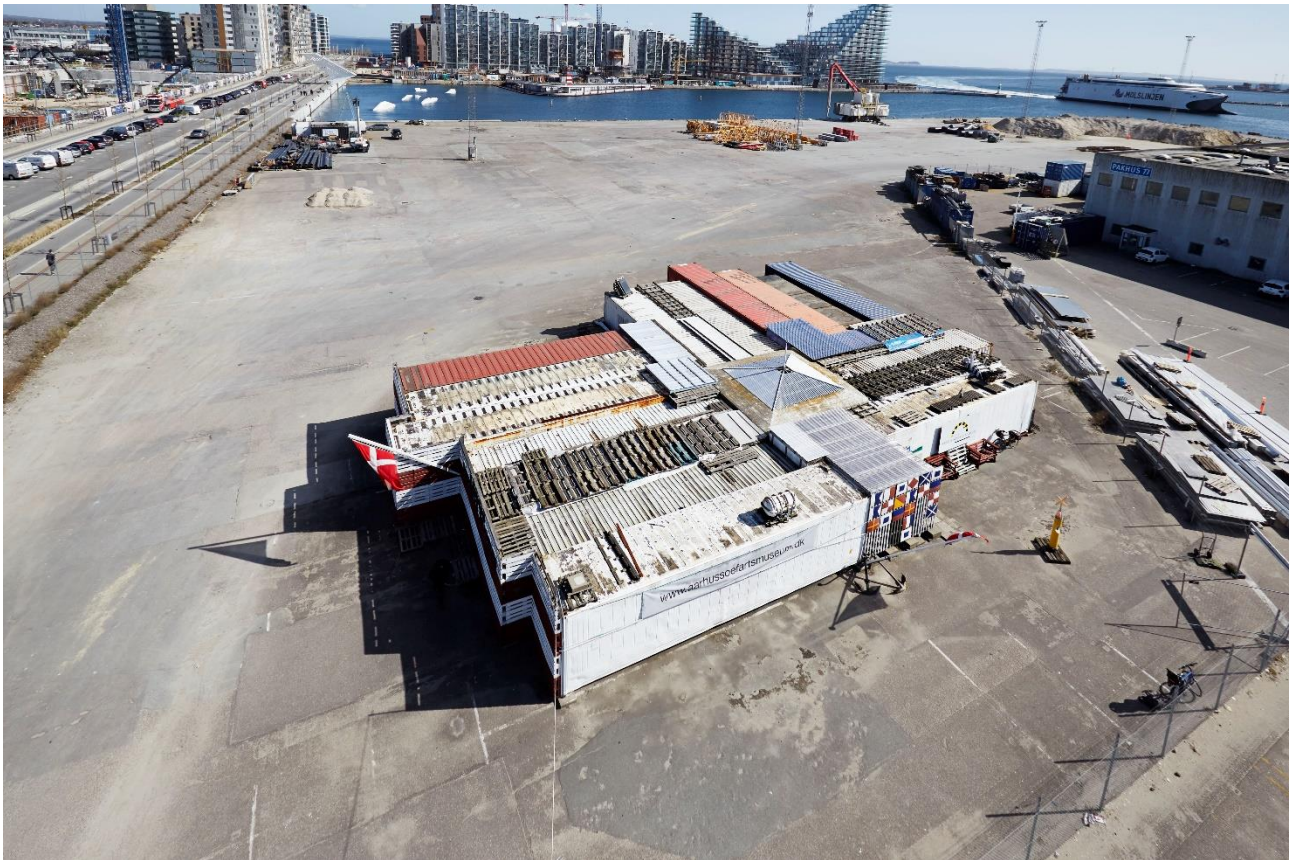
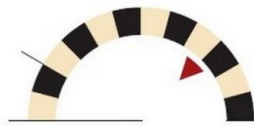


AARHUS SØFARTS MUSEUM



STRATEGI 2022-2027

Aarhus Søfarts Museum



INDHOLDSFORTEGNELSE

FORORD	3
STRATEGI	4
Tidsplan	4
Oplevelsesøkonomi	5
HVAD SKAL MUSEET KUNNE TILBYDE, HVAD ER VISIONEN	6
Ydelser	6
De indholdsmæssige visioner	6
Valg af fokus	7
Produkt – udstillingsstrategi	7
Fokus: Lokalhistorisk Havn – opsat i to produktsøjler	9
Fokus: International Søfart	10
Synergitænkning	11
Samarbejdsvision	12
VISIONEN OM MUSEETS RAMMER OG OMFANG	12
Visionen om museets rammer og omfang	12
Visionen om placering	12
Visionen om et maritimt fællesskab	14
VEJEN FREM TIL MÅLET ER SYNLIGHED OG ØKONOMI	14
Synlighed	14
ØKONOMI	15
Ansøgning om sponsorstøtte til forundersøgelse	15
Ansøgning om sponsorstøtte til effektivering 2025 -2027	16
Ansøgning om sponsorstøtte til udgifter til daglig drift 2025 -2027	16
ORGANISATION	17
IMPLEMENTERINGSPLAN	18

FORORD

Bestyrelsen for Aarhus Søfarts Museum har igennem de seneste år igangsat et forløb med fokus på at udvikle og etablere nye rammer for Aarhus Søfarts Museum (ASM). Derfor blev der taget initiativ til at iværksætte en proces med det formål at udarbejde en konkret og specificeret strategi for museet. Baggrunden var dels, at Aarhus Søfarts Museum, som er en privat institution, gennem de senere år har oplevet stor interesse for museets virke, men samtidig stået overfor store udfordringer i forhold til at finde en permanent og fast matrikel, så museets samlinger kan sikres i et fremtidigt perspektiv. Denne strategi omfatter specificerede krav, men også ønsker til, hvad et fremtidigt søfartsmuseum bør indeholde, samt hvordan denne institution skal finansieres. Museet er helt klar til at se fremad mod nye muligheder for udvikling af museet og ikke mindst bidrage som endnu en stor kulturel attraktion for Aarhus.

Strategien er udviklet af bestyrelsen, som har medlemmer med erfaring fra såvel oplevelsesøkonomibranchen, kulturhistoriske institutioner samt med økonomistyring.

Aarhus Søfarts Museum står overfor en omfattende forandring for at finde en ny løsning for et nyt museum. Vi vil skabe et attraktivt og nytænkende museum, der har lokal, national og international rækkevidde.

Strategien angiver retning for den fremtidige udvikling af Aarhus Søfarts Museum frem mod år 2027 og giver samtidig ledelse og bestyrelse en række konkrete redskaber, metoder og målsætning at træffe beslutninger ud fra, når den endelige strategi for Aarhus Søfarts Museum skal vedtages.

STRATEGI

Strategien for 2022 - 2027 er at iværksætte en undersøgelse, der skal føre til en kommende placering af Aarhus Søfarts Museum, samt fastslå hvilke greb og indsatsområder vi skal vælge fremadrettet.

Følgende punkter vil være relevante i undersøgelsesprocessen 2022 - 2025:

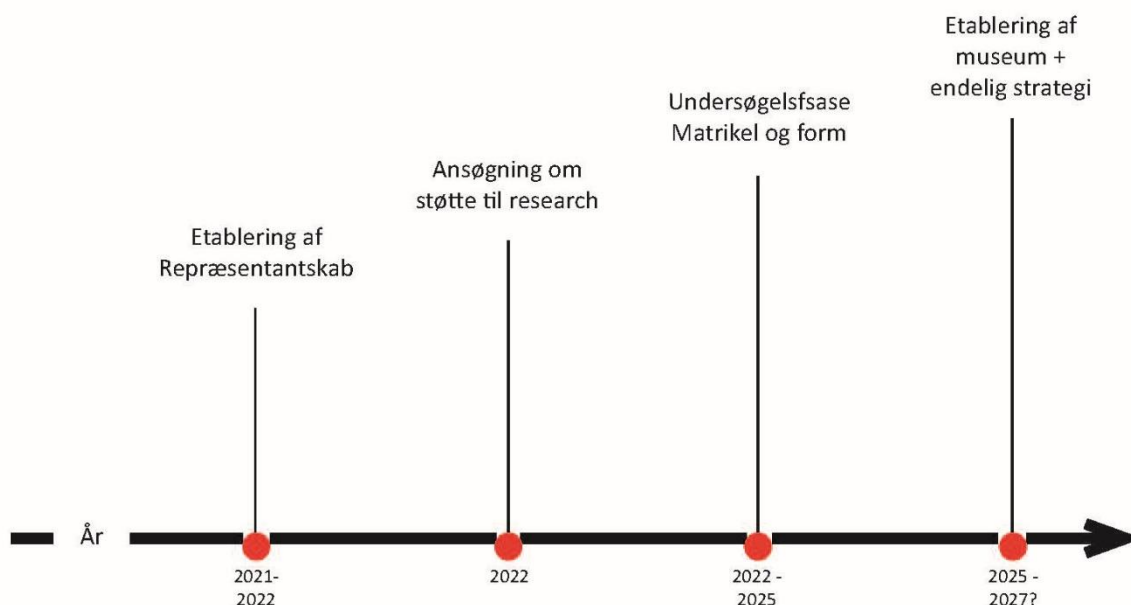
- planlægnings- og opbygningsbudget (Researchbudget)
- museets fremtidige beliggenhed
- mulige arkitektoniske tilbygninger i forhold til visioner
- hvilke samarbejdspartnere er relevante i forhold til placering, mission og vision

Strategien fra ca. 2025 vil være at udforme den endelige handlingsplan i forhold til:

- Produkt- og driftsstrategi
- Kundemission
- Driftsbudget
- Investeringsbudget
- Likviditetsbudget

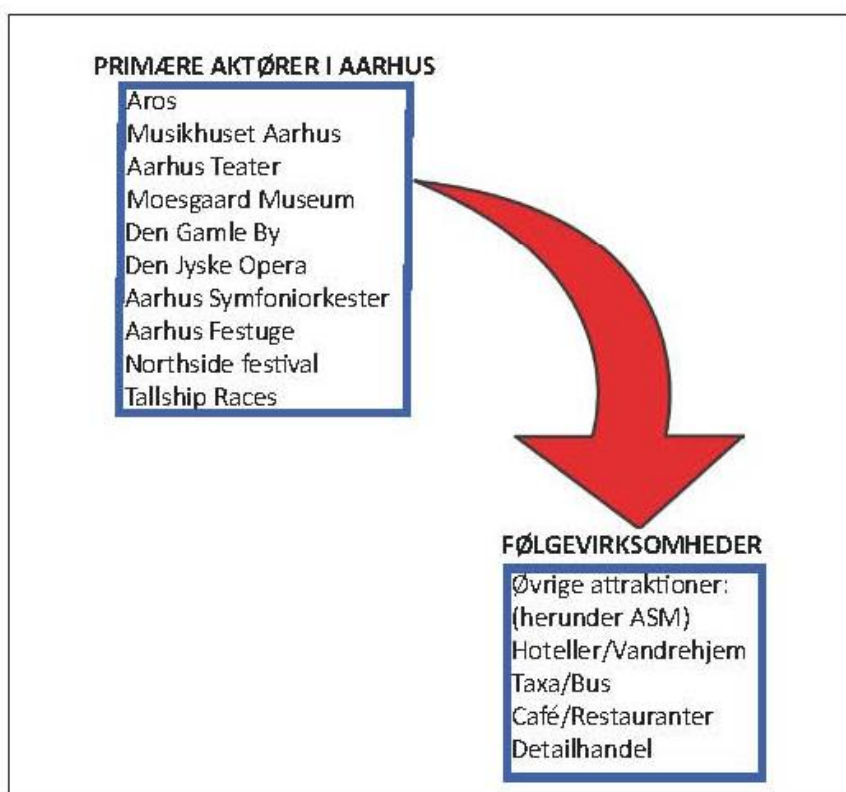
TIDSPLAN

Om tidsplanen holder, afhænger af hvornår byfornyelsesprocessen på Pier 3 træder i kraft, og hvor hurtigt processen går. Tidsplanen skal derfor tages med forbehold.



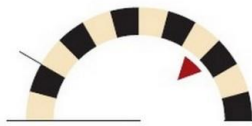
OPLEVELSESØKONOMI

Oplevelsesøkonomien opererer med begreberne **PRIMÆRE AKTØRER** og **FØLGEVIRKSOMHEDER**. En primær aktør har en ydelse eller et produkt. Den primære aktør kan være et museum, musiksted, teater o.l., som er værd at rejse efter og som trækker gæster til området. Når gæsterne er ankommet, gør de brug af følgevirkningerne, som er andre kulturoplevelser, caféer, restauranter, detailhandel med videre. En primær aktør driver således en økonomi, der er større end sin egen, da det produkt, den primære aktør leverer, "smitter af" på følgevirkningernes indtægt.



Hovedsigtet i denne strategi 2022-2027 er IKKE at flytte Aarhus Søfarts Museum fra en markedsposition som FØLGEVIRKSOMHED i oplevelsesøkonomien til at blive en PRIMÆR AKTØR, der selvstændigt trækker gæster fra nær og fjern til museet og dermed til Aarhus Kommune, men dette kan med stor sandsynlighed blive et fokuspunkt i strategien efter 2027.

Det vil dog afhænge af, hvor Aarhus Søfarts Museum kommer til at ligge, og om museet får et selvstændigt sted i fx. Lodshuset eller Pakhus 77, eller om det kommer til at fungere i en museums-klynge sammen med fx Nature & Science Museum på Aarhus Ø - samt ikke mindst af den fremtidige økonomi.



HVAD SKAL MUSEET KUNNE TILBYDE? HVAD ER VISIONEN?

YDELSER

De ydelser museet skal kunne levere er: **forskning og formidling**

Forskning og indsamling ses i et produktudviklingsperspektiv

Formidling ses i et salgsperspektiv.

FORSKNING → PRODUKT

- Indsamling
- Registrering
- Bevaring
- Bibliotek med studiemuligheder

FORMIDLING → SALG

- Permanent udstilling
- Varierende særudstillinger
- Auditorie/scene til varierende arrangementer som foredrag, film og musik
- Butik

DE INDHOLDSMÆSSIGE VISIONER

Aarhus Søfarts Museum vil skabe et attraktivt og **nytænkende museumsprodukt**, med lokal, national og **international rækkevidde**, som sætter **forskning og formidling i et fornyet perspektiv**.

Et attraktivt og nytænkende museumsprodukt

... Museumsprodukt betyder et museum, der skal formidle Aarhus bys udvikling som havneby gennem 1250 år samt den maritime, internationale søfartshistorie, som er uløseligt knyttet til enhver havneby. Det *gøres* ved at indsamle, registrere og bevare. Attraktiv og nytænkende betyder, at museumsproduktet skal løftes fra at være en samling til et museumsprodukt i en international liga.

International rækkevidde

... International rækkevidde betyder, at Aarhus Søfarts Museum skal være så attraktivt, at vi tiltrækker turister og gæster både lokalt, nationalt og internationalt. ASM skal være en af de gode grunde til at besøge Aarhus.

Forskning og formidling i et nyt perspektiv

... Det betyder, at museumsproduktet skal skabes via innovativ forskning og formidles, så gæsterne oplever vedkommende og identitetsskabende præsentationer. Dette skal først og fremmest ske gennem udstillinger og arrangementer samt formidling via publikationer.

VALG AF FOKUS

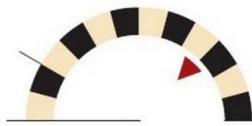
Strukturen hviler på to hovedområder, **havn** og **international søfart**, som begge er **nødvendige ingredienser** i det videre arbejde:

1. Den overordnede begrundelse for at bibeholde og udvikle et søfartsmuseum i Aarhus er **havnens enestående historie gennem 1250 år**, som bringer os gennem en fantastisk fortælling, der strækker sig fra 700-tallets naturhavn over vikingetidens ledingsflåde til renæssancens handelshavn og videre til nutidens industrihavn.
2. Fundamentet er den nuværende **samling på ASM**, hvis fokus er **international søfart og livet ombord til søs**.

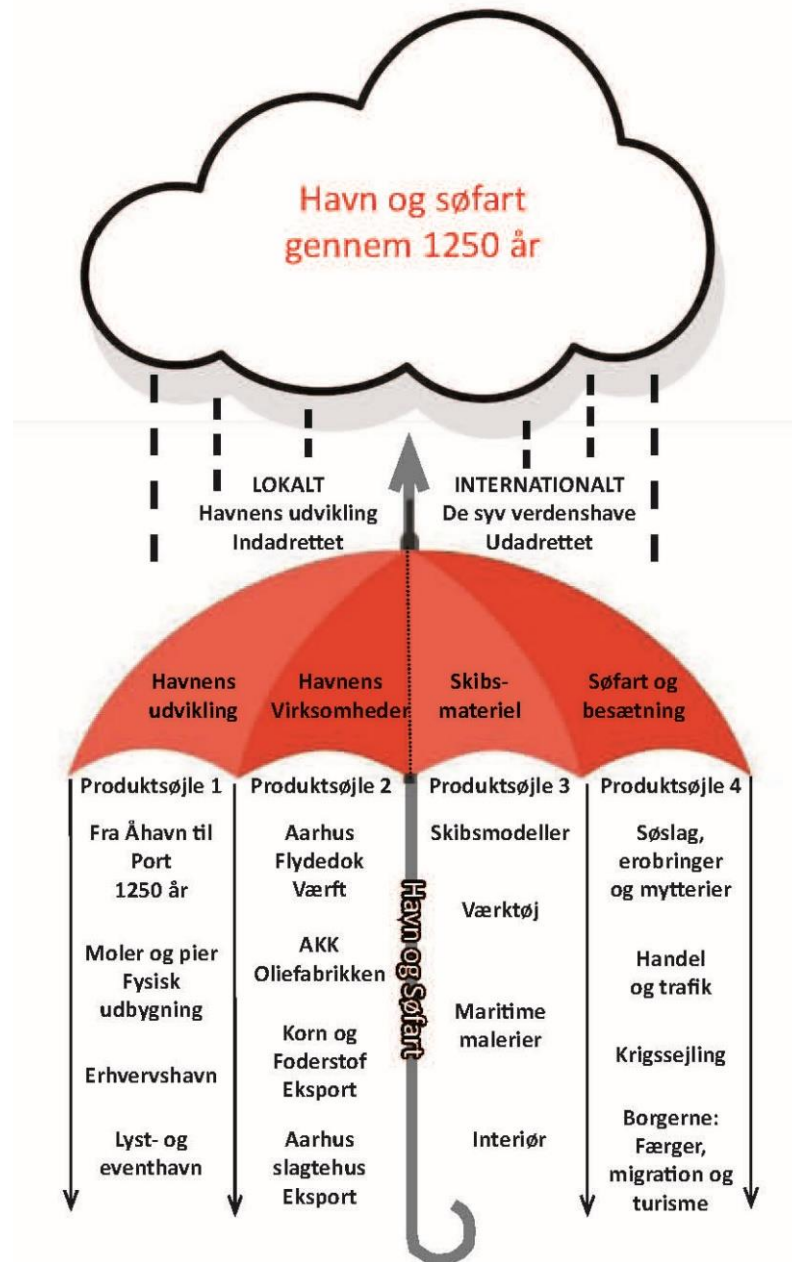
Det er et omfattende fokuspunkt, der favner hele fortællingen om havn og søfart, og med de rigtige greb er det samtidig en vigtig fortælling, som **kun** Aarhus er i stand til at levere qua byens lange, brogede og ubrudte havne- og søfartshistorie.

PRODUKT - UDSILLINGSSTRATEGI

Udstillingsstrategien kan stilles op som en paraplymodel med udgangspunkt i de to nævnte fokusområder: havn og søfart. Det er i den første strategi, 2022- 2027, ikke muligt at afdække hvilke emner i havnens udvikling og den internationale søfart, der skal sættes størst fokus på, da det afhænger af beliggenhed og kontekst efter 2025-2027, men for at vise, at strategien er overskuelig og samtidig dybdegående kan det opstilles som i følgende graf:



AARHUS SØFARTS MUSEUM



Uddybning følger:

FOKUS: LOKALHISTORISK HAVN - OPSAT I TO PRODUKTSØJLER

Der er to produktsøjler, der omfatter havnens udvikling:

1. Havnens historiske udvikling gennem 1250 år
2. Havnens enkeltstående virksomheder

HAVNENS UDVIKLING FRA ÅHAVN TIL KYSTHAVN OG FRA KYSTHAVN TIL STORHAVN – PERMANENT UDSTILLING

Kun Aarhus kan se tilbage gennem historien og føre en lige linje fra 770'ernes handelsplads, over stolte vikingekongers ledingshavn med søslag i Aarhus Bugt – og frem til Danmarks største containerhavn i det 21. årh. Alt på grund af en unik beliggenhed. Derfor er et søfartsmuseum væsentlig for byens historie og turistmæssige branding. Byens identitet er skabt ud af vores forfædres bedrifter og århundreders historiske begivenheder, store som små. Vi er forpligtede til at give den viden videre, for at man også fremadrettet kan forstå den by og den tid, vi lever i.

En **permanent udstilling**, der tager fat om havnens udvikling gennem tiden, vil være fundamental for et søfartsmuseum i Aarhus. Historien kan overordnet set deles ind i følgende forløb.

- Ledingsflåden i vikingetiden
- Handelsbyen og skibsfarten i 1600- og 1700-tallet
- Havnens udvikling fra til industrihavn i 1800-tallet til Danmarks største containerhavn
- Fiskeri- og sejlsportshavn

For at sikre den nødvendige specialviden, der kan udfylde og skabe pondus for en sådan udstilling, bør den udvikles i samarbejde med lokale eksperter, der har kompetence på feltet, og som kan tilføre viden og materiale til en sådan udstilling - fx Moesgaard Museum (MOMU) og Aarhus Stadsarkiv. En sådan medskabende ydelse skal selvfølgelig give synergieffekt til gode for alle parter.

HAVNENS ENKELTSTÅENDE VIRKSOMHEDER – PERMANENT ELLER SÆRUDSTILLINGER

Aarhus industrihavn har og har haft en række virksomheder med en stor fortælling om havnearbejderlivet og utallige varierende produkter, der blev/bliver ind- og udskibet. Nogle af disse virksomheder er:

- Aarhus Flydedok
- Aarhus oliefabrik – AAK
- Korn og Foderstof Kompagniet – KFK
- Aarhus Fiskerihavn

Fortællingen om de enkelte virksomheder kan sættes under lup via **skiftende særudstillinger** eller indgå i **permanentudstillingen om havnens udvikling**, hvilket er afhængig af museets fremtidige beliggenhed og omfang.

ASM ligger inde med en del materiale, som dækker området, men skal man nå til bunds i det enkelte emne, vil et samarbejde med Aarhus Stadsarkiv og/eller Den Gamle By være det rigtige.

FOKUS: INTERNATIONAL SØFART - OPSAT I TO PRODUKTSØJLER

International søfart er et nærmest naturgivent resultat af at være havneby. Området kan indeles i to produktsøjler - Skibsmateriel og søfartsfortællinger. Depotmaterialerne, som ASM ligger inde med, mødes i et krydsfelt mellem forskellige strømninger, interesser, metoder, synspunkter el.lign. hvor de kan trækkes frem fra depotet og indgå i et samspil med hinanden eller behandles i grupperinger og emner med særudstillinger for øje.

1. Skibsmateriel og værktøj
2. Besætning og søfartsfortællinger

SKIBSMATERIEL OG VÆRKTØJ – PERMANENT- ELLER SÆRUDSTILLINGER

En stor del af ASM's samling består af skibsværktøj, navigationsudstyr og skibsprovianteringsudstyr samt interiør. Værktøjet er en del af museets depotsamling, der kan bruges til en permanentudstilling eller trækkes frem fra depotet til særudstillinger om fx skibsdriften og dens udvikling fra mandskabsdrevet sejlads og frem til GPS-tidsalderen samt nutidens terrorrisiko, der har ændret både skibsdriften og de internationale havne markant.

BESÆTNING OG SØFARTSFORTÆLLINGER – SÆRUDSTILLINGER

ASM's samling omfatter også en stor del skibsmodeller, maritime malerier, fotos, som sætter fokus på fortællingen om internationale farvande, interkulturelle besætninger, krige, mytterier og forlis – alt sammen fortællinger, der hørte/hører til hændelser på havet og som sætter livet på de syv verdenshave i et historisk perspektiv. Også her er der mange muligheder for at trække ting frem til særudstillinger af divergerende art.

SYNERGITÆNKNING

De to områder – den lokale havn og den internationale søfart - skal forenes i en synergitænkning, der forstærker begge områder, så den kombinerede effekt bliver større end summen af de enkelte faktoreres bidrag.

ASM's strategi formes altså på baggrund af den naturlige cirkulation mellem havn og søfart. Synergitænkningen betyder, at man kan skabe produkter og ydelser i form af udstillinger arrangementer og publikationer, der dækker byens grundlæggende erhverv SØFART og byens historie som HAVNEBY med international rækkevidde. Ved at lade emnet havn og søfart - i sin helhedsform - være museets bærende grundsøjle, vil Aarhus få et levende og alsidigt søfartsmuseum, der ikke blot har lokalhistorisk værdi, men også international kurs. Bredden – eller helhedstænkningen - gør det samtidig muligt at have en permanent udstilling med fokus på byens udvikling som havneby såvel som en række særudstillinger med skiftende brændpunkter.

,
En havn fører til søfart og søfart fører til en havn



SAMARBEJDSVISIONER

Ved at samarbejde **på tværs af institutioner**, sektorer, discipliner og geografi i forhold til de fokusområder, vi bringer op, kan vi løfte historien om Aarhus som havne- og søfartsby, så den får international status. Vi ønsker at igangsætte og facilitere partnerskaber på både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt niveau, der styrker disciplinerne gensidigt.

VISIONEN OM MUSEETS RAMMER OG OMFANG

VISIONEN OM MUSEETS RAMMER OG OMFANG

Visionen er et museum med plads til digitale løsninger, eventrum og auditorium, møderum og kontor, bibliotek med læse-/studereplads, café, værksted til frivillige, lagerplads, toilet og køkken.

Aarhus Søfarts Museum har i de seneste otte år holdt til i nu 15 containere, svarende til 15 x 30 m² = 450 m². Det er for lidt i forhold til de mange arkivalier, bøger og genstande - sammenlagt ca. 30.000 store som små.

For at kunne præsentere udstillingerne på en mere informativ og tidssvarende måde, skønner vi, at det vil være nødvendigt med mellem 900 m². og 2000 m² for skabe et innovativt søfartsmuseum i moderne rammer. Vi er dog klar over, at man skal kunne skalere i forhold til den kontekst, museet ender med at være i.

VISION OM PLACERING

Et søfartsmuseum hører naturligvis til på havnen. Udgangspunktet for at kunne udvikle en konkret plan og derefter søge om økonomisk støtte til den endelige etablering er, at man har en fast matrikel og en strategi. Den endelige strategi kan først udfoldes i forhold til visionerne, når vi kender den aktuelle beliggenhed.

Aarhus Søfarts Museum har følgende forslag til de fysiske rammer, som skal undersøges til bunds:

MULIGHED: LODSHUSET

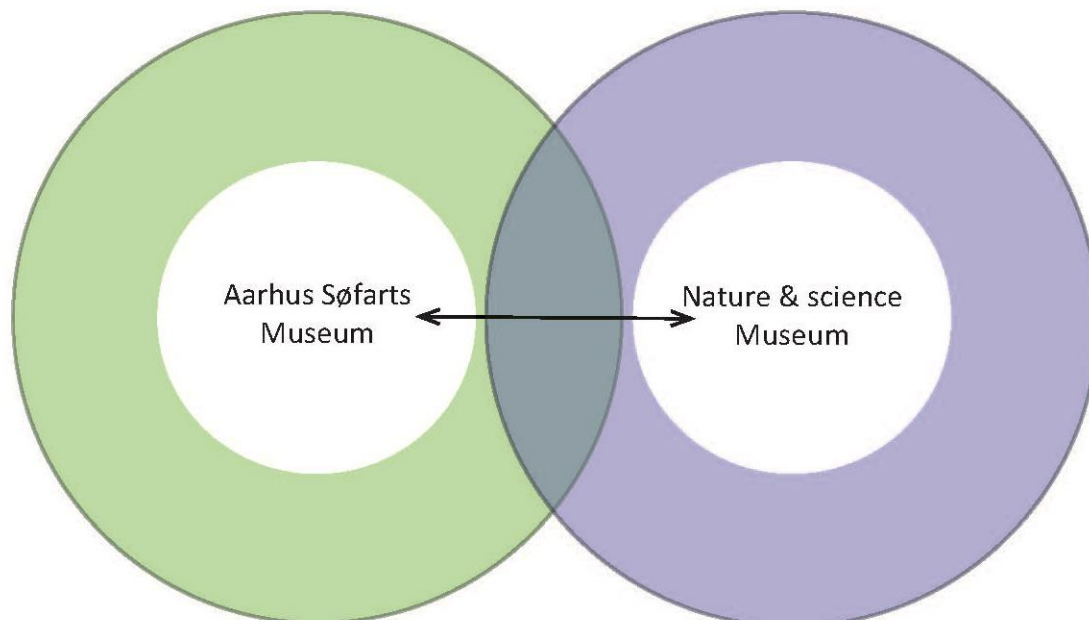
Fordelen ved at bruge en allerede eksisterende bygning er, at man med forholdsvis enkle, arkitektoniske greb kan skabe plads til de ønskede rum. Lodshuset er dansk kulturarv. Aarhus Søfarts Museums mange genstande må siges at tilhøre samme kategori og er indholdsmæssigt tæt, nærmest uløseligt forbundet med Lodshuset.

Det vil være nærliggende at fuldende den fine forbindelse, der er, mellem disse to enheder og lade Lodshuset og Aarhus Søfarts Museum lægge til kaj sammen på Pier 3. Dette forhindrer hverken et grønt areal eller en boligmasse, da museet indordner sig efter omgivelserne.

MULIGHED: MUSEUMSKLYNGE

En anden mulighed er en museums-klynge med tværfaglige samarbejder, som vil kunne skabe en dynamik, der kan være en katalysator for tænkning ud over de vante rammer. Den mulige museums-klynge, vi ser, er selvfølgelig i et samspil med "Nyt Nature & science Museum" på Aarhus Ø (Naturhistorisk Museum).

Ud over de skiftende særudstillinger og permanente udstillinger, som søfartsmuseet almindeligvis vil præsentere, er det ikke vanskeligt at se de krydsfelter, der er mellem søfart og naturhistorie. Eksempelvis er der havets rigdom af mad som fisk, skaldyr, tang samt dennes håndtering ved skibskokken, koksmaten og hovmesteren. Man kunne også sætte fokus på det, der lastes og losses som gas, kul, sheanødder, kaffebønner, sojabønner osv. Et fokusområde er også den globale opvarmning, som i høj grad inkluderer havet.



VISIONEN OM ET MARITIMT FÆLLESSKAB.

Beliggenheden ved havnen betyder, at man aktivt vil kunne samarbejde med sejlsportsstederne, træskibshavnen og andre søfarts-, sejlsports- og kulturrelevante instanser uden infrastrukturelle problemer. Hvis en café eller varmestue indregnes, kan et samarbejde med havnens fiskehuse og restauranter inkluderes.

Den helt store vision er, at bugserbåden Jakob eller nogle af træskibshavnens skibe får ankerplads ved museet. Ved at anlægge flydebroer, vil der kunne skabes et optimalt maritimt miljø ved Lodshuset eller ved en eventuel museums-klynge, et miljø der både fortæller historie og rækker frem mod nye samarbejdsformer og eventmuligheder, altså endnu større fremtidig promovning af Aarhus som havneby.

Et nyt søfartsmuseum i et maritimt og musealt samarbejds miljø er en oplagt mulighed for en fantastisk attraktion på Aarhus Havn, nationalt som internationalt.

VEJEN FREM TIL MÅLET ER SYNLIGHED OG ØKONOMI

SYNLIGHED

- **At realisere et nyt museum kræver større synlighed, som kan tiltrække et nyt publikum.**

AKTUEL FORMIDLING 2022 - 2025

I researchperioden arbejdes der fremdeles fra det nuværende museum, som er beliggende i 15 containere på Pier 3.

Det nuværende museum er for trangt og uden vand og toilet og med interimistisk belysning. En synliggørelse af museet kan blandt andet ske gennem udadvendte pop-up arrangementer, som kan belyse andre sider af sømandslivet – for eksempel sømandsmusik i nye kompositioner, havn og hav fortolket af kunstnere, livsfortællinger og portrætfotos – eller andet, som kan trække et helt nyt publikum og en yngre generation til.

Sådanne arrangementer vil kunne ske i et samarbejde med andre foreninger – eksempelvis Træskibsforeningen i Aarhus, Aarhus SeaRangers o.a. Arrangementerne og udstillingerne vil kunne afvikles på for eksempel Aarhus Internationale Sejlsportscenter, Dokk1, på Aarhus Ø, Mindet eller Mellemarmen. Større events kan arrangeres i forbindelse med Aarhus Festuge og sejlsport events med lokale eller internationale samarbejdspartnere – afhængig af økonomi og støtte.

KOMMENDE FORMIDLING 2025 - 2027 OG FREM

Den fremtidige formidling ses i et oplevelsesøkonomisk salgsperspektiv fordelt på to områder.

Oplevelser: Udstillinger og events (entré)

Butik: Merchandise (salg)

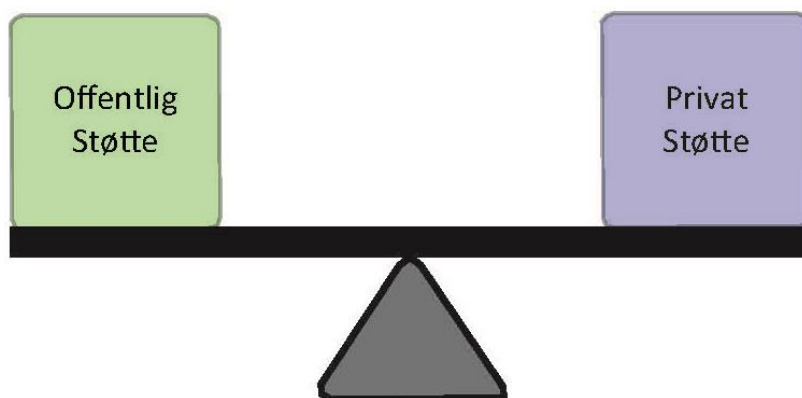
ØKONOMI

ANSØGNING OM SPONSORSTØTTE TIL FORUNDERSØGELSER

Aarhus Søfarts Museum har hidtil været båret af frivillig arbejdskraft og med en meget lille økonomi sponsoreret af Aarhus Søhistoriske Selskab til vedligeholdelse og udstillinger. Endvidere er der givet sponsorstøtte til udgivelse af vores bog, og dertil kommer små indtægter i form af salg af bøger o.a.

Den fremadrettede strategi vil være at finde sponsorer til forundersøgelser af hvilken matrikel, arkitektur, omfang, samarbejdspartnere samt tekniske og faglige løsninger, der skal til.

Vi forventer at økonomien til undersøgelserne skal finansieres ved offentlig støtte og privat støtte:



ANSØGNING OM SPONSORSTØTTE TIL EFFEKTUERING 2025 - 2027

Når undersøgelserne har ført til resultater, kommer en ny ansøgningsrunde, indeholdende effektivering af fysiske rammer og endelig driftsbudget. Denne ansøgningsrunde vil omfatte:

- Visualisering og arkitekttegninger
- bygning,
- teknik,
- indretning
- formidling
- etc.

ANSØGNING TIL UDGIFTER TIL DAGLIG DRIFT 2025 - 2027

Som udgangspunkt vil der, som hos alle museer, være behov for sponsorer og anden form for finansiering til den daglige drift:

På nuværende tidspunkt løses den daglige drift gennem en lille støtte fra blandt andet Aarhus Søhistoriske Selskab, bogsalg og tilsvarende småindtægter samt frivillig hjælp. En endelig driftsøkonomi vil ikke blive aktuel, før museet har en fast matrikel, men det er dog væsentligt at tage fat om driftsøkonomien allerede nu for at få det nuværende museum i bedre stand:

Kommende udgifter til daglig drift vil løst skønnet være

- Daglig leder
- Kurator
- Bibliotekar
- Sekretær
- Teknik og teknikere

Kommende indtægt forventes gennem:

- Entré
- Arrangementer
- Salg af merchandise og bøger

Den fremadrettede strategi for museets drift er, at de fysiske rammer og museumsudviklingen skal løses økonomisk ved hjælp af private fonde, men fremadrettet bør museets drift også kunne finansieres af offentlige midler.

ORGANISATION

Den nuværende organisation er simpel, men vil ændre sig undervejs i forhold til økonomi og som følge af museets udvikling.

Fremtidens Organisation

- **Den øverste myndighed er repræsentantskabet**, som kan udpege medlemmer til bestyrelsen, og som ved det årlige repræsentantskabsmøde vælger bestyrelsen.
- **Bestyrelsen** vil bestå af 5 - 9 medlemmer, der ligeledes kan udpege medlemmer til bestyrelsen, som derefter vælges af repræsentantskabet. Formanden tegner museet udadtil i samarbejde med den daglige leder. Bestyrelsen for Aarhus Søfarts Museum udøver den overordnede ledelse af museet. Det påhviler derfor bestyrelsen af tage vare på følgende tre kerneopgaver:

Ledelsesopgaven	Tilsynsopgaven	Strategiopgaven
Bestyrelsen skal sikre, at virksomheden er organiseret og ledet korrekt efter vedtægter og strategi	Gennem tilsyn skal bestyrelsen sikre, at direktionen og museet opfylder de krav som museets tilskudsydere, repræsentantskabet og lovgivningen stiller	skal sikre fastlæggelse af museets strategiske retning, indtil en ny fastlægges af bestyrelse og repræsentantskab

Det er bestyrelsen, som ansætter og afskediger den daglige leder for Aarhus Søfarts Museum, ligesom det er bestyrelsens ansvar, at der afholdes et passende antal bestyrelsesmøder, hvor ledelsesopgaven, tilsynsopgaven og strategiopgaven varetages.

Bestyrelsens kompetencer bør afspejle bestyrelsens ansvar for Aarhus Søfarts Museums forretningsmodel og profil. Bestyrelsen består af folk med et stort og ægte engagement, som giver museet en styrkeposition i form af dyb lokal indsigt.

Dette kan med fordel suppleres af en række bestyrelseskompetencer, der giver Aarhus Søfarts Museum en større viden og et internationalt netværk. Som inspiration til sammensætning af kompetencerne i bestyrelsen kunne personer med følgende erfaringer og netværk være relevante:

- Museumsfaglighed på højt niveau, gerne viden om kommercielt drevet museum, hvor offentlige midler kombineres med private midler.
 - Knowhow om bygningsinvesteringer og -drift.
 - Investeringskompetencer.
 - Markedsførings- og brandingkompetencer fra oplevelsesøkonomien
 - Viden om private danske og udenlandske fonde med tradition for investering i kultur.
 - Kontakt til eller viden om det kulturpolitiske miljø i Aarhus Kommune.
 - Viden om internationale kulturmiljøer.
-
- **Målet for den daglige leder/direktør** vil være udarbejdelse af en arbejdsplan indeholdende vedligeholdelse, opdatering af museets hovedprotokol, arkiver, magasiner, bibliotek, eksisterende og nye udstillinger. Det daglige arbejde omfatter desuden planlægning og afvikling af besøgstjeneste og åbningstider, med særlig vægt på annoncering og markedsføring af Aarhus Søfarts Museums aktiviteter.
 - Den daglige leder/direktør har ansvaret for arbejdsfordeling mellem og i samarbejde med de frivillige og – fremadrettet - de ansatte.
 - Den daglige leder/direktør er ikke nødvendigvis medlem af bestyrelsen, men bør medvirke ved bestyrelsesmøderne for at give bestyrelsen fyldestgørende indsigt i museets drift og virke.

IMPLEMENTERING

Eftersom der er mange led og trin i forbindelse med gennemførelsen af strategien, bør første opgave være at udarbejde en overordnet implementeringsplan, det vil sige en plan for udførelsen af idéen eller strategien i praksis. Den overordnede implementeringsplan vil blive fulgt op af mere detaljerede implementeringsplaner i takt med, at arbejdet skrider frem. Implementeringsplanen bruges som værktøj til løbende dialog mellem repræsentantskab, bestyrelse, daglig ledelse og frivillige.

Aarhus Søfarts Museum

14. dec. 2021