációs és marketing munkatársak <u>érintettek:</u> önkéntesek, önkormányzatok, civil szervezetek	humán, anyagi, kapcsolati

5. Függelék

1. SWOT

SZEMPONT: a Budapesti Történeti Múzeum - Közönségkapcsolati osztály körvonalazódó új korszakának megvalósítása. Az osztály feladatellátásának jól működése szempontjából melyek az erősségek/gyengeségek/lehetőségek/veszélyek?

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
- a csapatban dolgozó munkatársak sokszínű képzési háttere és tapasztalata - rengeteg kommunikálható tartalom - sok bevonható kolléga, diverz tudásbázis - érdekes kiállítások - érdekes ingatlanok, különböző lokációk, sokféle tér - különböző gyűjtemények, minden történelmi kor megjelenik - kiterjedt kapcsolati hálózat a tudományos és a kortárs művészeti életben - munkatársak adott témaköröknek való elköteleződése, hivatástudata, tapasztata - kiterjedt kapcsolati hálózat hagyományőrzői körökben - látogatóközpontú szemlélet a közönségkapcsolati munkatársak körében - a Főváros és a regionális kulturális és turisztikai koncepciókba integrálható programokat tudunk kínálni	- szétagolt információ, lassú és bonyolult információáramlás - sokszor nem közérthető módon történő tudásközvetítés - hiányzik a látogatói igények felmérése - szinte kizárólag informális kommunikáció a tagintézmények között (túlzott tagoltság) - humánerőforrás-hiány és a munkatársak túlterheltsége - teljesítmény megbecsülésének, elismerésének hiánya - forráshiány, vagy a hozzáférhető források ismeretének a hiánya - kevésbé "múzeumkompatibilis" teremőri gárda - nincsenek tagintézmények együttműködésében megvalósuló fejlesztések - intézményi szinten hiányzó szakmai párbeszéd a közönségkapcsolat területén - tagintézmények közötti konkurens működés - markáns különbségek a tagintézmények programkínálatának minőségében - kaotikus fogalmi keretek alapvetéseket illetően (mi a múzeum feladata kortárs értelmezés)

	szerint? mi közönségkapcsolat és mi nem az? mik a közös válaszaink? stb) - a közönségkapcsolati működést egyes intézményi tudományos körökben még mindig szükséges rosszként kezelik - a közkapcs munkatársak intézményi szinten kevésbé vagy egyáltalán nem ismerik egymást, ez találgatások, prekonceptiók létrejöttének táptalaja
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
- növekvő érdeklődés a kultúra és a várostörténet iránt - belföldi turizmus növekedése - járványhelyzet miatt a kültéri és kisebb létszámú programok látogatása növekszik) - nyitott városvezetés - párbeszéd kialakítása a munkatársak között, vélemények és tapasztalatok figyelembe vétele - dolgozók megbecsülése, ezáltal a motiváltság erősítése - területi elhelyezkedés - időszak kiállítások és nagyrendezvények népszerűségének növelése - fiatal felnőttek megszólítása és bevonása - közösségi terek kialakítása - a meglévő programcsomag megújítása - új programok kidolgozása - közösségek szervezése - humán erőforrás fejlesztése - tagintézményi közös programfejlesztések lehetősége - közönségkapcsolat közös érdekérvényesítési lehetőségei - egyedi bemutatási helyszínek - kapcsolatépítés, együttműködések létrehozása fővárosi intézményekkel, civil szervezetekkel, városi közösségekkel	- járványhelyzet - további forráshiány - elméletek gyakorlati megvalósításának hiánya - konkrétumok, pontos feladatok meghatározásának hiánya - Budapest sűrű kulturális programkínálata - ha nincs fejlesztés, investálás a korszerűsítésekre, lemaradunk

2. stakeholder

		ÉRDEKELTSÉG	
		ALACSONY	MAGAS
H A T A L O M	M A G A S	- EMMI Kulturális osztály - Fővárosi Önkormányzat - NKA - BTM múzeumok más munkatársai (muzeológusok, gondnokság, őrség) - egyéb támogatók - kerületi önkormányzatok - civil szervezetek (pályázatai) - politikusok - potenciális szponzorok - országos és fővárosi turisztikai szervezet - Várkapitányság - múzeumi főigazgatók	- vezetők - kerületi kulturális intézmények) - BFTK (Budapest kártya)
	A L A C S O N Y	- Budapest lakosai - turisták - más múzeumok munkatársai - nemzetközi partnerek - kortárs művészek - civil szervezetek - környékbeli nyugdíjas klubok és egyesületek - speciális csoportok(fogyatékosok, gyesen lévők)	- látogatók - gyakornokok - közönségkapcsolati munkatársak - külsős közreműködők - idegenvezetők és utazási irodák - szakirányú felsőoktatási intézmények - BKE tagjai - önkéntesek - külsős idegennyelvű tárlatvezető partnereink - tanárok, iskolai kulturális szervezők - múzeum tudományos munkatársai